

A close-up, slightly blurred photograph of a woman's face. She has dark hair and is wearing bright red lipstick. Her mouth is open, revealing her teeth, suggesting a smile or a shout. The lighting is soft, focusing on her lips and teeth.

# digital signage jahrbuch 2015 | 16

IN KOOPERATION MIT:



Out-of-home Video  
Advertising Bureau  
Europe



## Signage Solutions “Simply Done” by TD Maverick

**Die Anforderungen Ihrer Kunden an Digital Signage mögen komplex erscheinen. Unsere Lösungen sind einfach zu verstehen und zu implementieren – eben “Simply Done”.**

Wie machen wir das?

- Wir erstellen aus abgestimmten Komponenten Komplettlösungen für Ihren konkreten Anwendungsfall.
- Wir bieten Ihnen qualifizierten Presales-Support von AV-Spezialisten und umfassende Projektunterstützung.
- Wir unterstützen Sie durch kostenfreie Trainings, damit Sie Ihrem Kunden keine Antwort schuldig bleiben.
- Wir versorgen Sie laufend mit aktuellen Informationen zu verfügbaren Lösungspaketen und aktuellen Technologien.
- Wir stellen Ihnen Marketingmaterial zur Verfügung, das Sie individualisiert für Ihre Kundenansprache nutzen können

Simply Done Platin Partner

**SAMSUNG**

Simply Done Gold Partner

**iiyama** **PHILIPS**

Simply Done Premium Partner

**benq**  
Enjoyment Matters

**ERGOTRON**

**NEC**

**NEWSTAR**  
products

**peerless-AV**

**signagelive**  
... delivering media to your screens

**VISION**

**1** **T Maverick**  
Leaders in Meeting & Signage Solutions



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

# Inhalt

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Digital Signage-Markt EMEA           | 4  |
| Infografik Markt EMEA                | 8  |
| Trends & Drivers EMEA                | 10 |
| Ausblick 2015 / 2016                 | 14 |
| Inserentenverzeichnis                | 16 |
| Digital Signage-Markt DACH           | 18 |
| Digital Signage-Map DACH 2015        | 22 |
| Digital Signage-Markt Deutschland    | 24 |
| Digital Signage-Markt Österreich     | 30 |
| Digital Signage-Markt Schweiz        | 34 |
| Schwerpunkt Software                 | 38 |
| Schwerpunkt Videowalls               | 42 |
| Schwerpunkt Medioplayer              | 46 |
| Schwerpunkt Ausschreibungen          | 48 |
| Digital Signage-Events               | 52 |
| OVAB DBCI: Genaues Stimmungsbild     | 54 |
| In eigener Sache: invidis consulting | 56 |
| Übersicht Unternehmensdarstellungen  | 59 |
| Unternehmensdarstellungen            | 60 |

## Impressum

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

**Geschäftsführer:** Florian Rotberg

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

**Redaktion:** Thomas Kletschke, Florian Rotberg,  
Oliver Schwede, Daniel Russell, Theresa Amann

**Lektorat:** Frauke Bollmann

**Layout:** Meike Hannig | Kommunikationsdesign

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

**Titel:** Meike Hannig | Kommunikationsdesign

**Titelfoto:** Fotolia

**Infografiken:** Markus Winkler, eego - visuelle Kommunikation

**Icons:** Dave Gandy, Freepik, www.flaticon.com

© 2015 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.**



Liebe Leserinnen und Leser,

2014 kam richtig Bewegung in den Digital Signage-Markt – und dies setzt sich 2015 fort. Zahlreiche neue Projekte, viele Personalwechsel, ein Wechsel an der Spitze der Softwarehersteller und neue Marktteilnehmer wie Acer oder Google.

Gleichzeitig steht die Branche vor großen Herausforderungen: seien es politische und wirtschaftliche Unsicherheiten durch die Lage in Russland und Griechenland oder auch die Schwäche des Euro gegenüber

dem Dollar, um nur einige zu nennen.

Nichtsdestotrotz: Auch 2014 wuchs der Digital Signage-Markt in EMEA zweistellig. Ebenso prognostizieren wir für dieses Jahr ein zweistelliges Wachstum. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Digital Signage wird immer mehr zum Standard, neue Marktteilnehmer bringen neuen Schwung und neue Ideen, Marketingabteilungen und Kreativagenturen entdecken zunehmend die Vorteile von Digital Signage.

Und nicht zu vergessen: hoch motivierte Mitarbeiter. Digital Signage ist ein emotionales Medium. Das nur funktioniert, wenn alle Beteiligten mit Begeisterung bei der Sache sind. Und diese Begeisterung lässt sich für unsere Branche definitiv konstatieren. Wir blicken daher auch mit großer Freude in die Zukunft.

Neben der vorliegenden deutschen Version gibt es auch in diesem Jahr wieder die englische Ausgabe „invidis Digital Signage Yearbook 2015/16“ sowie das „invidis DooH Jahrbuch 2015/16“ mit allen Informationen zum Digital-out-of-Home-Markt. Alle Ausgaben können Sie kostenlos auf [invidis.de](http://invidis.de) herunterladen.

Wir bedanken uns herzlich bei allen Umfrageteilnehmern sowie allen Unternehmen, die uns mit Daten, Informationen und Buchungen unterstützt haben. Mit ihren Daten und unserer Marktforschung hat sich das „invidis Digital Signage Jahrbuch“ zur Branchen-Bibel entwickelt.

Und nun wünschen wir Ihnen viel Spaß mit 100 Seiten geballtem Digital Signage-Know-how.

Herzlichst

Florian Rotberg

Offizielles Magazin  
**DIGITAL SIGNAGE SUMMIT**

## invidis – Home of Digital Signage

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

Täglich aktuelle News:

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

» 883.211 Seitenaufrufe in 2014

(IVW-geprüft)

**invidis Newsletter**

Werk täglicher Newsletter:

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

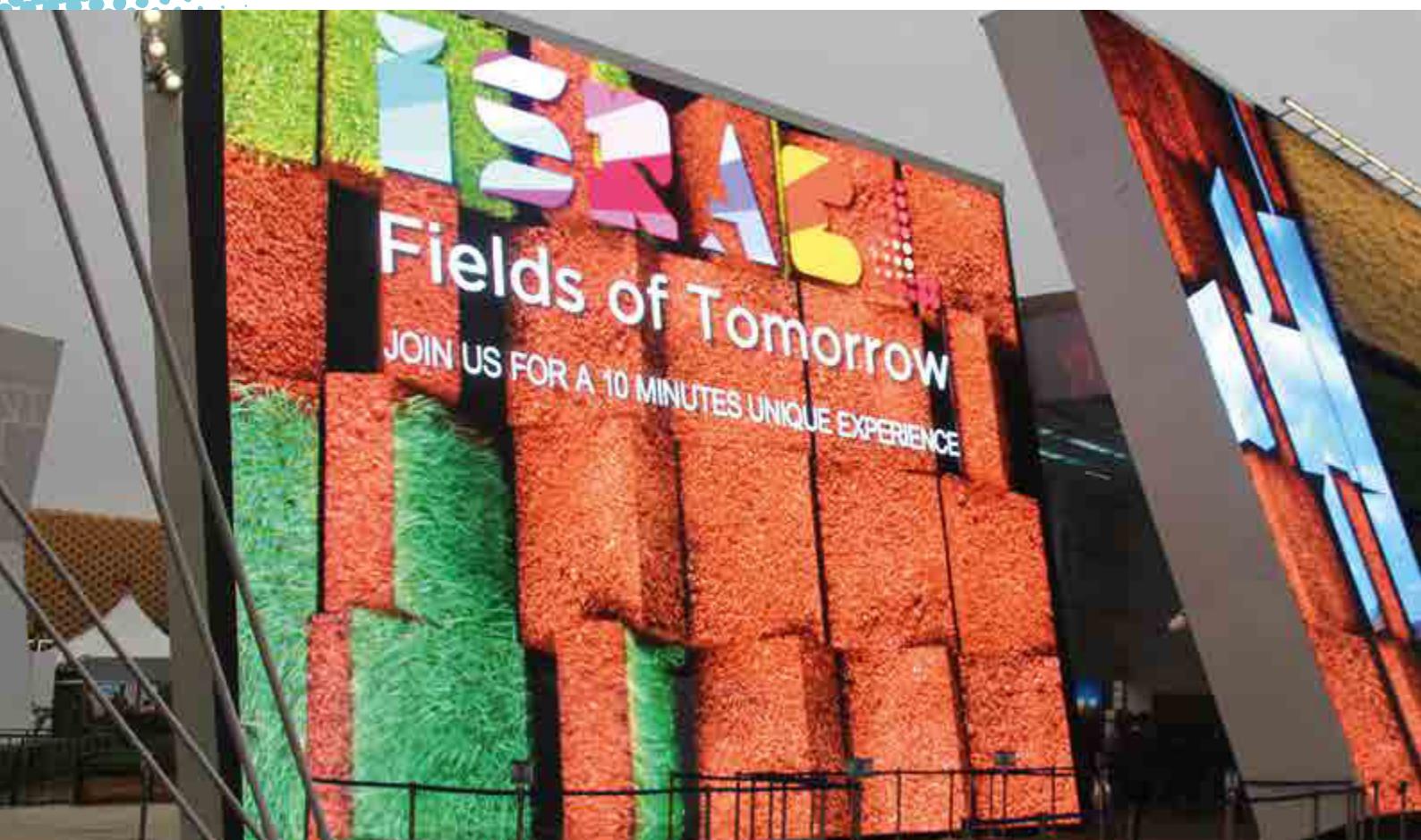
» 1.550 Abonnenten, 30% Öffnungsrate

(August 2015)

**invidis Magazine**

Kostenloser PDF-Download des Jahrbuchs:

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



# Der Digital Signage-Markt in EMEA

**Der Ladenbau macht's möglich: Digital Signage wird im Retail zum Standard, und das in Vorzeigefilialen wie in klassischen Geschäften.**

Die Region EMEA konnte 2014 mit einem Plus von 25 Prozent ein mehr als gesundes Wachstum vorweisen. Haupttreiber dafür sind sogenannte Brick and Mortar-Projekte im Handel – im Gegensatz zu Unternehmen, die ausschließlich oder vor allem online unterwegs sind. Nach Jahren schwieriger Absatzmärkte und großer Überzeugungsarbeit hat sich Digital Signage zu einem etablierten digitalen Medienkanal auf Einzelhandelsflächen entwickelt. Nicht nur für elegante Flagshipstores, sondern für einfache, normale Einzelhandelskonzepte mit Hunderten oder gar Tausenden von Shops. Inzwischen gehören Large Format Displays, Small Signage und mobile Geräte zum Standard der meisten Ladenbaukonzepte im Handel. Das sind die bereits installierten Lösungen; neu installierte Displays sowie Upgrades fügen dem Skalierungsmöglichkeiten hinzu – für Lieferanten und Kunden

gleichermaßen. Auch wenn sich die Größe eines Netzwerks verdoppelt, wird sich das Budget für die Content-Erstellung dadurch in den meisten Fällen nicht ändern. Wachsende Netzwerke wirken sich sogar positiv auf die Kosten für Netzwerkverwaltung und andere Dienstleistungen aus.

Selbstverständlich hat sich das Marktwachstum im Jahr 2014 in der EMEA-Region unterschiedlich stark entwickelt. Auf der einen Seite brummten die Umsätze im Nahen und Mittleren Osten, in Großbritannien und Spanien mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten von jeweils mehr als 30 Prozent. Leicht unterdurchschnittlich verlief das Wachstum mit rund 20 Prozent in Dänemark, Italien, Schweden und Frankreich. Manche kleinere Märkte wie Spanien oder Italien haben zuvor sehr harte Jahre erlebt. Doch Digital Signage ist ein auf ganzer Linie attraktives Geschäftsfeld.

**YOUR WORLD  
IS OUR  
SHOWROOM**



Bild: F. Rotberg / invidis

#### **Noch kein Mainstream**

Der Displaymarkt entwickelte sich 2014 nur leicht einstellig, wogegen der gesamte Digital Signage-Markt in DACH mit 14 Prozent zweistellig wuchs. Im Vergleich zu EMEA hinkt der DACH-Markt damit leicht hinterher. Die Entwicklung kam 2015 allerdings wieder aufs Gleis und nähert sich der gesamten Region an. Sehr konservativ betrachtet, ist Deutschland kein einfacher Markt, wenn es um Digitalisierung und die Verwendung von Displays für Informations- und Werbezwecke geht. Das geringe Wachstum der Screen-Verkäufe in einem sehr positiv gestimmten gesamtwirtschaftlichen Markt zeigt, dass Digital Signage noch kein Mainstream ist. Einige Kunden sind immer noch nicht von den Vorteilen und dem ROI von Digital Signage überzeugt. Doch das Aufwärtspotenzial für die drei deutschsprachigen Länder ist sehr hoch. Alle verfügen sie über einen stark ausgeprägten stationären Einzel-



**Tausende von visuellen Eindrücken nehmen  
wir täglich wahr.**

Auf der Straße, im Büro, bei der Shopping Tour oder auf dem Heimweg, Digital Signage ist heute überall. Mit den Digital Signage Lösungen von NEC können sie sicher sein, dass ihre Botschaften ob im Öffentlichen Bereich, in der Unternehmenskommunikation oder der Werbewelt zuverlässig ankommen.

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

handel. Diese Ausgangsvoraussetzungen wirken auf relativ neu am Markt agierende Player wie iiyama, Toshiba, Acer, BenQ und andere noch attraktiver. Viele von diesen Unternehmen eröffnen Standorte in Deutschland und versuchen, Marktanteile zu gewinnen, was etablierte Beziehungen in und zu der Supply Chain beeinflusst. Für Anbieter der zweiten Garde wie Philips, Sharp oder Panasonic bedeutet das zusätzlichen Druck, um die Lieferantenbeziehung mit den wichtigsten Systemintegratoren zu sichern. Mehr Konkurrenz entsteht nicht nur durch neue Displayanbieter: Vor allem von Seiten der Systemintegratoren und Softwarelieferanten wird der Wettbewerb angetrieben. Es bleibt die Frage, wer den Konsolidierungsprozess, der bereits 2014 enorm an Fahrt aufgenommen hat, treiben wird.

### **Neue Anbieter drängen auf den Markt**

Wir sind davon überzeugt, dass in Kürze weitere neue Anbieter auf dem Digital Signage-Markt tätig werden. Dieses Mal nicht in Form von kleinen, innovativen Start-ups. Sondern in Form von finanziertigen Unternehmen, die bereits gut etabliert sind und die über ein internationales Eco- und Partnersystem sowie sehr gute existierende Kundenbeziehungen verfügen. Digital Signage wird nie ihr Kerngeschäft; aber es ergänzt die bestehenden IT- und Serviceangebote. Denn diese Blue Chips werden von ihren Kunden getrieben, um eine breite Palette von Dienstleistungen anzubieten. Digital Signage ist dafür ein hervorragendes Wachstumsfeld. Die neuen Spieler zielen darauf ab, führende Plätze auf dem Markt zu erreichen und einzunehmen – weg von Backend-Lösungen hin zu direkten Touchpoints für Endkunden (Frontend).

Die Nachfrage der Kunden nach globalen Projekten wird das Erstarken von Blue Chip-Firmen auf dem Digital Signage-Markt fördern. Diese Tendenz zeigte sich 2014 bereits in Ansätzen. Aber wir erwarten, dass diese Entwicklung in den Jahren 2015/16 weiter an Fahrt aufnimmt. Dies wird vor allem durch Fusionen und Übernahmen etablierter Digital Signage-Systemintegratoren geschehen.

In diesem Zeitraum wird das Digital Signage-Geschäft durch hochkarätige Veranstaltungen wie die UEFA Euro 2016 in Frankreich, die Fußball-Weltmeisterschaft in Russland 2018 sowie die Expo 2020 in Dubai weiter befeuert. Größte Herausforderung dabei: europaweite Projekte zur digitalen Transformation beim Gros der Touchpunkte für Kundenkontak-

te. Omnichannel-Einzelhandelskonzepte und der Wunsch der Vermarkter, jeden Aspekt ihrer Kampagnen steuern zu können und neue, wertvolle Kundeninformationen zu gewinnen, werden die wichtigsten Treiber für Professional Displays – kleine wie große – im öffentlichen Raum. Ob online, mobil oder am Point of Sale beziehungsweise am Point of Information.

Wer kann von den Entwicklungen profitieren? – Die meisten Softwareunternehmen gehört nicht zu den Gewinnern dieser Tendenz. Nur wenige Spezialisten von ihnen werden überleben. Wie Digitalagenturen, die Kundenbedürfnisse verstehen und in der Lage sind, Omnichannel-Konzepte den jeweiligen lokalen Verhältnissen und kulturellen Bedürfnissen anzupassen.

Hardware ist – wie in allen anderen Märkten – hauptsächlich zur reinen Ware geworden. Die Preise werden weiter sinken und so zur Erschließung neuer Projekte beitragen. Bevor die Hardwarepreise aber weiter fallen, wird es 2015/16 in der Eurozone aufgrund der ungünstigen Euro/US-Dollar-Wechselkurse zunächst einen Anstieg geben. Mittel- bis langfristig allerdings ändert sich an diesem Fakt nichts: Hardware wird zur reinen Ware. Nur wenige Branchenunternehmen sind in der Lage, nachhaltige Einnahmen daraus zu generieren.

Der Schlüssel zum Erfolg von Digital Signage ist es, die Kunden zu verstehen und das Customizing von Frontend- und Backend-Software weiter voranzubringen.

Anders ist die Lage bei Digital-out-of-Home. In der digitalen Außenwerbung sind die Investitionen jetzt viel niedriger als noch vor einigen Jahren. Hochwertige Medien und Measurement sind ein Muss für die Netzbetreiber. Die bisherigen DooH-Business Cases funktionieren! So erhöhten sich etwa die Werbeumsätze deutlich (mehr als 20 Prozent Wachstum in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr). Kunden sind bereit, Geld in DooH zu investieren. Multi-screen-Kampagnen über die Kanäle Online, Mobile und Public Video (DooH) setzen das Potenzial der digitalen Out-of-Home-Werbung frei.

Die Nachfrage- und die Angebotsseite von DooH werden bald durch erste Buchungs- und Aderving-Plattformen zusammengebracht. Rechtliche Einschränkungen in verschiedenen Ländern der EMEA-Region werden das Geschäft dabei individuell beeinflussen. Doch DooH hat sich als digitaler Premium-Kommunikationskanal etabliert.



## Ein Signage-Erlebnis der außergewöhnlichen Art

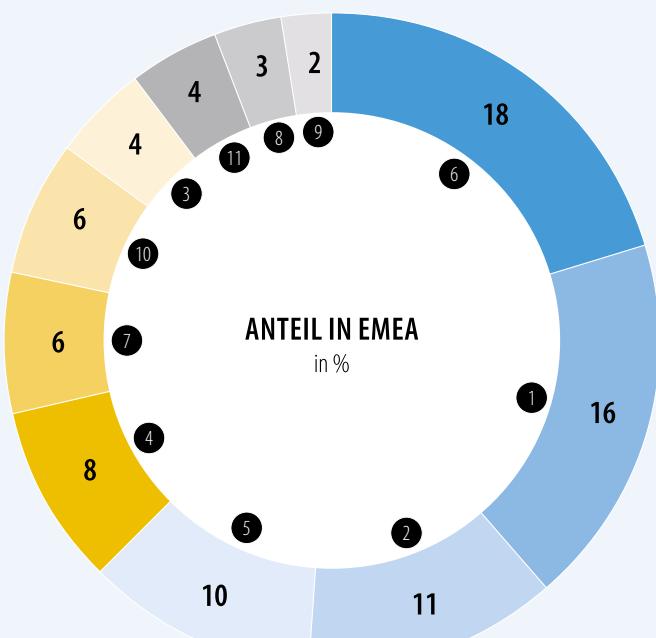
Ein einzigartiges Bilderlebnis mit Ambilight



[philips.com/signagesolutions](http://philips.com/signagesolutions)

**PHILIPS**

# DIGITAL SIGNAGE IN EMEA 2014



- 1 VEREINIGTES KÖNIGREICH, IRLAND
- 2 FRANKREICH
- 3 SPANIEN, PORTUGAL
- 4 BENELUX | BELGIEN, NIEDERLANDE, LUXEMBURG
- 5 NORDICS | SCHWEDEN, DÄNEMARK, NORWEGEN, FINNLAND, ISLAND
- 6 DACH | DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH, SCHWEIZ
- 7 ITALIEN
- 8 POLEN
- 9 TÜRKEI
- 10 GCC | SAUDI-ARABIEN, BAHRAIN, KATAR, KUWAIT, OMAN, VAE
- 11 RUSSLAND

BENELUX | BELGIEN, NIEDERLANDE, LUXEMBURG

TOP-3 ZIELMÄRKE

RETAIL

CORPORATE COMMUNICATION

DOOH

VEREINIGTES KÖNIGREICH, IRLAND

TOP-3 ZIELMÄRKE

RETAIL

SHOPPING MALLS

CORPORATE COMMUNICATION



FRANKREICH

TOP-3 ZIELMÄRKE

RETAIL

CORPORATE COMMUNICATION

BANKING



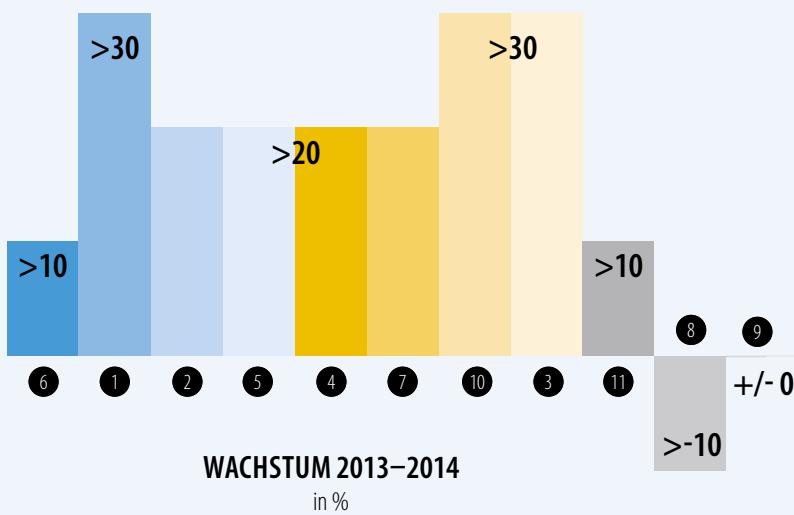
SPANIEN, PORTUGAL

TOP-3 ZIELMÄRKE

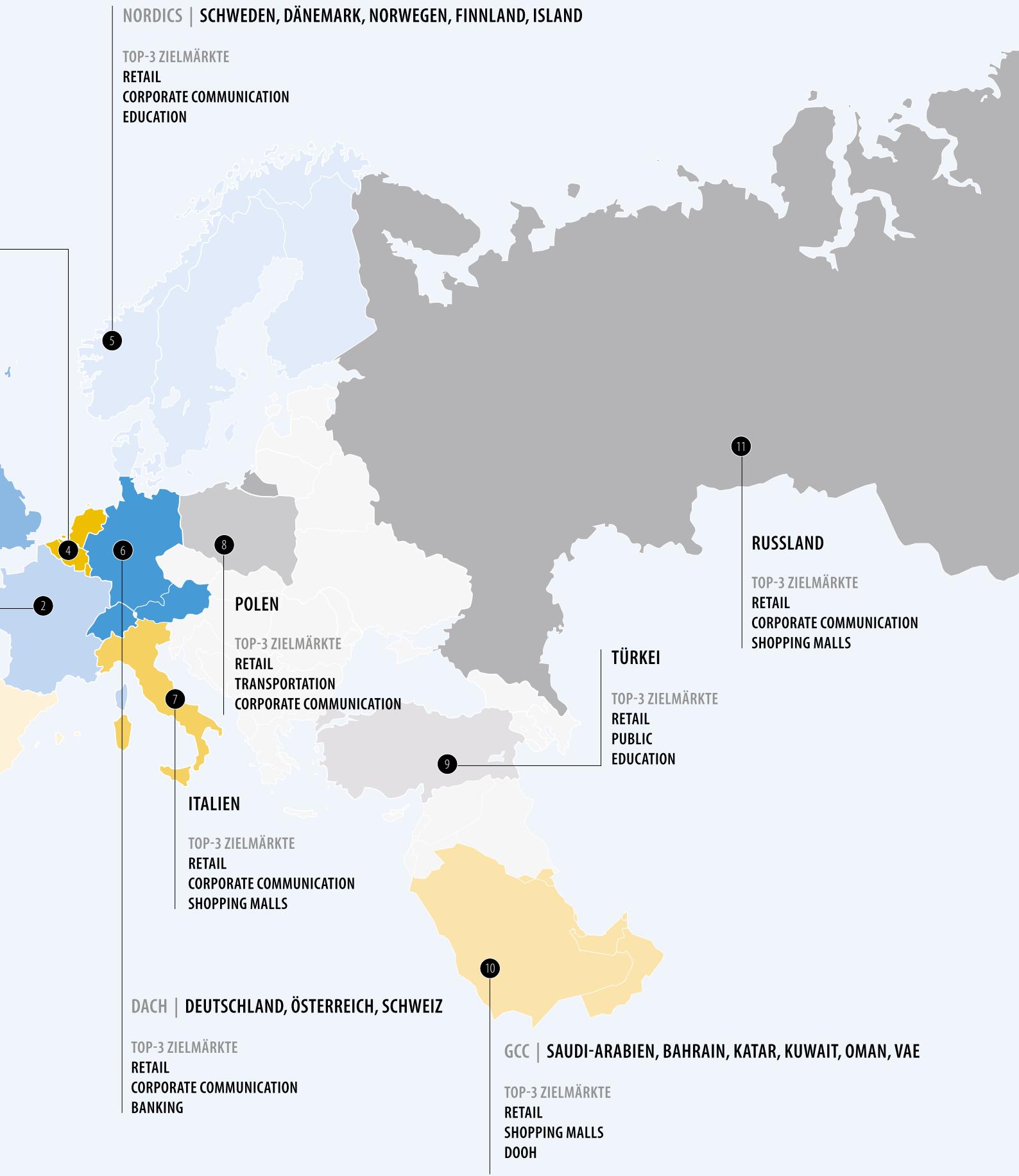
RETAIL

CORPORATE COMMUNICATION

SHOPPING MALLS



# TOP MÄRKTE FÜR PROFESSIONELLE DISPLAYS



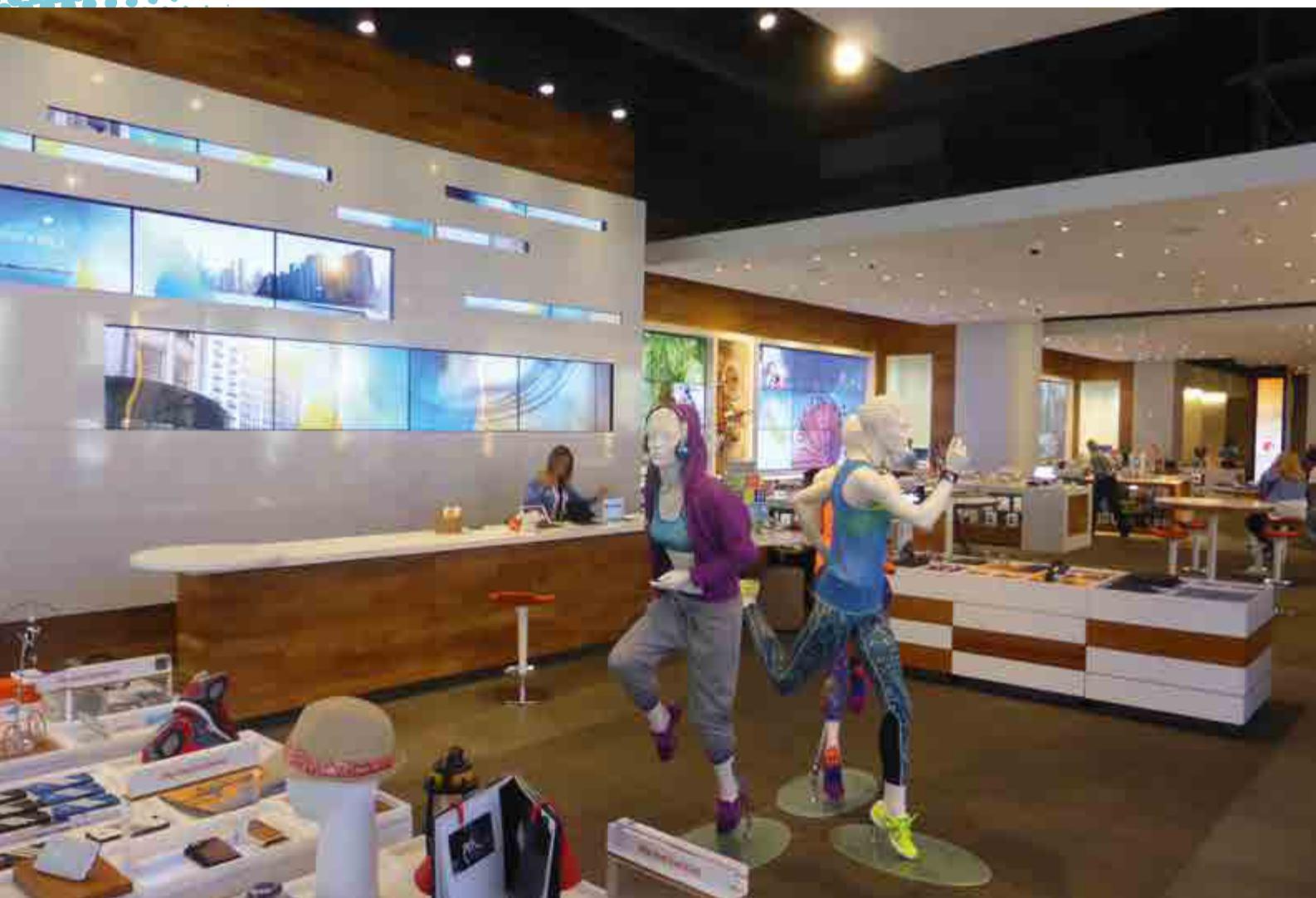


Bild: F. Rotberg / invidis

# Das Digital Signage-Jahr 2015

**Trotz Dollar und Griechenland: Mit einem erwarteten zweistelligen Wachstum kann die Branche auf noch bessere Zahlen hoffen als 2014.**

Das Digital Signage-Jahr 2015 wird ein erneutes zweistelliges Wachstum sehen. Wenn die Wirtschaft so stark bleibt wie in der ersten Jahreshälfte, werden die meisten europäischen Märkte stärker wachsen als noch 2014. Unsicherheiten gibt es in Bezug auf Russland und Griechenland – doch mögliche Einflüsse auf den Sektor Digital Signage werden geografisch begrenzt bleiben.

Einen stärkeren Einfluss auf die Entwicklung von Digital Signage wird die anhaltende Schwäche des Euro gegenüber dem Dollar haben. Die daraus resultierenden ungünstigeren Umtauschkurse haben vor allem die Displayhersteller zu einer Preisanhebung von etwa 10 Prozent gezwungen. Erstmals seit mehr als sieben Jahren sind die Preise für Displays gestiegen. Der harte Wettbewerb im Displayseg-

ment schafft zusätzlichen Druck auf die Margen. Zumal die meisten lange laufenden Projektverträge festgelegte Konditionen garantieren, die keine kursbedingten Änderungen beinhalten. Auch die Kosten für Medioplayer und andere AV/IT-Komponenten werden aufgrund des starken US-Dollar moderat steigen.

Wegen ihres starken Franken sehen sich die in der Schweiz ansässigen Integratoren und Serviceprovider anderen, ebenfalls wechselkursbezogenen Herausforderungen gegenüber. Deshalb konzentrieren sich diese Integratoren auf den kleinen, aber lukrativen Inlandsmarkt und verringern ihr Engagement in der Eurozone. Vor allem Dienstleister mit hohem und personalintensivem Arbeitseinsatz verlieren an Wettbewerbsfähigkeit in internationalen Projekten.

Da die Branche weiter wächst, wird auch die Konsolidierung wichtiger. Digital Signage-Projekte erfordern mehr global tätige Systemintegratoren mit großem, internationalem Geschäft und Zugang zu wettbewerbsfähiger Projektfinanzierung. Endanwender erwarten innovative Finanzierungsmöglichkeiten – auch Blue Chip-Kunden suchen nach Möglichkeiten, um ihre Bilanzen von den Digital Signage-Investitionen zu entlasten.

Internationale IT-Systemintegratoren und Serviceprovider, die bisher nicht mit Digital Signage in Berührung gekommen waren, drängen zunehmend auf den Markt. Typischerweise sind das globale Unternehmen mit einem Hintergrund in Technologie und digitaler Transaktion. In der Vergangenheit haben sie nur ungern in Digital Signage investiert, da die Nachfrage zu gering war und die Möglichkeiten von Skalierungseffekten für sie ebenfalls zu niedrig.

Die internationalen Blue Chips wiederum werden auch Kompetenzen bei ERP, CRM und E-Payment/Transaktionen auf den Markt bringen. So werden sie den Firmenkunden auch Big Data, Analytics und andere stark datenbankgestützte Kommunikationsmöglichkeiten anbieten können.

Digital Signage wird mehr und mehr zu einer voll integrierten Lösung für Information, Kommunikation, Einzelhandel, Gebäudeautomation oder digitale Medien. Hardware wird weiter zur reinen Grundlage werden und weniger im Fokus stehen – aktuelle Konzepte sind überwiegend hardwareunabhängig. Social Media Content-Bausteine sind aktuell ein Muss in den meisten Digital Signage-Konzepten. Dafür gibt es einen guten Grund: Screens eignen sich sehr gut als Touchpoints für Social Media. Near Live-Feeds, Twitter oder Facebook-Postings sind eine ausgezeichnete Ergänzung von Inhalten und



## Raumbuchungs-Systeme von Kindermann Einfache Installation, durchdachtes Design, leichte Bedienung

### Kindermann Doorsign epaper 6 Zoll

- Einfache, kabellose Installation
- Funkgesteuert und batteriebetrieben
- Geringer Stromverbrauch
- Batterielaufzeit von mehreren Jahren
- Montage auch auf Glaswänden möglich
- Hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis



Formschöne Frontblenden aus Acrylglas

### eSign - Raumbuchungssystem

- Buchung von Ressourcen, z. B. Catering, Technik, etc.
- Datenaustausch mit vorhandenen Systemen, wie beispielsweise Microsoft® Exchange oder Google Calendar
- Anbindung von Türschildern mit Windows® CE oder epaper Technologie
- Integrierte Datenbank für Kundenlogos



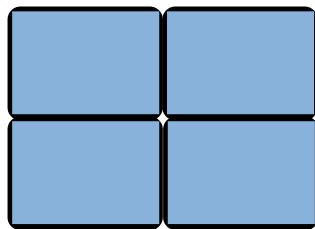
#### Ideal für

- Bürobeschriftung
- Öffentliche Gebäude
- Krankenhäuser
- Schule, Universitäten
- Konferenzräume

Ihr Kompetenz-Partner für Konferenz- und Medientechnik  
[www.kindermann.com](http://www.kindermann.com)

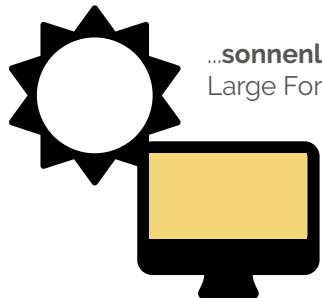
# DIGITAL SIGNAGE-TRENDS 2015

Steigende Nachfrage nach...



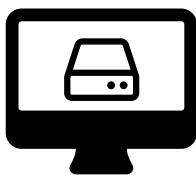
**72 %**

...Videowall-Modellen mit dünnen Rahmen und speziellen Video-wall-Funktionen



...sonnenlichttauglichen Large Format Displays

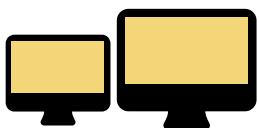
**61 %**



**49 %**

...Large Format Displays mit **integriertem Media-player**

**45 %**



...kleine Displaygrößen unter 20" mit professionellen LFD-Services



**79 %**

...Integration von **mobilen Endgeräten** in Digital Signage-Installationen



**70 %**

...LFDs mit **Touch-Funktion** (integriert oder als Zubehör, z.B. Frame)

animieren Kunden zur Interaktion. Ein ungeheuerer Treiber für voll integriertes Digital Signage ist der Bereich Ladenbau. Denn Retail-Design, Möbelbau sowie Beleuchtung und Kommunikationsdesign integrieren digitale Medien inzwischen grundsätzlich. Das bedeutet, dass in der Planungsphase immer öfter ausreichend Platz für Servicezugänge, Kabel und zukunftssichere Installationsmöglichkeiten berücksichtigt werden.

Zudem werden Projekte in der Regel deutlich dynamischer sein als in der Vergangenheit. Die meisten Bestandsprojekte werden erhebliche Erweiterungen in der typischen Projektlebensdauer von fünf bis acht Jahren erleben. Kundenwünsche, globale Trends und neue Technologien werden also weiter in bestehende Konzepte integriert werden. Denn in der Regel können und wollen Netzbetreiber nicht warten, bis eine neue Digital Signage-Generation ausgerollt wird.

Die Integration von On-/Offline-Aktivitäten wie Click & Collect oder das entgegengesetzte Konzept des erweiterten, digitalen Regals sind inzwischen üblich. Leider scheitern viele dieser Konzepte kläglich, wenn User Experience und User Interface nicht angepasst werden. Ein Webshopdesign kann nicht einfach 1:1 auf einen großen Screen in einer Einzelhandelsumgebung umgesetzt werden. Auf der anderen Seite müssen Virtual Shelves so nah wie möglich am Point of Decision positioniert werden – zum Beispiel in Umkleidekabinen.

Ausschreibungen und Angebote werden tendenziell weiter in Set-ups mit globaler Reichweite aufgesetzt, die in separate Päckchen aufgeteilt werden. In erster Linie streben die Kunden eine konzernweite und globale Standardisierung von Digital Signage sowie Konferenz- und Facility-Management-Systemen an. Die Zeiten, in der die meisten Projekte lokal und ohne Anbindung zu wichtigen Datenbanken ausgerollt wurden, sind passé.

Teilweise werden Ausschreibungen in Planung, Aufbau und Betrieb geteilt. Wir glauben jedoch nicht, dass die Aufspaltung und entsprechende Vergabe von Digital Signage-Projekten in diese drei einzelnen Bestandteile zusätzliche Vorteile für die Kunden bieten wird. Denn während eines typischen 5-Jahre-Lebenszyklus schreitet die Technologie sehr voran. Die Kundenanforderungen ändern sich ebenfalls ständig. Somit sollten Systemintegratoren in allen drei Phasen eine ganzheitliche Lösung anbieten und gewährleisten können.

# BÜHNE FREI FÜR IHRE BOTSCHAFT

Aufsehenerregende Videowände mit der neuen SAMSUNG UDE-Serie



## Überragendes Seherlebnis

Großformatige Videowände mit SAMSUNG UDE-Displays ziehen sofort alle Blicke auf sich. Die fein kalibrierten, matten Direct-LED-Displays sind in den Größen 46 und 55 Zoll (117 bzw. 139 cm) erhältlich und überzeugen mit bis zu 700 cd/m<sup>2</sup> Helligkeit und einem hohen Kontrast von bis zu 4.000:1. Dies sorgt für strahlend klare Botschaften selbst bei ungünstigen Lichtverhältnissen – auf Wunsch sogar in UHD-Qualität. Der ultraschnelle Quad-Core-Prozessor garantiert eine störungsfreie Wiedergabe auch bei hohem Tempo. Ein besonders schmaler Rahmen von nur 3,5 mm (Bild zu Bild) erzeugt dabei ein nahezu nahtloses Seherlebnis. Die besonders feine Farbeinstellung ab Werk kann mithilfe von Advanced Color Management (ACM) und SAMSUNG Color Expert bei Bedarf nachkalibriert werden.



Das elegante Display mit dem ultradünnen Rahmen passt in nahezu jede edle, moderne Raumgestaltung.



Bei der Anordnung sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt.



Dank der Pivot-Funktion lassen sich die Displays zudem um bis zu 90 Grad wenden.

Weitere Infos unter:  
[www.samsung.de/smartsignage](http://www.samsung.de/smartsignage)

**SAMSUNG**  
BUSINESS



Bild: F. Rotberg / invidis

## Digital Signage-Trends: die Top 10

**Wer die wichtigsten Trends im Blick hat, kann den Markt besser für sich nutzen. Deswegen hat invidis die Top 10 zusammengestellt.**

### 1 Neue Displaygrößen: 43, 48 und 49 Zoll

Produktionsstraßen in den Displayfabriken der neuesten Generation können größeres Mutterglas produzieren. Deshalb werden neue, leicht veränderte Screengrößen die bislang üblichen ersetzen. Vielen Kunden bescheren diese neuen Formate aber mehr Nach- als Vorteile, da sie zu voll integrierten Displays gewechselt sind, die für den Einbau in Ladenbaumodulen zertifiziert sind. Die Größe 32 Zoll wird auch weiterhin für das Entry Level bei den Large Format Displays stehen, gefolgt von den 43-Zoll-Modellen, die die 40- bis 42-Zöller ersetzen. Etwas weiter oben auf der Skala, also bei der Klasse

der 40- bis 50-Zöller, werden die Größen 48 und 49 Zoll stehen. In den kommenden Jahren werden weitere Größenveränderungen den Markt beeinflussen, weil die Fabriken noch moderner werden. Deshalb ist es ratsam, Digital Signage zukunftssicher zu gestalten – etwa durch Abdeckblenden und Einsparungen. Am obersten Ende der Skala werden sich Displaygrößen bis hin zu 120 Zoll entwickeln. Allerdings stoßen bereits jetzt Größen wie 84 Zoll in der Praxis an ihre Grenzen, beispielsweise in Form der Türhöhe. Noch größere Screens werden eine Herausforderung in Hinsicht auf Transport, Installation und Austausch sein.

## 2 Consumerization (Tablets, Medioplayer, Android, Chrome OS)

Der Consumerization-Trend bei der IT-Hardware macht auch vor Digital Signage nicht Halt: Der große Verbreitungsgrad von Consumer-Tablets für Small Signage-Installationen ist nur der Anfang. Aber, iPads und Co. sind nicht für den 24/7-Gebrauch gedacht. Viele Integratoren haben Consumer-Tablets für Door Signage oder Small Signage im Einzelhandel genutzt, als professionelle Alternativen noch nicht verfügbar waren. Inzwischen werden immer mehr Commercial Grade Small Signage-Displays im Markt eingeführt. Besonders Privatkunden werden weiterhin auf Consumer-Tablets setzen, da sie mit ihnen vertraut sind – sowohl in Sachen Optik als auch in Sachen Bedienung.

Die für den Consumer-Markt entwickelten Betriebssysteme Android und Chrome sind weiter auf dem Vormarsch. Auf diesen DS-Plattformen laufen einfache Digital Signage-Installationen.

Social Media hat die Consumer-Welt im Sturm erobert. Nun wird Social Media auch zu einem wesentlichen Bestandteil in vielen Digital Signage-Konzepten. Auf der einen Seite werden Professional Displays als öffentliche Social Media-Touchpoints genutzt (Twitterwall) oder als einfaches Multiscreen CMS (Facebook Posts werden auch auf Large Format Displays angezeigt). Zudem werden Social Media-Accounts als alternative Zugangsmöglichkeiten zur Registrierung in interaktiven Konzepten genutzt.

## 3 Media Asset Management: das neue CMS

Die größten Auswirkungen auf die Digital Signage-Industrie wird der Trend zu Digital Asset Management Plattformen (DAM) haben. Diese Omnichannel-Lösungen ermöglichen es größeren Unternehmen, Medieninhalte auf einer zentralen Plattform und unabhängig von Medienkanälen zu verwalten. DAMs bieten eine zentrale Möglichkeit, Rechtemanagement, Geltungsdauer, Beschreibungen und Metatags zu verwalten.

Funktionen ziehen von CMS auf die zentrale Plattform um. Dadurch werden ausgewachsene Digital Signage-CMS weniger notwendig. Das CMS der Zukunft wird eine Light-Version von heute sein, die sich lediglich auf Digital Signage-Besonderheiten

wie Terminplanung und Playout konzentrieren wird. Die Einführung von Ayuda bei Ströer Deutschland ist ein gutes Beispiel: Ein neues leistungsstarkes, erweitertes ERP übernimmt integrale Funktionen des CMS.

## 4 Hardware- und CMS-unabhängig

Digital Signage-Lösungen der Zukunft werden nicht nur hardware-, sondern auch CMS-unabhängig sein. Führende Digital Signage-Integratoren haben ihre Prozesse bereits verändert. Neue Vorlagen und redaktionelle Workflows werden in HTML5 programmiert – unabhängig davon, welches CMS der Kunde auswählt. Der unabhängige Ansatz ermöglicht es Digital Signage-Integratoren außerdem, Inhalte auf verschiedenen Screens (online, mobil) auszuspielen.

Digital Signage profitiert stark vom Trend zu YouTube-Inhalten. Kreativagenturen lernen, neuartige Videokampagnen zu produzieren, die nicht nur für TV (Sound und das notwendige Kleingeld gehören zu den Voraussetzungen), sondern auch für Online-medien gedacht sind, die wiederum unter technischen Aspekten eine große Ähnlichkeit mit Digital Signage haben.

## 5 Global ist das neue lokal

In den Anfangsstagen von Digital Signage wurden die meisten Projekte als lokale Installationen konzipiert. Einen guten Return on Invest lag damals noch in weiter Ferne. Das hat sich geändert: Unternehmensleitungen konsolidieren ihrer verschiedenen Digital Signage-Insellösungen und schreiben stattdessen globale Lösungen aus. Für die meisten Unternehmenskunden hat sich Digital Signage am PoS/Pol bewährt. Jetzt muss es auf globaler Basis möglichst effizient geplant, umgesetzt und zum Laufen gebracht werden.

Herausforderungen sind globale Servicekonzepte sowie fein abgestimmte redaktionelle Hierarchieebenen für die Verwaltung von Inhalten.

## 6 Mehr connected

Digital Signage-Projekte wurden schon immer an bestehende Systeme angeschlossen. Doch der Boom von Omnichannel bei Seamless User Experience beschleunigt diesen Trend.

XML-basierte Web-Schnittstellen sind der De-facto-Standard für die Verbindung von externen Daten

an Digital Signage-Systeme. Dynamisches Signage verbindet zu Office-Systemen, erlaubt Transaktionen über E-Payment/E-Wallet-Lösungen oder integriert RFID/iBeacon für Interaktivität.

### **7 Nicht unbedingt standalone – Displays können überall sein**

Displays sind nicht auf LCD-Panel in 16:9 beschränkt. Nahezu alles lässt sich für die Projektion von Inhalten nutzen, etwa: Medienfassaden, Spiegel und Spiegeldisplays, transparente Screens, Glaspanel mit integrierter LED-Streifen.

Embedded Signage ist der am schnellsten wachsende Digital Signage-Bereich. Waagen, Warenautomaten oder Kassensysteme – dynamische Informationen können auf Screens von klein bis sehr groß angezeigt werden.

### **8 Digital Signage ergänzt geschäftskritische Systeme**

Erfolgreiche Digital Signage-Konzepte waren schon immer marketinggetrieben, unterstützt von der IT. Dynamische Informationen werden meist von einer zentralen CRM-Plattform (Marketing) vorangebracht.

Aber fortgeschrittenere Szenarien nutzen den elektronischen PoS und ERP-Daten, um Inhalte auf große Screens zu bringen. Eine Liveverbindung zum Bestandsmanagement (Verfügbarkeit von Produkten) und Preisinformationen (aktuelle Preise) sind von wesentlicher Bedeutung für einen positiven Return on Invest. Einzelhandelsumgebungen sind die treibende Kraft hinter dieser Art von dynamischen Inhalten.

Ein weiterer Ansatz sind Gebäudemanagement-Lösungen. Steuerung und Verwaltung von Beleuchtung, Temperatur (Klimaanlage) und weitere Facility-Management-Lösungen sind von zentraler Bedeutung für große Infrastrukturmaßnahmen.

### **9 Veränderte Besitzverhältnisse – Digital Signage wird ausgelagert**

Installation und Betrieb eines Digital Signage-Netzwerks sind oft nicht die Kernkompetenzen einer Organisation. Die wesentlichen Vorteile von Digital Signage liegen in der IT, die wiederum sehr oft an externe Partner ausgelagert wird. Das wird häufiger der Normalfall sein, da die Investitions-

kosten für große Netzwerke erheblich sein können. DooH-Netzwerke sind die ersten, die Digital Signage-Technologie auslagern.

Instore-Radio und Instore-TV werden ebenfalls ausgelagert werden. Elektronische Regaletiketten (ESL) oder digitale Menütafeln (DMB) sind geschäftskritisch. Und deshalb ist die Wahrscheinlichkeit, dass auch sie ausgelagert werden, am geringsten.

### **10 Effektives Digital Signage folgt etablierten Prozessen**

Erfolgreiche Digital Signage-Konzepte basieren immer auf einer einfachen Strategie: existierende Kommunikationsprozesse nutzen, die keine radikalen Änderungen in den alltäglichen Arbeitsroutinen erfordern.

Vor der Entwicklung eines neuen Digital Signage-Konzepts ist es absolut notwendig, die Bedürfnisse aller Beteiligten zu analysieren, Content-Workflows zu definieren und zu entscheiden, welche Rolle Digital Signage im Kommunikationsmix übernehmen soll.

#### **Inserentenverzeichnis**

| Unternehmen                      | Seite   |
|----------------------------------|---------|
| Acer                             | 45      |
| Also Deutschland                 | 21      |
| BenQ Deutschland                 | 17      |
| Concept International            | 47      |
| Grassfish Marketing Technologies | 41      |
| Ingram Micro                     | 100     |
| Inputech                         | 35      |
| Intel Shannon                    | 37      |
| Integrated Systems Europe        | 99      |
| Kindermann                       | 11      |
| MobilePro                        | 49      |
| NEC Display Solutions Europe     | 5       |
| OVAB Europe                      | 53      |
| Philips                          | 7       |
| Samsung                          | 13      |
| Seen Media                       | 27      |
| Sharp                            | 25 / 31 |
| spo-comm                         | 43      |
| Tech Data Maverick               | 2       |
| Visualart                        | 51      |
| Vangenhassend                    | 29      |
| WNP Verlag                       | 33      |

# UNERREICHTE DETAILTIEFE

BenQ Smart Signage-Display mit 4K-Auflösung



Technische Änderungen, Farbabweichungen und Irrtümer vorbehalten. Android ist ein Warenzeichen von Google Inc.

## BenQ ST550K

Schlankes 4K-Display mit höchster Detailschärfe und umfassenden Funktionen

Sieht nicht nur gut aus, sondern lässt auch gut aussehen – das großformatige 139,7 cm / 55“ Smart Signage-Display ST550K präsentiert Inhalte in einer unerreichten Detailtiefe und Farbtreue. Zudem ist es neben seinem eleganten, schlanken Design und einem schmalen Gehäuserahmen (nur 6,1 mm) auf höchstem technologischem Niveau ausgestattet. Mit seinem Betriebssystem Android™ 4.3 ermöglicht es nicht nur den Anschluss von Mobilgeräten über die MHL-Schnittstelle, sondern durch seinen internen 4 GB-Speicher auch die Installation nützlicher Apps zur Wiedergabe (Webbrowser, Media-Player, WPS Office u.v.m.) von Inhalten. Für eine komplett drahtlose Verbindung für PCs oder Notebooks sorgt hier die BenQ QCast App und macht das Display so besonders flexibel für den Einsatz. Abgerundet wird das Ganze durch die X-Sign Design- und Management-Software, mit der Unternehmen eigenständig und komfortabel digitale Inhalte aller Art erstellen, bearbeiten, verwalten und direkt auf dem smarten Signage-Display abspielen können.

Mehr entdecken auf [BenQ.de](http://BenQ.de)

**benq**

Because it matters



# Spezialisierung nimmt weiter zu

**Der DS-DACH-Markt wächst immer noch zweistellig. Die Hardwarepreise fallen aber – aufgefangen von hochwertigeren, teureren Geräten.**

Mit 14 Prozent Wachstum hat der Digital Signage-Markt im Kalenderjahr 2014 etwas langsamer zugelegt als im Vorjahr. Dennoch kommt er auf ein Volumen von 762 Millionen Euro. Nach wie vor ist Digital Signage ein überproportional steigender Wirtschaftszweig, wie zwei Beispiele zeigen.

Vergleicht man die Entwicklung des DS-DACH-Marktes mit dem allgemeinen Wirtschaftswachstum in den drei Ländern, zeigt sich, wie groß die Dynamik weiterhin ist. Denn die Wirtschaft wuchs im gleichen Zeitraum in Deutschland um 1,6 Prozent, in der Schweiz um 1,3 Prozent und in Österreich um 0,3 Prozent. Auch verglichen mit ähnlichen Sektoren steht Digital Signage für überdurchschnittliche Wachstumsraten. So wuchsen die weltweiten IT-Ausgaben 2014 um 1,9 Prozent auf gut 3,7 Billionen US-Dollar an, wie Gartner errechnete. Für 2015 prognostiziert der Marktforscher ein Wachstum von 2,4 Prozent auf mehr als 3,8 Billionen Dollar.

Kein Wunder also, dass sich auch 2014 immer wieder Unternehmen diesem Markt zuwenden. Dies äußerte sich insbesondere in Übernahmen durch bisher branchenfremde Firmen. Beispielsweise übernahm die Gundlach Gruppe das Unternehmen ISS – und Cancom verliebte sich Didas ein. Für Kunden hat das positive Effekte. Denn die zumeist kleinen DS-Anbieter werden auf diese Weise auf eine

finanziell bessere Basis gestellt. Für die DS-Unternehmen ist die Entwicklung ebenfalls von Vorteil, weil die Käufer zumeist zusätzliche Services aus ihrem Bestandsgeschäft schaffen und darüber hinaus Zugänge zu neuem Kundeklientel.

Neben Übernahmen, Zusammenschlüssen und neuen Playern wächst die Branche auch personell. Und zwar mit 250 bis 300 neuen Stellen, verteilt auf in etwa 50 Prozent der Branchenfirmen.

## Hardware: langsames Wachstum

Die gesamte Branche unterteilt sich nach wie vor in drei Bereiche: Hardware, Software und Service. Und wenn auch mehr als 50 Prozent der gesamten Wert schöpfung im Digital Signage-Markt immer noch aus dem Sektor Hardware kommen: Er wächst langsamer als andere Bereiche und die Umsätze steigen langsamer an.

Die Entwicklung bei den Displays macht es deutlich: 2014 brachten die Hersteller es nach Stückzahl auf ein Plus von 12 Prozent – unterm Strich ergibt sich dabei lediglich ein Umsatzplus von 4 Prozent. Betrachtet man ein konkretes Beispiel, fällt die Entwicklung noch klarer aus. 2014 kostete ein professionelles Display im Durchschnitt rund 1.250 Euro. Dieser Mittelwert liegt 8 Prozent unter dem des Vorjahrs. Die weitere Verbreitung von Entry Le-

DIGITAL SIGNAGE-GESAMTMARKT DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ 2009-2014 (IN MIO. EUR)

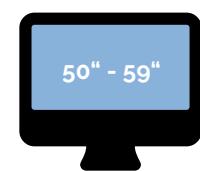
| JAHR | INTEGRATOREN | DISPLAYS | SOFTWARE | MEDIAPLAYER | DOOH  | ANDERE* | GESAMT |
|------|--------------|----------|----------|-------------|-------|---------|--------|
| 2009 | 112 €        | 106 €    | 15 €     | 15 €        | 67 €  | 15 €    | 330 €  |
| 2010 | 135 €        | 100 €    | 18 €     | 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 €  |
| 2014 | 235 €        | 190 €    | 35 €     | 44 €        | 218 € | 40 €    | 762 €  |

\* Beinhaltet Content, Hardware, Consulting, Media.

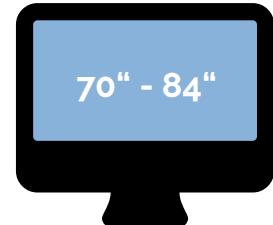
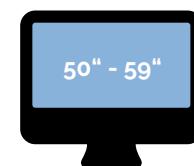
Anmerkung: Alle Angaben beruhen auf Meldungen der Unternehmen oder auf Schätzungen durch einen Fachbeirat.  
Quelle: Meko Ltd, invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2015/16“

# DIGITAL SIGNAGE IN DACH 2015

## SIZE MATTERS



Top 3 Displaygrößen nach abgesetzter Stückzahl



Top 3 Displaygrößen nach Wachstum bei abgesetzten Stückzahlen

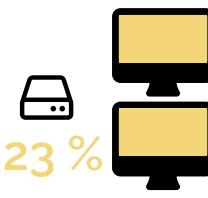
## EINZELGÄNGER

77 %



aller Medioplayer betreiben ein Display

23 %



betreiben zwei oder mehr Displays

## WINDOWS DOMINIERT



65 %



18 %



9 %



6 %

Marktanteile Betriebssysteme in Digital Signage-Installationen (in Anzahl an Projekten)

## LIEBER DRAUSSEN



78 %

Extern



14 %

Slot-in  
(OPS etc.)



8 %

Built-in  
(SoC etc.)

Arten von Mediplayern in Digital Signage-Projekten

vel-Geräten und Small Signage Displays verstärken den Effekt. Allerdings können hochwertige Geräte – beispielsweise Ultra HD-Screens und Large Format Displays ab 70 Zoll – die insgesamt für immerhin ein Viertel der verkauften professionellen Displays stehen, dies gut ausgleichen. Auffallend war ein starkes Wachstum bei den 60- und 70-Zöllern. Große Größen werden auch im großen Stil bezahlbar. Zudem ist die Technik für den weitestgehend störungsfreien Betrieb ausgereift.

Der gesamte Displaymarkt verteilt sich nach dem Schema 25/50/25: günstige Einstiegsmodelle (Value Line) bringen es auf 25 Prozent und die Mittelklassmodelle (Mid-Range) auf 50 Prozent. Der High-End-Bereich mit Modellen der Topklasse erreicht wiederum einen Anteil von 25 Prozent.

Aktuell sorgen alle speziellen Displaysegmente für besonders gute Margen. Dazu gehören bestimmte und stark nachgefragte Touchtechnologien wie PCAP, High-Brightness Screens sowie Videowall-Modelle mit schmalem Bezel. Entsprechend spezialisierte Hersteller wie iiyama oder Dynascan profitieren davon.

Die Top 3 der Displayproduzenten ist unverändert: Nach wie vor führt Samsung die Liste an. Allerdings wuchs der Hersteller 2014 nur gering. Das Gros des Wachstums erzielten die Koreaner mit Small Signage Displays. Nach wie vor auf Platz 2 steht NEC, dicht gefolgt von LG. Auch sie verzeichneten 2014 ein insgesamt leichtes Wachstum.

### Software: spannender Sektor

Der Bereich Software – er steht für 15 Prozent der Wertschöpfung – ist aktuell am spannendsten. Im Softwareartikel in diesem Heft (Seite 38 ff.) erläutern wir die dortigen Marktverschiebungen näher, zu denen ein Wechsel an der Spitze gehört: Grassfish löst Scala auf Platz 1 ab. Analog zur Hardwareseite ist hier der Markt für Einstiegslösungen gewachsen, während auf der entgegengesetzten Seite weiterhin sehr spezielle und margenträchtige Lösungen gesucht sind. Durchschnittlich steigerten die Softwareanbieter ihre Umsätze 2014 um 17 Prozent. Durch das Auftreten von Displayherstellern als Gesamtanbieter, die mit eigener Software inzwischen gut vertreten sind (Samsung mit MagicInfo), sowie IT-Anbietern, die nun auch auf Digital Signage setzen, müssen angestammte Player innovativer werden.



Die können beispielsweise im Bereich Multichannel gefragt sein. Zwar werden auf Projektseite bisher eher kleinere Multi- oder Omnichannel-Rollouts festgestellt. Aber immer mehr große Flagshipstores werden entsprechend ausgestattet.

Mal ist es lediglich der einzige Deutschland-Flagship-Store wie beim Dessouslabel Hunkemöller – aber mit Media Markt und Saturn setzen auch zwei große Elektrofachmarktketten auf jeweils eine Vorzeigefiliale. Hinzu kommen Shop-in-Shop-Installationen auf kleinem Raum, bei denen eine entsprechend angebundene Software die zahlreichen Varianten des Sortiments abbilden muss. Hier läuft etwa seit 2014 ein deutschlandweites Projekt der Sportmarke Tao.

#### **Services: starke Wertschöpfung**

Inzwischen bestimmt der Bereich Services mehr als ein Drittel der Wertschöpfungskette, insgesamt 35 Prozent. Die unter Technik subsummierbaren Teile – also Installation, Betrieb und Wartung – machen 20 Prozent des DS-DACH-Marktes aus. Und die Integratoren können entsprechend auf einen Umsatzanstieg von 12 Prozent im Jahr 2014 verweisen. Allerdings haben auch sie, wie der Gesamtmarkt, gespürt, dass im Vergleich zum Vorjahr eine insgesamt verhaltenere Stimmung herrschte. Generell bewegen sich weite Teile des Marktes hin zum

Kunden. Distributoren versuchen verstärkt, die Integratorenrolle einzunehmen, und bieten Beratung und technische Services an. Oft auch mit Direktgeschäft. Dadurch konkurrieren sie mit Integratoren. Auch die Displayanbieter treten teilweise in diesen Wettbewerb.

Die Content-Services stehen für 15 Prozent der Wertschöpfung. Die Kreation ist nach wie vor eine Nische: Hier gibt es nur wenige spezialisierte und erfahrene Anbieter. Künftig werden die etablierten Digitalagenturen einsteigen, die von ihren Bestandskunden aufgefordert werden, Digital Signage-Inhalte zu kreieren. Digitalagenturen übernehmen oft die Aufgabe, spezielle Apps für interaktive Anwendungen zu programmieren. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis sich diese Agenturen stärker Digital Signage zuwenden.

Damit die Marktteilnehmer weiter wachsen können, müssen sie die Innovationstreiber anpacken, ohne dabei das Tagesgeschäft aus den Augen zu lassen. Rollouts mit hunderten von Playern, Multichannel-Projekte mit Spezialsoftware oder exklusive, langlaufende Verträge für die Wartung: All das gibt es, und es ist erstrebenswert. Für Marktneulinge sind diese Projekte de facto nicht erreichbar. Die Etablierten dagegen spezialisieren sich tendenziell weiter oder diversifizieren, unabhängig von der Unternehmensgröße.

**TOP 10 ANBIETER VON PROFESSIONELLEN DISPLAYS  
DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ 2014  
(NACH UMSÄTZEN)**

| RANG | UNTERNEHMEN                            | MARKTANTEIL |
|------|--|-------------|
| 1    | Samsung Electronics                    | 42,0 %      |
| 2    | NEC Display Solutions Europe           | 18,5 %      |
| 3    | LG Electronics                         | 18,0 %      |
| 4    | Data Modul Weikersheim                 | 4,5 %       |
| 5    | Philips Professional Display Solutions | 4,0 %       |
| 6    | Sharp Electronics                      | 3,5 %       |
| 7    | Panasonic                              | 2,0 %       |
| 8    | iiyama                                 | 1,0 %       |
| 9    | AG Neovo                               | 1,0 %       |
| 10   | Sony                                   | 1,0 %       |
| -    | Andere                                 | 4,5 %       |

Quelle: Meko Ltd, invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2015/16“



## ALSO Deutschland GmbH – der Experte 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.

### Was Kunden wollen

Mit der ALSO Deutschland GmbH haben Sie einen erfahrenen Experten an Ihrer Seite, der Ihnen alles liefert, was Sie für Ihren Erfolg am Markt brauchen. Uns ist es egal, ob Sie IT-Reseller, Software-/Content-Ersteller oder Media-Agentur sind. Die extra für den rasant wachsenden DS-Markt gegründete Business Unit Digital Signage der ALSO Deutschland GmbH konzentriert sich ausschließlich darauf, die für Sie und Ihren Kunden perfekt passende Lösung bereitzustellen zu können. Und dies herstellerübergreifend und bedarfsorientiert.

Erst nach gemeinsamer 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. Nutzen Sie die Synergien aus Ihrer und unserer Projekterfahrung, professionellen Workshops, und der Verfügbarkeiten von Hard- und Software um noch erfolgreicher und schneller den Bedarf Ihrer Kunden decken zu können.

Wenn Sie Ihre Kunden mit Digital Signage einmal live begeistern wollen, besuchen Sie uns in unserem Showroom in Soest! Zur individuellen Terminabsprache oder für die Teilnahme an unseren Workshops, 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)

# DIGITAL SIGNAGE-MAP 2015



**INTEGRATION  
& DISTRIBUTION**



**HARDWARE**



**SOFTWARE  
& CONTENT**

## FULL SOLUTION-INTEGRATOREN

### DEUTSCHLAND

Cittadino  
echion  
heinekingmedia  
ICT  
iPOS24  
komma,tec redaction  
Mood Media  
MuSe Content  
Neo Advertising  
netvico  
NEXGEN smart instore  
PMS Perfect Media Solutions  
PrintScreenMedia  
Radio P.O.S.  
SEEN MEDIA  
Stüber Systems

### ÖSTERREICH

Digitale Medien Systeme  
feratel media technologies  
IT.PARK Service & Technologie  
NarComm DACH  
Pichler Medientechnik

### SCHWEIZ

ESAG  
Habegger  
JLS DIGITAL  
screenIMAGE Systems

## DISPLAYS

|                                 |                     |
|---------------------------------|---------------------|
| AG Neovo                        | MMD (Philips)       |
| Barco                           | NEC Displays        |
| BenQ                            | Panasonic           |
| DATA MODUL Weikersheim (Conrac) | Samsung Electronics |
| DynaScan                        | Sharp               |
| Elo Touch Solutions             | Sign Point          |
| eyefactive                      | Sony                |
| Eyevis                          | Toshiba             |
| iiyama                          | Viewsonic           |
| LG Electronics                  |                     |

## SOFTWARE

|                        |                     |
|------------------------|---------------------|
| ~sedna                 | Mood Media          |
| AMX                    | Navori              |
| BroadSign              | Net Display Systems |
| Cittadino              | netscreens          |
| dimedis                | netvico             |
| dZine                  | Online Software     |
| easescreen             | Provisio            |
| engram                 | SalesTV             |
| eyefactive             | Samsung             |
| Four Winds Interactive | Scala               |
| friendlyway            | screenFOODnet       |
| Grassfish              | Smartsign           |
| heinekingmedia         | STINO eyevis        |
| Innoforum              | vfree.tv            |
| komma,tec redaction    | Videro              |
| Macnetix               | Wondersign          |
| mdt Medientechnik      |                     |

# DEUTSCHLAND | ÖSTERREICH | SCHWEIZ

| TECHNICAL SERVICE-INTEGRATOREN  |  | DISTRIBUTOREN   |   |
|---|--|---|---|
| DEUTSCHLAND   | ÖSTERREICH   | DEUTSCHLAND   | ÖSTERREICH  |
| AHA-Systeme<br>AV-Solution Partner<br>BEN HUR<br>CANCOM DIDAS<br>Diboss Deutschland<br>Gundlach Intelligent Solutions<br>heinekingmedia<br>InoNet Computer<br>Media-NEL<br>NCR<br>Nordland Systems<br>Telefónica Germany<br>T-Systems International<br>xplace | DATAprix<br>Kapsch BusinessCom<br>Panatronic<br>Sycube<br>Wincor Nixdorf | ALSO<br>Arrow<br>Avnet<br>Christiansen<br>Delo<br>Ingram Micro<br>ITZ<br>Kern&Stelly<br>Kindermann<br>Littlebit<br>Maverick<br>pilot Computerhandel<br>syscomtec<br>Vitec Imago | ALSO<br>Ingram Micro<br>Maverick<br>Omega<br>SoLoiT |

| MEDIAPLAYER  | MEDIAPLAYER + SOFTWARE  | HALTERUNGEN  |
|--|---|--|
| ADVANTECH<br>AOPEN<br>Concept<br>Congatec<br>Fujitsu<br>Giada<br>IAdea | InoNet<br>Kontron<br>Lionsdata<br>Littlebit<br>smilplayer<br>spo-comm | Acer<br>BrightSign<br>Onelan<br>SpinetiX<br>STEP Electronic<br>ZOTAC |

| CONTENT-AGENTUREN   | CONTENT-LIZENZIERUNG   |
|---|--|
| 3Sixty:TV<br>baermedia<br>Cittadino<br>Digitale Medien Systeme<br>echion<br>JLS DIGITAL<br>komma,tec redaction<br>MuSe Content<br>Neo Advertising<br>Oestreicher+Wagner<br>Online Software<br>pilot Screentime<br>PrintScreenMedia<br>screenFOODnet<br>SEEN MEDIA<br>Visual Art Germany | Adversign Media<br>AFP<br>Airmotion<br>BlueFox<br>dpa<br>N24<br>n-tv<br>Promiash<br>Sky Deutschland<br>Thomson Reuters |



Bild: F. Rotberg / invidis

# Digital Signage ist keine Insel

**Neue Marktteilnehmer sowie Wettbewerb um Wertschöpfung und Kontakthoheit zum Endkunden kennzeichnen Digital Signage in Deutschland.**

Frühjahr 2015: Am Flughafen in Frankfurt startet McDonald's offiziell den flächendeckenden Einsatz von Digital Menu Boards, Easy Order-Terminals und Multichannel-Optionen in Deutschland. In den Monaten zuvor hatte es umfangreiche Pilotinstallierungen gegeben.

Herbst 2014: In Ingolstadt eröffnen kurz hintereinander zwei neu gestaltete Vorzeigemärkte von Saturn und Konzernschwester Media Markt. Wie beim Systemgastronomen starten die beiden Retailer einen Rollout, bei dem Digital Signage Teil eines übergreifenden Konzepts ist, dessen Fokus klar auf der Customer Journey liegt.

## Nachlassende Dynamik

Nachrichten wie diese erfreuen die Branche – doch ein Boom sieht anders aus. Denn die Kundennachfrage hat im Kalenderjahr 2014 etwas an Dynamik verloren. Projekte, die in der Breite ausgerollt werden sollen, stehen weiterhin unter einem enormen

Kostendruck. Demgegenüber stehen Einzelprojekte mit Flagshipcharakter: Hier wird viel ausprobiert, die Budgets sind wesentlich höher.

Wer setzt auf Digital Signage? Unabhängig von den Zielbranchen gilt: DS ist in weiten Teilen ein Business für kleine und mittelständische Unternehmen. So waren 2014 gut drei Viertel aller Projekte im KMU-Segment angesiedelt. Hierzu zählen alle Projekte mit bis zu 50 Displays. Ob Lösung für den Mittelstand oder für Konzerne: Nach wie vor hält der Trend zur Spezialisierung an. Mittlerweile können die auf vertikale Märkte fokussierten Unternehmen ihre Wettbewerbsvorteile in Form von Branchenlösungen geltend machen. Wer etwa Digital Signage für Reisebüros oder Flughäfen anbietet, ist im Vorteil.

## Discounter entdecken Digital Signage für sich

Dabei ist nicht jeder vertikale Markt gleich gut entwickelt. Der Einzelhandel ist nach wie vor ein wich-

tiger Motor für die deutsche DS-Branche. Denn im Handel werden weiterhin ein Viertel bis ein Drittel aller Umsätze gemacht. Insbesondere hier sind digitale Inszenierungselemente als Standard etabliert. Sogar Discounter pilotieren aktuell Digital Signage-Systeme – ein starkes Zeichen dafür, dass Effektivität und Kosten in einem wirtschaftlich guten Verhältnis zueinander stehen. Mit dem Trend zu digitalen Preisschildern haben Fachmärkte, Lebensmittelketten und andere Geschäfte eine weitere praktische Anwendung für sich entdeckt, die längst nicht mehr nur in Ballungszentren und Flagshipstores zu finden ist.

#### **Corporate Communication im Kommen**

Einen sehr klaren Schub haben Geschäfte mit der Unternehmenskommunikation erlebt. Vor allem die Firmenzentralen werden vermehrt ausgestattet. Anfang des zweiten Quartals 2015 ergab eine Aus-

wertung des OVAB Europe Digital Signage Business Climate Index (DBCI), dass der Marktanteil für Corporate Communications seit 2013 um 5 Prozent auf etwa 15 Prozent gestiegen ist. Klassischerweise wird in diesem Einsatzszenario mit Elementen aus dem AV-Bereich gearbeitet: Türraumbeschilderung, Wegeleit- und Besucherinformationssysteme.

In der Stärke der deutschen Handels- und Unternehmenslandschaft sieht Roland Grassberger, CEO von Grassfish, einen wichtigen Treiber für den hiesigen Markt. „Retail- und Corporate Communications-Projekte werden in der Regel von den Unternehmenszentralen großer Consumer Goods-Hersteller, Retail-Ketten und Industrieunternehmen beauftragt. Deutschland weist europaweit die größte Zahl an starken Unternehmen dieser Form auf und ist damit auch der bedeutendste europäische Markt für Digital Signage-Anbieter dieses Segments.“

Die Plätze 3 bis 5 der wichtigsten Zielmärkte belegen



BIG PAD –  
FÜR UNIVERSITÄTEN  
UND UNTERNEHMEN



## Lernen und Zusammenarbeiten neu gestalten

In Unterrichts- oder Besprechungsräumen kann es eine Herausforderung sein, alle Teilnehmer mit einzubeziehen. */This is Why:* Darum wurde das BIG PAD PN-70SC3 von Sharp entwickelt – ein interaktives 70-Zoll-Full-HD Whiteboard (IWB) - um Anwender in Bildungseinrichtungen und Unternehmen zu inspirieren, Wissen zu vermitteln und Nutzern im Alltag eine effektivere Interaktion zu erlauben.

Es hebt Kreativität, Produktivität und Effektivität auf ein neues Niveau:

- **Bestes, interaktives Display dieser Gerätekategorie** – mit leistungsstarker Audiowiedergabe
- **6-Punkt-Touch-Technologie** – zwei Personen können gemeinsam daran arbeiten oder präsentieren
- **Benutzerfreundliche Pen-Software** – ermöglicht intuitives Schreiben, Zeichnen und produktive Interaktion

Die perfekte IWB-Lösung für Bildungseinrichtungen und Unternehmen, die ein außergewöhnliches Preis-/Leistungsverhältnis erwarten. Weitere Informationen finden Sie unter [www.sharp.de/visualsolutions](http://www.sharp.de/visualsolutions). Sie können auch eine E-Mail an [europe-visualsolutions@sharp.eu](mailto:europe-visualsolutions@sharp.eu) senden.



ten 2014 die vertikalen Märkte Banking, Government und Transportation. Die Anteile dieser drei Verticals am deutschen Digital Signage-Markt liegen nah beieinander. Ob sich einer dieser drei Kandidaten künftig weiter nach vorn arbeiten wird? Da ist sich die Branche nicht einig. Allerdings gibt es Stimmen, die einen Kandidaten ausmachen. Nachholbedarf im Bereich Finance hat etwa Klaus Hofmeier ausgemacht, Area Sales Manager Germany von Scala.

#### **Druck von außen, Konkurrenz von innen**

Unabhängig vom vertikalen Markt ist die digitale Transformation mittlerweile überall spürbar – und zieht das Thema Digital Signage mit. Hierbei geht es nicht nur um Werbung und Marketing, sondern sehr oft um Prozessoptimierung, Effizienzsteigerungen und Visualisierungen. Für die Branche bedeutet dies: Weitere Spezialisierungen sind gefragt, neue Koope-

rationen werden wichtiger. Denn die klassischen Digital Signage-Anbieter bekommen Konkurrenz von IT- und Medienunternehmen, die weiter in den Markt drängen. Entweder durch den Aufkauf von etablierten DS-Unternehmen oder durch organische Prozesse.

Neben diesem zusätzlichen Innovationsdruck für die Etablierten ist innerhalb der Branche die Konkurrenz größer geworden, und dies auf mehreren Ebenen. Distributoren etwa versuchen verstärkt, die Integratorenrolle einzunehmen, und bieten beratende und technische Services an. Oft auch mit Direktgeschäft. Dadurch treten sie in Wettbewerb zu etablierten, spezialisierten Integratoren. Displayanbieter bringen Komplettlösungen aus Software und Hardware auf den Markt. Sie treten damit mit den Softwareanbietern und teilweise auch mit Integratoren in Wettbewerb. Die Agenturen spielen noch immer eine

**TOP 20 DIGITAL SIGNAGE-INTEGRATOREN DEUTSCHLAND 2014  
(NACH UMSÄTZEN)**

| RANG | KATEGORIE* | UNTERNEHMEN                        | UMSATZ           |
|------|------------|------------------------------------|------------------|
| 1    | TSI        | T-Systems International            | 20 - 25 Mio. EUR |
| 2    | TSI        | CANCOM DIDAS                       | 10 - 15 Mio. EUR |
| 3    | TSI        | xplace                             | 10 - 15 Mio. EUR |
| 4    | TSI        | NORDLAND systems                   | 10 - 15 Mio. EUR |
| 5    | FSI        | SEEN MEDIA                         | 5 - 10 Mio. EUR  |
| 6    | TSI        | heinekingmedia                     | 5 - 10 Mio. EUR  |
| 7    | FSI        | Radio P.O.S.                       | 5 - 10 Mio. EUR  |
| 8    | FSI        | ICT                                | 2 - 5 Mio. EUR   |
| 9    | TSI        | Media-NEL                          | 2 - 5 Mio. EUR   |
| 10   | FSI        | netvico                            | 2 - 5 Mio. EUR   |
| 11   | TSI        | InoNet Computer                    | 2 - 5 Mio. EUR   |
| 12   | FSI        | PMS Perfect Media Solutions        | 2 - 5 Mio. EUR   |
| 13   | FSI        | MuSe Content                       | 2 - 5 Mio. EUR   |
| 14   | FSI        | NEXGEN smart instore               | 2 - 5 Mio. EUR   |
| 15   | FSI        | echion Corporate Communication     | 2 - 5 Mio. EUR   |
| 16   | FSI        | komma,tec redaction                | 2 - 5 Mio. EUR   |
| 17   | FSI        | iPOS24 / Interactive Point of Sale | 2 - 5 Mio. EUR   |
| 18   | FSI        | Cittadino                          | 1 - 2 Mio. EUR   |
| 19   | TSI        | Gundlach Intelligent Solutions     | 1 - 2 Mio. EUR   |
| 20   | FSI        | Neo Advertising                    | bis 1 Mio. EUR   |

\* 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 2015/16“

# SEEN MEDIA



Dieses leckere Bio-Ei von gut ernährten freilaufenden Hühnern ist so nutzlos für den Erfolg Ihres Unternehmens wie das neueste Bildschirmmodell - 98" LED Ultra High Definition mit einer 4K Auflösung - ohne starkes Konzept und hochwertigen Content.

Hardware ist nicht genug.  
Wir machen alles, worauf es ankommt.



[www.seen-media.com](http://www.seen-media.com)



Bild: Grassfish

eher untergeordnete Rolle, sehen sich aber durch Kundenanforderungen immer mehr in der Rolle, DS-Konzepte zu entwickeln und Teile davon oder gar komplett umzusetzen.

#### **Alte Partner, neue Allianzen**

Insgesamt versuchen alle Marktteilnehmer, den primären Kundenkontakt aufzubauen und zu behalten, um dauerhafte Kundenbeziehungen aufzubauen und Folgeaufträge zu generieren. Das belastet bestehende Partnerschaften und stellt neue Anforderungen in der Kommunikation.

Auch die Spezialisierung wird weiter dazu führen, dass der Austausch innerhalb der Branche wichtiger fürs Geschäft wird. Denn der Vertrieb stellt für die meisten Anbieter immer noch ein großes Problem dar. Grund: Zumeist handelt es sich um kleine und mittelständische Betriebe, für die es schwer ist, eine leistungsfähige Vertriebsstruktur aufzubauen. Daher liegt es nahe, dass diese Spezialisten den Schulterschluss zu Großunternehmen oder Branchenpartner mit guten Geschäftskontakten suchen, um sich als Preferred Partner zu etablieren.

#### **Aktuelle und künftige Trends**

Die junge Branche hat 2014 und 2015 erlebt, wie sich neue Markttrends durchsetzten. Anhand von invidis

erhobenen Hardwaredaten sieht man sehr gut, dass sich Videowalls zum Mainstream entwickeln. Mit einem Wert von 75 Prozent ist die Nachfrage nach passenden Screens signifikant gestiegen. Besonders gesucht sind zudem Touchscreens, ob als Frame oder integriert. Man verzeichnete einen starken Anstieg auf 70 Prozent. Der Trend zu mehr Integration macht sich hier bemerkbar. Auch Sunlight Readables, sonnenlichttaugliche Displays, haben die Nische verlassen. Mit 60 Prozent hat die Nachfrage nach High Brightness-Lösungen deutlich angezogen.

Weniger ausgeprägte Trends: Integrierte Medioplayer und Small Signage. Large Format Displays mit integriertem Player sahen einen Nachfrageanstieg auf 50 Prozent. Auch am anderen Ende, bei Small Signage, gab es eine, wenn auch mäßige Bewegung. Die Nachfrage nach Displays kleiner 20 Zoll stieg auf 40 Prozent an.

Ultra HD liegt bei einer Nachfrage von 55 Prozent. Damit ist UHD an der Schwelle zwischen aktuellem und Zukunftstrend. Dennoch hat sich die Technologie generell rasch eine Relevanz im B2B-Segment erobert.

#### **Prozessorientierung und offene Plattformen**

Branchenweit relevante Entwicklungen sind aus dem Bereich Software zu erwarten, die sowohl eine

Verbreiterung der Wertschöpfungsmöglichkeiten als auch den Markteintritt branchennaher Konkurrenz bringen. Oben erwähnte Großprojekte wie das bei McDonald's oder Saturn geben klar die Richtung vor. Denn Digital Signage ist keine Insel. Softwareunternehmen sind deshalb etwa beim Trend Omni-/Multichannel nah am Puls. Hier laufen die unterschiedlichen Inputs im System zusammen, beispielsweise Interaktionen wie Touch oder QR-Codes und Einbindung von Drittdaten und diversen Geräten wie Mobile.

Immer häufiger steht in Projekten nicht Digital Signage im Vordergrund, sondern die Customer Journey im Allgemeinen. Durch die stark fortschreitende Digitalisierung wird Signage zwangsweise in diesen Projekten eingesetzt. Dies zeigt sich etwa bei der Visualisierung von Prozessen in Bereichen, die nicht kundenorientiert sind, wie der Produktion, die im Gegensatz zu den marketinggetriebenen eine einfache Rol-Kalkulation zulassen.

Die invidis-Analysten erwarten, dass sich klassische DS-Anbieter diesen Anforderungen verstärkt zuwenden oder dass diese Art der Projekte künftig durch prozessorientierte IT-Unternehmen durchgeführt werden.

Immer wichtiger wird die Möglichkeit, Hard- und Software in Bestandssysteme zu integrieren und dem Kunden schnelle und qualitativ hochwertige Integrationsdienstleistungen anbieten zu können. Insbesondere die Softwareanbieter sind damit gefordert, ihre Lösung an die aktuellen und zukünftigen Anforderungen, die durch Internetapplikation und Mobile-Integration getrieben werden, anzupassen. Ein wichtige Stichwort sind in diesem Zusammenhang: offene Plattformen, die Partnern die Möglichkeiten geben, Anpassungen eigenständig für Kunden umzusetzen.

Zusammengefasst: Der zentrale Impulsgeber ist die allgemeine digitale Transformation.



## Vangenhassend

Digitale Informationssysteme  
Leitsysteme

Digital Signage  
Wayfinding Systems

„Mit designage® outdoor von Vangenhassend bringen Sie Ihre digitalen Botschaften auch im Freien zum Leuchten!“

Vangenhassend bietet komplett, designorientierte digitale und statische Lösungen zur Orientierung und Vermittlung von Informationen und Werbebotschaften für den In- und Outdoorbereich.

Vangenhassend GmbH  
Am Ökotop 23  
D-40549 Düsseldorf  
Telefon +49.211.56 54 96 - 0  
info@vangenhassend.de  
www.vangenhassend.de



Bild: Gewista

## Klein, aber dynamisch

**Österreich ist der kleinste DS-DACH-Markt, allerdings dynamischer als Deutschland. Der vertikale Markt Banking hat an Gewicht gewonnen.**

Noch im Jahr 2014 begannen in Österreich zwei große Bankengruppen damit, neue Filialkonzepte umzusetzen, bei denen jeweils Digital Signage und kanalübergreifende Services eine zentrale Rolle spielen: Es sind die Erste Bank und Bank Austria, und damit Sparkasse und Privatbank. Sie setzen strategisch auf ein Multichannel-Konzept und damit auf die Kanäle des stationären Handels, auf die mobile und die Onlinenutzung.

Abgeschlossen sein dürften diesen beiden Projekte nicht vor 2016. Ihre Größe und die Flächenabdeckung des Landes mit neuen (Vorzeige-) Filialen zeigen: Im Vergleich zu den Vorjahren hat in Österreich der Sektor Banken für die Digital Signage-Anbieter an Bedeutung gewonnen.

Zwar kann Österreich lediglich 10 Prozent der Umsätze im DS-DACH-Marktes für sich verbuchen. Und die jeweilige Dynamik hängt stark von ein, zwei vertikalen Märkten ab. Dennoch erreicht das Land ein errechnetes Wachstum von 15 bis 20 Prozent – und liegt damit vor Deutschland.

Wie entwickelt andere vertikale Märkte sind, zeigt ein weiteres Beispiel: Der Markt für Wartezimmernetzwerke ist ausdifferenzierter als beim großen Nachbarn. Insgesamt sind österreichweit etwa 1.500 Screens in allen Wartezimmernetzen im Einsatz. Damit sind sie im Vergleich zu Deutschland deutlich etablierter.

Denn nimmt man das Verhältnis der Marktanteile als Maßstab (1:10), müssten in Deutschland 15.000

Screens in Betrieb sein. Dies ist aber nicht der Fall. Aktuell sind innerhalb der deutschen Wartezimmer-Netzwerke nur etwa 8.500 Bildschirme installiert. In Österreich sind das Unternehmen Vita TV, das seit Ende 2013 zu TV-Wartezimmer aus Deutschland gehört, und das österreichische TV-Wartezimmer zwei der marktdominierenden Player. Mit y-doc gibt es einen weiteren sehr großen Anbieter, der sein Netz ausbauen möchte. Geht die Expansion bei den Netzwerken im österreichischen Markt weiter, könnten dort im Verhältnis bald doppelt so viele Screens etabliert sein wie in Deutschland.

#### **Software: lokale Champions treffen auf Konkurrenz**

Eine weitere Besonderheit sind zwei lokale Champions: Grassfish und Easescreen von Pichler Medientechnik beherrschen den Softwaremarkt, was auf absehbare Zeit so bleiben dürfte. Dennoch gab es

Bewegung: Bislang spielte Scala keine große Rolle; der Anbieter begann deshalb im Laufe von 2014 damit, das DACH-Team zu verstärken. Ausdrücklich will man in Österreich und der Schweiz an Bedeutung gewinnen. Dies ist teilweise schon gelungen, denn beim oben erwähnten Projekt von Bank Austria kommt Scala zum Einsatz.

#### **Einstieg und Ausbau: Digital-out-of-Home**

Ein weiterer Teilmarkt hat sich in Österreich ebenfalls erfreulich weiterentwickeln können: die digitale Außenwerbung. Zwei große Player haben sich in diesem Markt besonders engagiert. Infoscreen Austria hat das Netzwerk auf inzwischen deutlich mehr als 2.000 Screens ausgebaut. Und zeigt damit, wie man mit DooH im Bereich öffentlicher Nahverkehr kontinuierlich wachsen kann. Eine besonders hohe Signalwirkung geht von Gewista aus. Denn der österreichische Außenwerber hat mit seinem Einstieg

**SHARP**

**BIG PAD – FÜR BIG BUSINESS**

**Promotion of Digital Strategies**

- 1. V. größter Markt für neue Werbetechnologien
- 2. V. schnellste Wachstumsrate
- 3. V. höchste Nutzerzufriedenheit
- 4. V. höchste Nutzerzufriedenheit
- 5. V. höchste Nutzerzufriedenheit
- 6. V. höchste Nutzerzufriedenheit
- 7. V. höchste Nutzerzufriedenheit
- 8. V. höchste Nutzerzufriedenheit
- 9. V. höchste Nutzerzufriedenheit
- 10. V. höchste Nutzerzufriedenheit

**Beispiellose Interaktivität**

Manchmal lohnt es sich zu warten. *This is Why*: Darum präsentiert Sharp mit dem interaktiven 80-Zoll-Full-HD Whiteboard (IWB) BIG PAD PN-80TC3 das Highlight aus fünf Jahren Innovation im Bereich interaktiver Display-Lösungen.

Es erweitert die Möglichkeiten für Kreativität, Produktivität und Effektivität grundlegend:

- **Kapazitiver 10-Punkt-Touchscreen** – dadurch können bis zu 4 Personen gemeinsam auf dem Screen arbeiten
- **Reibungslose Interaktivität** – der Schreibvorgang fühlt sich ganz natürlich an
- **Kinderleichte Bedienung** – mit intuitiver Pen-Software und drahtloser (BYOD) Konnektivität

Die perfekte IWB-Lösung für Anwender in Unternehmen, die höchste Leistung erwarten. Weitere Informationen finden Sie unter [www.sharp.de/visualsolutions](http://www.sharp.de/visualsolutions). Sie können auch eine E-Mail an [europe-visualsolutions@sharp.eu](mailto:europe-visualsolutions@sharp.eu) senden.

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

in DooH – in Wien startete ein Großprojekt mit etwa 300 Screens an U-Bahnstationen – gezeigt, wie groß das Potenzial in diesem vertikalen Markt weiterhin ist. Neben Integratoren und Softwareanbietern dürfte auch die Hardwareindustrie davon profitieren.

Weniger stark ausgeprägt ist die Dynamik in zwei anderen vertikalen Märkten: Einzelhandel und Corporate Communication. Grund dafür: Retail-Ketten oder Consumer Goods-Hersteller, die in Corporate Communication-Projekte investieren, haben ihre Zentralen tendenziell eher in der Schweiz oder Deutschland. Insofern hat Österreich in diesem Aspekt einen gewissen Standortnachteil.

#### **Integratoren: Heimspiel**

Auf der Seite der Integratoren haben starke heimische Anbieter das Sagen: Kapsch und feratel führen die Liste an. Die größten Integratoren in Österreich kommen jeweils auf Umsatzgrößen von 2 bis 5 Millionen Euro. Das entspricht in etwa der Umsatzgröße eines mittelgroßen Schweizer Integrators.

Kapsch ist als wichtigster IT-Integrator traditionell bei den Endkunden stark aufgestellt. Nach wie vor kann man auf einen festen Kundenstamm verweisen. Österreichs sehr gut verankerte Integratoren bieten auch besondere Dienstleistungen an, die sie etwa von zahlreichen deutschen Anbietern unterscheiden.

Feratel konnte im Kalenderjahr 2014 knapp den 2. Rang erobern. Das Unternehmen hat sich auf den

Zielmarkt Tourismus und Skigebiete spezialisiert. Man findet an immer mehr Lift- und Gondelstationen digitale Anzeigesysteme. Zugleich können diese DS-Installationen für DooH-Werbung genutzt werden. Angeboten werden die Systeme von der Tochter sitour, die allein in Österreich 200 Bergsportgebiete zu seinen Partnern zählt. Weltweit ist situr Marktführer im Bereich Bergsportinformation und Werbeflächen – das Gesamtportfolio, zu dem die digitalen High Brightness-Infosysteme gehören, umfasst rund 1.000 Alpin-Destinationen in acht Ländern. Im Frühjahr 2015 fügte das Duo feratel situr dem Portfolio eine neue Panoramainfoanlage mit 75-Zoll-Screen hinzu.

Mit Pichler Medientechnik, im Ausland eher für die hauseigene Software Easescreen bekannt, gibt es einen dritten, lokal verankerten Integrator. Durch die enge Verzahnung von Software und Integration kann eine hohe Wertschöpfung stattfinden.

Digital Signage in Österreich wird weiterhin von landesspezifischen Vorteilen wie diesem profitieren: Nationale Rollouts können deutlich schneller durchgeführt werden als im wesentlich größeren Deutschland.

Dadurch lassen sich Trends schneller umsetzen. Nicht umsonst gilt Österreich innerhalb der DS-Branche mit der Schweiz als ein sehr dynamischer Markt. Zudem hat das Land eine Toröffnerfunktion: Die Nähe und Verbundenheit mit den Ländern Zentral- und Mitteleuropas bieten kurz- und mittelfristig zahlreiche Chancen für die Österreicher.

**TOP 10 DIGITAL SIGNAGE-INTEGRATOREN ÖSTERREICH 2014  
(NACH UMSÄTZEN)**

| RANG | KATEGORIE* | UNTERNEHMEN                    | UMSATZ         |
|------|------------|--------------------------------|----------------|
| 1    | TSI        | Kapsch BusinessCom             | 2 - 5 Mio. EUR |
| 2    | FSI        | feratel media technologies     | 2 - 5 Mio. EUR |
| 3    | FSI        | Pichler Medientechnik          | 2 - 5 Mio. EUR |
| 4    | TSI        | Panatronic                     | 1 - 2 Mio. EUR |
| 5    | FSI        | NarComm DACH                   | 1 - 2 Mio. EUR |
| 6    | TSI        | SoLo IT Solutions & Consulting | 1 - 2 Mio. EUR |
| 7    | FSI        | DMS Digitale Mediensysteme     | bis 1 Mio. EUR |
| 8    | TSI        | Wincor Nixdorf International   | bis 1 Mio. EUR |
| 9    | TSI        | DATAplexx                      | bis 1 Mio. EUR |
| 10   | FSI        | IT.PARK Service & Technologie  | bis 1 Mio. EUR |

\* 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 2015/16“



# digital signage

Das Fachmagazin  
für digitale Werbe- und  
Informationssysteme

## Kostenloses Testexemplar

Einfach ausfüllen und per Fax an:

**08178 / 86786-30**

**JA**

Bitte senden Sie mir eine kosten-  
lose Ausgabe des Fachma-  
gazins **digital signage**.

Bin ich an einer weiteren Zusendung der Fachzeitschrift nicht interessiert, schicke ich eine kurze Mitteilung an den Verlag. Lasse ich nichts von mir hören, erhalte ich **das Fachmagazin digital signage 4x jährlich zum Vorzugspreis von 26,- € zuzüglich Porto + MwSt.**

(Im EU-Ausland kosten 4 Ausgaben 41,40 € inkl. Porto, unter Angabe der Umsatzsteuer-ID Nummer. Zahlbar durch EU-Überweisung oder Kreditkarte)

Name/Firma

Ansprechpartner

Straße

PLZ/Ort

Postfach

Telefon/Telefax

E-Mail

### Datum/Unterschrift

Der Bezug kann jederzeit gekündigt werden. Zuviel bezahlte Beträge werden Ihnen umgehend zurückerstattet.

### Unterschrift zur Widerrufsbelehrung

Ich kann diese Bestellung innerhalb 10 Tagen widerrufen.

Im EU-Ausland bitte angeben!

Umsatzsteuer-ID Nr.

**WNP**  
VERLAG

WNP VERLAG GMBH  
Eichendorffweg 1  
D-82069 Hohenstaufen  
Fon 08178 / 86786-0  
abo@wnp.de



## Das Fachmagazin

4-mal jährlich alles zum Thema Digital Signage

**Für alle Abonnenten!**  
E-Paper auf Tablet und PC  
jetzt kostenfrei lesen!



App laden und los geht's!



digital-signage-magazin.de



Bild: Inputech

## Trendsetter mit eigenen Gesetzen

**Von wegen klein: Geht es um DS, ist die Schweiz groß. Ihr Markt steht in der DACH-Region an zweiter Stelle. Und die Nachfrage ist rege.**

Seit jeher ist die Schweiz sehr technologieaffin. Das betrifft auch den Digital Signage-Markt. Mit insgesamt 15 Prozent Anteil am DACH-Volumen ist das kleine Land relativ gesehen sehr groß. Und die Entwicklung hält an. Denn mit 20 Prozent Wachstum gilt die Schweiz als der dynamischste der drei Teilmärkte.

Hatte das Jahr 2013 zahlreiche kleine und mittelgroße Projekte sowie Piloten gesehen – kleinere Retail-Ketten und mittelständische Filialisten waren die Auftraggeber – kam es 2014 vermehrt zu Rollouts mittlerer und größerer Projekte. Deren Planungen waren zumeist im Vorjahr bereits angelaufen.

### Nationale Player dominieren

Profitiert haben in diesen Fällen in erster Linie die

originär Schweizer Anbieter. Beispielsweise wurde im ersten Halbjahr 2014 das mit 900 Standorten größte Retail-Netz der Schweiz aufgebaut, das sich in den „k kiosken“ von Valora befindet. Damit hat die PoS-Werbung für Tabakwaren eine neue, zeitgemäße Plattform. Als Generalunternehmer konnte Screenfoodnet profitieren.

Übersichtlich ist der Softwaremarkt in der Schweiz: Wenige Anbieter teilen ihn sich auf. Als nationaler Champion ist Screenfoodnet der Top-Anbieter. Mit Navori gibt es ein zweites wichtiges Unternehmen, das in der Schweiz sitzt und international Bedeutung hat – hier vor allem in Asien und MENA.

Auch bei den Distributoren setzen die Schweizer auf Unternehmen aus dem eigenen Land. MobilePro und Littlebit sind die beiden Schwergewichte in diesem Bereich. Mit MobilePro hat allerdings auch

Österreichs wichtigster Distributor Omega/Panatronic einen Fuß in der Tür, weil MobilePro zur Omega-Gruppe gehört.

Die Integratorenlandschaft ist wiederum fest in eidgenössischer Hand: JLS Digital, Invertag und Habegger sind die Top 3. Während JLS als klassischer Full Service-Integrator vor allem in den vertikalen Märkten Retail und Banking unterwegs ist, ist Invertag im Transportbereich aktiv, besonders bei der SSB in den Zügen sowie an den Bahnhöfen. Habegger ist traditionell im Eventgeschäft gut vertreten. Viele stationäre Projekte einschließlich Leuchtturmprojekten wie der Ausstattung des Hallenstadions in Zürich gehören dazu.

#### **Vertikale Märkte: unterschiedliche Impulse**

Das Geschäft hat sich allgemein gut entwickelt. Beispiel Retail: Im Handel, der schon über eine Vielzahl von klassischen DS-Installationen verfügt, wurden 2014 und 2015 erste Pilotierungen mit Beacons vor-

genommen. Ein Zeichen dafür, dass Multichannel die Digitalisierung vorantreibt. Damit ist der Detailhandel, der mit 7 Prozent einer der wichtigsten Arbeitgeber in der Schweiz ist, offen für weitere Multichannel-Innovationen. Der Einzelhandel profitiert hier von der allgemein hohen Technologieaffinität der Schweizer Bevölkerung.

Crosschannel-Angebote im Bereich Food etwa gehen weg wie geschnitten Brot: Bereits 2013 bestellten die Schweizer Lebensmittel im Wert von 740 Millionen Franken direkt im Internet – laut GfK-Erhebungen deutlich mehr als in anderen Ländern. Schweizer Lebensmittelhändler verknüpfen deshalb früher als die LEH-Kollegen in Deutschland die Online- und Offlinewelt. Bei den Onlinetöchtern der Handelsketten Coop und Migros können Kunden seit einiger Zeit entscheiden, ob ihre Onlinebestellung direkt nach Hause oder an spezielle Abholstationen an Bahnhöfen oder in der Nähe von Autobahnen geliefert wird. Wichtig ist allerdings – nicht



InpuTech wurde 1993 gegründet und ist ein führendes Schweizer KMU mit den Kernkompetenzen in den Technologien Touchscreen Systeme, Digital Signage Anzeigen, Interaktive Terminals und Bedieneinheiten für die Gebäudeautomation.

Unsere Expertise ist in drei Geschäftsfelder eingeteilt:

- **Digitale Outdoor Kommunikation**
- **Digitale Schaufenster Kommunikation**
- **Digitale Indoor Kommunikation**

in diesen Bereichen sind wir Hersteller wie auch Generalimporteur von Hardware, Komponenten, Zubehör inkl. Service. Mit eigenem Lager und Logistik in der Schweiz sowie Deutschland, Engineering, Produktion, modernem Wartungs- und Reparatursystem, bedienen wir spezialisierte Handels- und OEM-Partner, Projektkunden, IT- und AV-Integratoren sowie Store- und Brandmanager, Architekten, Planer, Facility-Manager und spezialisierte Generalunternehmen.



**InpuTech AG**  
Bahnhofstrasse 47  
CH-8196 Wil ZH

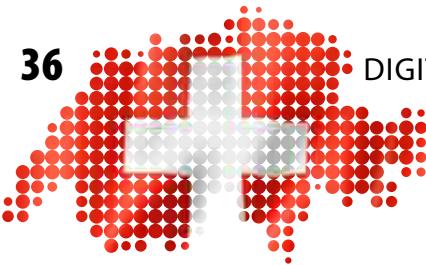
Telefon +41 44 879 20 20  
Fax +41 44 879 20 22

info@inpuTech.ch  
www.inpuTech.ch

**InpuTech SIGNAGE GmbH**  
Reiterweg 3  
D-79771 Klettgau, Bühl

Telefon +49 7742 93631-20

info@inpuTech.de  
www.inpuTech.de



nur im Lebensmittelhandel –, dass der Kunde die für ihn relevanten Informationen in jedem beliebigen Kanal komplett und ohne Abstriche erhält und hierdurch einen Anbieter als die beste Wahl für seinen Einkauf wahrnimmt.

Auch Digital Signage an Tankstellen – in Deutschland kein Boom-Geschäft – ist in der Schweiz nach wie vor gefragt. Hier existieren diverse Forecourt-Netze, die aktiv gepflegt, modernisiert und ausgebaut werden. Mit Coop Pronto pilotierte 2015 ein Tankstellennetz auch Screens in Schaufenstern. Ebenfalls gab die Digitalisierung im öffentlichen Nahverkehr der Branche Impulse. Weniger dynamisch verlief die Entwicklung im Retail Banking. Hier gibt es traditionell eine hohe DS-Penetration. Aktuell liegt der Fokus bei Banken auf Multichannel-Projekten, sodass sich hieraus mittelfristig wieder mehr Bewegung ergeben kann.

Ein weiterer Trend, den es in dieser Ausprägung aktuell nur in der Schweiz gibt: Digital Signage in Education-Anwendungen. Hardwarehersteller, und besonders Vertreter der Displayindustrie, berichten übereinstimmend von mehr Projekten in diesem Bereich. Außerdem wird DooH weiter ausgebaut.

#### **Schweizer in Deutschland, Deutsche in der Schweiz**

In Deutschland sind Schweizer Branchenunternehmen tendenziell selten unterwegs. Wenn, dann oft mit eigenen Töchtern, die auf Euro-Basis arbeiten können. Doch trotz Franken-Stärke gibt es einen Austausch: Navori etwa hat 2014 seine Bemühun-

gen verstärkt und wird von einigen deutschen Händlern beziehungsweise Integratoren genutzt. Auch Spinetix hat sich in Deutschland als Lösungsanbieter etabliert. Hier ist es die Kombination aus Player und Software, die erfolgreich auch außerhalb der Schweiz vertrieben wird.

Und umgekehrt? Seit Ende 2013 hat die Schweizer Marke Victorinox ihren weltweiten Flagship- und Brandstores mit Digital Signage und LED Signage eine Neuausstattung spendiert. Hier konnte beispielsweise netvico aus Deutschland punkten – bei Umsetzungen in der Schweiz, Deutschland sowie China. Besonders wichtig sind die grenz- (und währungsraum-) überschreitenden Geschäfte im Bereich Hardware. Das dürfte künftig so bleiben. Denn der Wechselkurs des Schweizer Franken zum Euro macht Cross Border Selling interessant. Es rentiert sich immer mehr, Hardware wie hochwertige Ultra HD-Screens oder größere Mengen von Large Format Displays im Euroraum einzukaufen, trotz aufwendiger Zollformalitäten. Statistisch sind diese Cross Border Deals schwer zu erfassen. Dennoch berichtet der Markt häufiger von ihnen.

Unter den drei DACH-Ländern gilt die Schweiz nach wie vor als das Land, in dem durch alle Branchen sehr viele Unternehmen von Digital Signage überzeugt sind. Bei neuen Technologietrends können die Eidgenossen zudem aufgrund schneller kompletter landesweiter Rollouts den Vorsprung wahren. Um allgemein als Motor für DACH zu gelten, ist der Markt zu klein und zu speziell. Aber Trendsetter ist die Schweiz ohne Zweifel auch weiterhin.

**TOP 10 DIGITAL SIGNAGE-INTEGRATOREN SCHWEIZ 2014  
(NACH UMSÄTZEN)**

| RANG | KATEGORIE* | UNTERNEHMEN         | UMSATZ             |
|------|------------|---------------------|--------------------|
| 1    | FSI        | JLS DIGITAL         | 10 - 15 Mio. EUR   |
| 2    | TSI        | Invertag            | 10 - 15 Mio. EUR** |
| 3    | TSI        | Westiform           | 5 - 10 Mio. EUR    |
| 4    | FSI        | Habegger            | 5 - 10 Mio. EUR    |
| 5    | TSI        | Kilchenmann         | 2 - 5 Mio. EUR     |
| 6    | FSI        | ESAG                | 2 - 5 Mio. EUR     |
| 7    | TSI        | Bison IT Services   | 1 - 2 Mio. EUR     |
| 8    | FSI        | screenIMAGE Systems | 1 - 2 Mio. EUR     |
| 9    | TSI        | SwissScreen         | 1 - 2 Mio. EUR     |
| 10   | TSI        | AVS Systeme         | 1 - 2 Mio. EUR     |

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

\*\* Gesamtumsatz enthält auch Hardwareumsätze

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

Quelle: invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2015/16“



# CREATE PERSONAL CONNECTIONS

**Deliver the right messages to the right customers at the right time.**

Retail solutions from Intel help retailers achieve the immersive, personalized engagement that delights customers and drives increased sales. Intel® technologies power digital signs that present customized offers, showcase products and services, measure real-time message effectiveness, and offer many other capabilities that enhance customers' shopping experiences.

**EXPLORE INTEL®-BASED SOLUTIONS FOR DIGITAL SIGNAGE AT [INTEL.COM/RETAIL](http://INTEL.COM/RETAIL)**



DHL Innovation Center, Bild: Deutsche Post DHL Group

## Die Top 30 in Bewegung

**SoftwaregröÙe Grassfish verweist Scala auf Platz 2. Mit Samsung kommt Konkurrenz aus dem Lager der traditionellen Hardwareanbieter.**

Das Rennen um Platz 1 ist entschieden: Grassfish ist jetzt Marktführer für Digital Signage-Software in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Österreicher konnten im Kalenderjahr 2014 in der DACH-Region mehr Lizzenzen absetzen als Scala, ihr Konkurrent aus den Niederlanden/USA.

Die Ursachen für diese Entwicklung sind unter anderem in Scalas Vertriebs- und Preispolitik zu suchen, die in den USA festgelegt wird. Während dort direktes und indirektes Geschäft schon immer traditionell nebeneinander betrieben wurden, war dies hierzulande bislang nicht der Fall. Da Scala die Direktstrategie jetzt aber in ganz Europa anwendet, ist so mancher Partner verunsichert oder gar verärgert. Als Konsequenz schaut man aktiv nach Alternativen, die man parallel anbieten kann. Dies freut die Mitbewerber, unter anderem Grassfish.

Ein weiterer Pluspunkt für Grassfish lautet: Die angebotene Software ist eine Out-of-the-box-Lösung, die in vielen Projekten ohne Anpassungen verwendbar ist. Deswegen sind Grassfish-Lizenzen günstiger als die von Scala. Der Kunde muss allerdings in Bezug auf User Experience und Funktionalität Kompromisse eingehen – was er oft genug tut, um Projektkosten zu reduzieren. Dieses Verkaufsargument, das beim Kunden gut ankommt, erkauft sich der Partner

allerdings auf Kosten der eigenen Wertschöpfung. Denn Änderungen an der Software kann nur Grassfish selbst vornehmen. Entsprechend landet der Großteil der Wertschöpfung beim Anbieter in Wien.

### Out-of-the-box versus offene Architektur

Der jetzt Zweitplatzierte Scala bietet seinen Partnern hingegen eine offene Architektur, die ein umfangreiches Customizing durch den Partner zulässt. Für diesen ist das ein klarer Vorteil, weil er damit den Großteil der Wertschöpfung selbst erbringen kann. Es wird sich zeigen, welches Konzept sich mittelfristig am Markt durchsetzen wird. Grassfish muss, um alle Kunden zufriedenzustellen, für das Customizing die entsprechenden Kapazitäten aufbauen und vorhalten. Dies ist ein unternehmerisches Risiko, das ganz auf Anbieterseite liegt. Gelingt dies nicht, drohen unzufriedene Kunden, zum Mitbewerber zu wechseln.

### Wettstreit der Vertriebsmodelle

Das Scala-Management sollte sich im Gegenzug überlegen, ob und wie weit sich die amerikanische Philosophie von direktem und indirektem Vertrieb in Deutschland erfolgreich etablieren lässt. Können beide Unternehmen ihre jeweiligen Schwä-

chen nicht überwinden, könnte es am Ende einen lachenden Dritten geben. Dies wäre ein Anbieter, der eine offene, anpassungsfähige Software mit ausreichend Entwicklungskapazitäten anbietet, die ausschließlich über geschulte Partner vertrieben wird. Wichtige internationale Player versuchen weiterhin, im DACH-Markt einen Einstieg zu finden. Beispiele dafür sind Smartsign, Four Winds Interactive, Signage Live und andere. Das beobachten neben invidis auch die Marktteilnehmer selbst. „Die Branche wird in 24 Monaten durch wesentlich mehr und verschiedene Anbieter aus unterschiedlichen Bereichen geprägt werden“, sagt etwa Klaus Hofmeier, Area Sales Manager DACH bei Scala.

#### Samsung rückt auf Platz 12 vor

Einige Treppenstufen weiter hat sich die nächste Umwälzung im Markt vollzogen: Mit Samsung gibt es einen spektakulären Neuzugang in den Top 30. Der Hersteller konnte mit MagicInfo gleich auf Platz 12 rücken.

Seit dem Einzug der SoC-basierten Hardwarelösungen zeichnete sich ab, dass Samsung eine interessante Alternative bieten möchte. Die Software hat in Bezug auf Bedienkomfort und Funktionalität einen Grad erreicht, der sie für Digital Signage-Anwendungen geeignet macht. Insbesondere durch die speziellen Videowall-Editionen hat sich der Einsatzbereich für MagicInfo stark erweitert.

Die Software funktioniert mit Samsung-Displays, ist allerdings nicht darauf beschränkt. Der Hersteller vertreibt die Lösung aktiv in Projekten – und nachweislich mit Erfolg. 2014 wurden erste Großprojekte damit umgesetzt. Das Lizenzmodell von MagicInfo sieht folgendermaßen aus: Der Kunde erwirbt eine Live-Time-Lizenz. Integrationspartner übernehmen Hosting und Softwarepflege und partizipieren so am Softwareverkauf durch Samsung.

Welche Marktteilnehmer nutzen die Lösung? Insbesondere Pro AV- und IT-Reseller sowie Agenturen setzen MagicInfo in Projekten ein. Spezialisierte DS-Integratoren werden weiterhin ihre Stammsoftware nutzen, um kundenspezifische Anpassungen vorzunehmen. Wenn von Kundenseite allerdings nur Standardfunktionalität ohne Softwarecustomizing gefragt ist, werden wohl auch etablierte Integratoren künftig MagicInfo anbieten. Damit gibt es einen neuen Softwareanbieter, der in der Lage ist, das Marktgeschehen massiv zu beeinflussen.

#### TOP 30 DIGITAL SIGNAGE-SOFTWARE-ANBIETER DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ 2014 (NACH LIZENZEN)

| RANG | UNTERNEHMEN                        | LIZENZEN*       |
|------|------------------------------------|-----------------|
| 1    | Grassfish                          | 20.000 - 29.999 |
| 2    | Scala                              | 20.000 - 29.999 |
| 3    | mdt Medientechnik                  | 20.000 - 29.999 |
| 4    | Online Software                    | 10.000 - 19.999 |
| 5    | Pichler Medientechnik / easescreen | 10.000 - 19.999 |
| 6    | Net Display Systems                | 10.000 - 19.999 |
| 7    | ~sedna                             | 10.000 - 19.999 |
| 8    | screenFOODnet                      | 10.000 - 19.999 |
| 9    | BroadSign                          | 10.000 - 19.999 |
| 10   | heinekingmedia                     | 10.000 - 19.999 |
| 11   | komma,tec redaction                | 5.000 - 9.999   |
| 12   | Samsung / MagicInfo                | 5.000 - 9.999   |
| 13   | STiNO eyewis                       | 5.000 - 9.999   |
| 14   | netscreens digitale Schaufenster   | 5.000 - 9.999   |
| 15   | Cittadino                          | 5.000 - 9.999   |
| 16   | Videro                             | 5.000 - 9.999   |
| 17   | dimedis                            | 5.000 - 9.999   |
| 18   | netvico                            | 2.500 - 4.999   |
| 19   | SalesTV                            | 2.500 - 4.999   |
| 20   | BrightSign                         | 2.500 - 4.999   |
| 21   | SpinetiX                           | 2.500 - 4.999   |
| 22   | Macnetix                           | 2.500 - 4.999   |
| 23   | friendlyway                        | 2.500 - 4.999   |
| 24   | Navori                             | 1.000 - 2.499   |
| 25   | Mood Media                         | 1.000 - 2.499   |
| 26   | Innoforum                          | 1.000 - 2.499   |
| 27   | Four Winds Interactive             | 1.000 - 2.499   |
| 28   | engram                             | 1.000 - 2.499   |
| 29   | eyefactive                         | 1.000 - 2.499   |
| 30   | Smartsign                          | 1.000 - 2.499   |

\* Anzahl der aktiven Softwarelizenzen zum 31.12.2014

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

Quelle: invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2015/16“

#### Markt passt sich an

Ein weiterer Weg, um Anteile zu gewinnen, ist der Verkauf von OEM-Lizenzen, entweder mit voller oder eingeschränkter Funktionalität. Letzteres betreibt Grassfish seit einigen Jahren sehr erfolgreich. So finden sich die CMS-Lizenzen in Appliances wie ATM, Waagen und anderen Geräten wieder. Auch Softwareanbieter wie Stinova oder die Online Software AG gehen ähnliche Wege und sind damit erfolgreich.



Bild: F. Rotberg / invidis

Darüber hinaus gibt es mittlerweile eine übersichtliche Anzahl von speziellen Lösungen für vertikale Märkte wie beispielsweise QSR, Makler und Reisebüros. Rund 20 Prozent aller Lizzenzen sind solche für Branchenlösungen mit optimierter Funktionalität für dezidierte vertikale Märkte. Die OEM-Lizenzen machen rund 5 Prozent des Anteils aus. Neben der Spezialisierung ist eine stärkere Aufteilung des Marktes in Low-Cost- und High-End-Lösungen sichtbar.

Auf der Low-Cost-Seite stehen Lösungen auf Basis von Android-Hardware oder aber die SoC-Lösungen der Displayanbieter. Auf der High-End-Seite stehen maßgeschneiderte Lösungen, die auf Kundenwunsch spezifisch erstellt werden. Sie erfordern neben dem eigentlichen Customizing eine intensive Vorarbeit mit dem Kunden. In diesem Fall macht Beratung durch den Integrator oder einen unabhängigen Dritten Sinn.

Das Hosting übernimmt der Endkunde zumeist noch selbst. Hier zählen besonders die Kosten, wenn beispielsweise die bestehende IT-Infrastruktur inhouse schon ausreichend vorhanden ist. Auch Sicherheitsgründe spielen eine Rolle. Denn die IT-Sicherheit steht bei deutschen Unternehmen seit den letzten Jahren verstärkt auf der Agenda, Stichwort: NSA-Skandal.

#### **Software und Agenturen**

Wenn auch der Direktvertrieb weit verbreitet ist, bieten zwischen 50 bis 60 Prozent der Entwickler ihre Software auch über Distributoren an. In der Hoffnung, über AV- und IT-Systemhäuser neue Märkte indirekt zu bedienen. Immer öfter versuchen die Soft-

wareanbieter zudem, Kreativagenturen als Partner zu gewinnen. Dies ist allerdings ein schwieriges Unterfangen, weil sie Digital Signage nicht strategisch, sondern meist opportunitätsgetrieben verkaufen. Über Dienstleister in speziellen Branchen nutzen fast 70 Prozent der Softwareanbieter auch eine vertikale Verkaufsstrategie. Insbesondere in neueren Kanälen wie den Agenturen wurde 2014 verstärkt der Vertrieb forciert. Aber auch der Direktvertrieb hat weiterhin eine große Bedeutung.

#### **Betriebssysteme und Multichannel**

Auf technischer Seite zeigt sich die Branche wenig experimentierfreudig. Beispiel Betriebssysteme: Windows ist mit einem Anteil von 65 Prozent noch immer das meist genutzte – wenn auch der Microsoft-Anteil zugunsten anderer Plattformen in den vergangenen Jahren leicht zurückgegangen ist. Linux und Android folgen mit jeweils 10 Prozent, Apples iOS mit 5 Prozent. Diese Verteilung ist allerdings auch der Kundennachfrage geschuldet.

Für die meisten Installationen bietet Windows nach wie vor das beste Verhältnis zwischen Vor- und Nachteilen: Offenheit des Systems, Usability und Sicherheit überzeugen. Für spezielle Installationen, bei denen ein Mehr an Sicherheit (Linux) oder ein Weniger an Kosten (Android) gefragt ist, stehen genügend weitere etablierte Betriebssysteme bereit. Apple besetzt hingegen eine Marktnische. Hier spielen vor allem die Sicherheit oder individuelle Präferenzen der Nutzer eine Rolle.

Während allerorten von Big Data, Cross- oder Multichannel und Retail Analytics gesprochen wird, tun sich viele Softwareanbieter in diesem Bereich noch

schwer. Zwar werden die Marketingstrategen der Softwareanbieter nicht müde zu erläutern, wie wichtig Digital Signage in diesem Zusammenhang ist. In der Realität hapert es dann aber meist an der einfachen Anbindung an Drittsoftware, die für diese Zwecke genutzt wird. Die Digital Signage-Softwareanbieter versuchen immer wieder, solche Funktionen im eigenen CMS unterzubringen, anstatt nach Partnern zu suchen. Ein Weg, der so allerdings nicht funktionieren wird.

Man muss nur auf Omnichannel-Projekte schauen wie der temporäre Shop von Metro, eBay und Paypal in Bremen oder Rollouts bei Saturn und Media Markt: Kanalübergreifende Lösungen werden inzwischen auch in der DACH-Region installiert. Zeigen sich Anbieter hier innovativ, können sie sich weiter von der Konkurrenz abheben. „Das Jahr 2014 wurde geprägt durch die ersten echten Crosschannel-Umsetzungen im Handel. Die Verschmelzung von Kundenkommuni-

kations- und Vertriebskanälen wurde zu einem wirklichen Geschäftsmodell“, ist auch Jürgen Berens von Rautenfeld überzeugt, CEO der Online Software AG.

#### Ausblick für die Software

Das Geschäft mit Softwarelizenzen entwickelt sich weiterhin gut. Allerdings gibt es zu viele vergleichbare Softwareanbieter, die um zu wenige Großprojekte kämpfen und dabei das Preisniveau weiter senken. Auf Branchenlösungen spezialisierte Unternehmen haben es da einfacher. Der Zielmarkt ist bekannt, die notwendigen Funktionen sowie die IT- und Softwarelandschaft sind eindeutig definiert. Beste Voraussetzungen für den Vertrieb.

Dennoch werden universale Softwarelösungen auch künftig benötigt. Hier werden Preis, Usability, Funktionalität, Entwicklungskapazitäten, Services und Referenzen weiterhin ausschlaggebend sein. Themen, an denen die etablierten Anbieter arbeiten müssen.



**Unsere Plattform macht mehr Sinn.**

  
GRASSFISH



# Von wegen Einzelgänger

**Kaum ein Screen kommt heute noch allein daher, gerade im Handel, weil es Videowalls mittlerweile als Einstiegs- und High-End-Lösung gibt.**

Auf der Kaufinger Straße in München reiht sich ein Geschäft ans nächste. Immer mehr von ihnen setzen auf Videowalls. Mit Apollo Optik hat sich hier eine der großen bundesweit agierenden Optikerketten ebenfalls für eine Videowand entschieden – wenn auch in der kleinstmöglichen Konfiguration mit 1 x 2 Displays.

Eine neue Leichtigkeit hat Einzug erhalten. Videowalls finden sich in bester City-Lage, im Einkaufszentrum, in Unternehmenszentralen, auf Messen, in Museen und andernorts. Was für Großstädte wie Hamburg, München oder Berlin schon lange gilt, gilt nun auch für kleinere Städte. Gründe dafür gibt es einige: Allgemein sinken die Preise der Screens. Wer zwei, vier oder 16 Displays benötigt, profitiert davon. Umsetzungen mit Displays von 50 Zoll und größer sind die Folge. Zudem sind aufgrund der in den vergangenen Jahren schmäler gewordenen Bezels nahezu steglose Videowalls mit weniger Screens machbar, bei gleichbleibend zu bebauender Fläche.

## Kein Hexenwerk mehr

Die Installation einer Videowall im Jahr 2015 oder 2016 beherrschen nicht mehr nur ausgesprochene Experten. Denn die Anbieter vereinfachen Installation, Betrieb, Bespielung und Optimierung von Videowalls stetig. Die Geräte bieten mehr Funktionen, die es auch den weniger versierten Integratoren ermöglichen, Videowände in guter Qualität bei Kunden zu installieren.

Von Seiten der Zuliefererindustrie gibt es zudem immer mehr spezifische Lösungen, und dies auf allen Ebenen. Das gilt etwa für die Software, die das Design von Inhalten speziell für Videowalls ermöglicht. Beispielsweise kann das Herausrechnen von Stegen heute sehr gut über eine Software abgebildet werden. Bei den Halterungen sind inzwischen zahlreiche servicefreundliche Systeme verfügbar, die eine einfache Ausrichtung sichern und Screens per leichten Druck herausfahren lassen. Dadurch sind Videowalls an vielen Orten umsetzbar.



Bild: Hirmer

Was die Hardware angeht, hat sich nicht nur bei den Displays viel getan. Auch Mediaplayer sind mit diversen hochwertigen Ausgängen und speziellen Grafikkarten zur Ansteuerung keine Seltenheit mehr. Für geschäftskritische Anwendungen gibt es besondere, redundante Mediaplayer-Umsetzungen beim Einsatz mehrerer Screens in einer Videowall. Tendenziell hat das Verspielte, Artifizielle an Dominanz verloren. Videowalls werden seltener in einer Art Kunstwerk aufgebaut als noch vor wenigen Jahren. Installationen aus Displays in unterschiedlichen Größen und in unterschiedlicher Orientierung sind – zumindest im Einzelhandel – aus der Mode gekommen. Solche Videowalls findet man aktuell eher im Corporate-Bereich.

#### High End über Etagen hinweg

Es muss aber nicht immer Daisy Chaining sein: Es gibt in den vertikalen Märkten nach wie vor einen Bedarf an hochwertigen Lösungen, zum Beispiel im Bereich Mode. Der große Münchener Herrenausstatter Hirmer etwa installierte in seinem Stammhaus eine Videowall aus 45 Screens, die sich über die fünf Stockwerke des zentralen Treppenhauses zieht. Auch an deutschen Flughäfen werden Flight Information Display Systems (FIDS) wie in München in großen Konfigurationen aufgebaut. Hier steht die bislang größte europäische FIDS-Wall, die 24/7 funk-

## Grafikleistung pur



### KUMO III

CPU: Intel® Core i5

RAM: bis zu 16GB

GPU: NVIDIA® GT740M

Kühlung: Smart Fan

Masse: 218 x 40 x 166mm

Displays: bis zu 3

## Lüfterloser Allrounder



### WINDBOX III ADVANCED

CPU: Intel® Core i5 5. Gen.

RAM: bis zu 16GB

GPU: Intel® HD 5500

Kühlung: passiv / lüfterlos

Masse: 285 x 196 x 33mm

Displays: bis zu 3

## Video-Wall Lösung



### NOVA CUBE MULTIVIEW

CPU: Intel® Core i5-4570TE

RAM: bis zu 16GB

GPU: AMD® Radeon 7750

Kühlung: Smart Fan

Masse: 175 x 225 x 218mm

Displays: bis zu 12

## spo-comm GmbH

Otto-Kraus-Straße 4c  
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





Bild: Hirmer

tioniert. Jeder einzelne Screen wird mit Full HD-Inhalten bespielt. Das Ganze natürlich in Echtzeit. Entsprechend bietet sowohl der Softwaremarkt als auch die Hardwareindustrie hochwertige High-End-Lösungen: unter anderem spezielle h265-Decoder für die hardwarebeschleunigte Wiedergabe von nativem 4k-Inhalt, Mehrschirm-Grafikkarten und spezielle Controller. Geben Budget und Anforderung es her, können Videowalls nach wie vor eine Spielwiese für technikverrückte und detailverliebte Kunden und Dienstleister sein.

An Erscheinungsbild und Interaktivität lässt sich dabei das Maximum herausholen. Aufsätze für Bezels, um auch die letzten Stege visuell zu eliminieren, oder Touchsysteme, mit denen sich meterlange Videowalls auf Interaktivität aufrüsten lassen: Möglich ist nach wie vor eigentlich alles.

#### **Am Eingang und im Innern**

Dabei lassen sich altbewährte Branchengesetze nicht aushebeln. Besonders im Einzelhandel geht es um Effizienz und Platzersparnis. Videowalls werden in den Eingangsbereichen oder tief im Innern der Stores installiert. Am Eingang sollen sie als aufmerksamkeitsstarke Medien die Frequenz im Laden erhöhen. Videowalls in Schaufenstern sind zwar keine Seltenheit, allerdings sieht man bisher sehr selten Umsetzungen mit sonnenlichttauglichen Displays. Dies wird sich zukünftig ändern, weil die Preise für diese Gerätekasse ebenfalls sinken. Und lichtstarke Screens sind die Voraussetzung dafür, dass sich auch sonnenbeschienene Plätze für Digital Signage eignen.

Im Innern sollen die Kunden weiter in den Laden hineingezogen werden. Unter diesen Installationen gibt es zwei Klassiker: zum einen die prototypische Installation am „Ende“ des Ladens, also an der der Stirnseite gegenüberliegenden Wand. Zum anderen werden Videowalls oft an den Kassenzonen genutzt. Da diese zunehmend großzügiger gestaltet sind, werden auch die dort installierten Videowalls tendenziell breiter. Etwa bei C&A in den Münchener Riem Arcaden, wo man insgesamt 20 Screens an zwei Kassen in der moderneren 3 x 4-Matrix und 2 x 4-Matrix verbaut, oder bei Hunkemöller, wo bei Flagshipstores wie dem in Düsseldorf eher die klassische 2 x 3-Variante gewählt wurde. Videowall und Kasse – das passt.

Im Retail-Sektor ist ein neuer Trend aufgetaucht: Es gibt erste Projekte, in denen Videowände dazu genutzt werden, ein komplettes Produktsortiment zu digitalisieren – quasi als virtuelles Regal.

# acer

## Content: In ist, was drin ist

Auf Videowalls werden zumeist Imagefilme gezeigt; weniger oft zu sehen sind aktuelle Promotions. Das liegt daran, dass Videowalls relativ teuer sind und die Betrachtungsdauer kurz ist. Da die Produktion von hoch-qualitativen Inhalten für großformatige Anwendungen ebenfalls viel Geld kostet, neigen Kunden dazu, vorhandene Full HD-Inhalte zu nutzen – wie sie etwa von Marken insbesondere im Bereich Fashion zur Verfügung gestellt werden. Entsprechend ändern sich die Inhalte seltener als auf einzelnen Displays.

Interaktivität ist immer noch ein Nischenthema. Das Interagieren ist technisch komplexer als bei einzelnen Displays; außerdem ist die Akzeptanz aufgrund der fehlenden Privatsphäre bei Kunden geringer.

Bei Videowänden wird auf Kundenseite mehr in Qualität investiert. Neben schmaleren Stegen ist dies vor allem die häufiger anzutreffende exakte Kalibrierung der Displays, die eine optimale Bildqualität sichert. Dies ist arbeitsaufwendig – wird aber immer öfter genutzt, um die Investition abzusichern. Mit der Zunahme an Ultra HD-Displays gewinnt die Kalibrierung allgemein an Wertschätzung und Bedeutung, was den Trend zum akkurate Bild bei den Videowalls weiter befeuern wird.

Dies gilt für alle vertikalen Märkte. Erst recht für den Einzelhandel sowie den Bereich Corporate. Für die Präsenzen großer Firmen gilt dies im besonderen Maße. Sie wollen ihre Kunden nach wie vor am Eingang mit großflächigen und eindrucksvollen Inhalten begeistern. Neben schierer Größe gehört dazu zwingend CI-konformes Erscheinen auf jedem einzelnen Screen einer Videowall.

## „Du bist nicht allein“

Sehr schnell hat sich gezeigt, dass Videowalls aus LC-Displays nicht mehr allein sind. Der wachsende Bereich LED Signage sorgt dafür, dass die kleine Schwester Leuchtdiode durchaus auch im Retail immer öfter anzutreffen ist. Denn durch den Preisverfall bei LED-Modulen und den Wunsch, effektiv nach außen zu kommunizieren, werden sie immer öfter für großflächige Anzeigen genutzt. Allerdings wird hier ein Kompromiss zwischen Pixelpitch und Preis gewählt. Das wirkt sich auf den optimalen Beleuchtungsabstand aus. Für Installationen in Richtung Einkaufszone oder aber als Ambient-Bildfläche im Laden sieht man LEDs verstärkt im Einsatz. Beispiele für Letzteres sind seit einigen Jahren junge Modemarken. Seit Anfang 2015 setzt auch Karstadt Sports auf LED Signage im Schaufenster.



## Hardware vom Technologie-Experten

### Acer Large Format Displays der DV-Serie in 42", 46" und 55"

Die Displays der DV-Serie nutzen neueste Technologien, damit Sie Ihre Botschaften möglichst effektiv und beeindruckend darstellen können.



### Acer Digital Signage Medioplayer

Geschwindigkeit und Sicherheit neu definiert. Wählen Sie jetzt aus unserer umfangreichen Palette den für Sie passenden Medioplayer aus.



Acer Chromebox CXI®



Acer Veriton N2120G/N4630G

## + Software mit Wissensvorsprung



Mit der von Cittadino entwickelten picturemachine4® steuern Sie zentral Ihr Digital Signage Netzwerk.



picturemachine4

acer synergy Visual Partner Digital Signage Centre

## = DIE Digital Signage Komplettlösung

Gemeinsam mit Cittadino, dem starken Acer Synergy Visual Partner – Digital Signage Centre, bieten wir Ihnen eine Digital Signage Komplettlösung mit perfekt aufeinander abgestimmten Komponenten.

Das Paket beinhaltet neben dem Acer Medioplayer und den Acer LFDs die Cittadino picturemachine4®, eine anwenderorientierte Software-Lösung für das Abspielen, Erstellen und Verwalten von medialen Inhalten.



Bild: F. Rotberg / invidis

# Hohe Erwartungen

**In jeder Größe, Preisklasse und Ausführung: Medioplayer gibt es als externes Gerät, Monitor-Einschubvariante, Stick oder am VESA-Mount.**

Die Erwartungen an einen Medioplayer sind groß: Er soll alle Inhalte, die sich Kreative im Laufe eines Digital Signage-Projektes ausdenken, wiedergeben können. Ob auf einem einzelnen Bildschirm oder am besten gleich auf mehreren. Er sollte nie kaputt gehen, plötzliche Stromausfälle verkraften, in staubigen, heißen oder kalten Umgebungen widerspruchslös seinen Dienst erfüllen, erstklassige Fernwartungsfunktionen besitzen, klein und kompakt sein – und das alles bei langer Verfügbarkeit sowie zu einem attraktiven Preis! Im Idealfall ist der Medioplayer eine eierlegende Wollmilchsau. Doch wie sieht die Realität aus?

## High Quality und Verfügbarkeit

Professionelle Medioplayer zeichnen sich durch lange Produktlebenszyklen und Plattformstabilität, hochwertige Komponenten und ein durchgängiges Servicekonzept aus. Durch den Einsatz von hochwertigen Komponenten, die oftmals über viele Jahre verfügbar sind, können die Anbieter Garantieerweiterungen auf bis zu fünf Jahre anbieten. Selbst wenn der Player im 24/7-Betrieb läuft. Über die Projektlaufzeit stehen in der Regel identische oder baugleiche Komponenten für den Austausch zur Verfügung. Dabei ist wichtig, dass die Bauteile zum Betriebssystem und zu den Softwarekomponenten kompatibel sind und die Bauform sich nicht ändert. Denn oft werden Medioplayer in Möbel verbaut und dort gibt es meist nur wenig Platz und Spielraum.

## Garantierte Funktionsvielfalt

Da sich Digital Signage-Projekte stark in ihren Anforderungen an die Technik unterscheiden, bieten Hersteller neben den Standardausstattungen das komplette Customizing der Geräte an.

Als Standard haben sich mittlerweile zwei unabhängige Full HD-Ausgänge etabliert. Wer mehr benötigt, findet Medioplayer mit bis zu 24 unabhängigen Full HD-Ausgängen. Auf Seiten der Anschlussmöglichkeiten gibt es alles, was das Herz begehrte. LAN und WLAN, Legacy Port-Unterstützung, mannigfaltige Befestigungsmöglichkeiten, die bis zur DIN-Hutschiene reichen. Dabei können die Medioplayer auch komplett ohne Lüfter und bewegliche Teile konfiguriert werden, um staub- und vibrationsunempfindlich zu sein.

Für Administratoren sind Fernwartungsfunktionen besonders wichtig. Daher haben die Geräte von Haus aus Watchdog-Funktion, Wake on LAN sowie Verwaltungs- und Remotesysteme. Beispielsweise die Intel vPro-Technologie bietet umfangreiche Managementfunktionen für PCs wie eine komplette Hardwareinventarisierung sowie die Möglichkeit, PCs zu analysieren und zu steuern, selbst wenn das laufende Betriebssystem abgestürzt ist.

## Individuelle Produkte und Services

Die Individualisierung der Medioplayer ist zumeist den Projektanforderungen geschuldet. Einige Hersteller bieten einen solchen Service ab der Stückzahl eins im Built-to-order-Verfahren, kurz BTO, an.

Die Player werden dann individuell für den Kunden gebaut. Darüber hinaus gibt es weniger aufwendige Möglichkeiten des Customizing: beispielsweise Player mit eigenem Logo und Verpackung, Betankung mit vom Kunden erstelltem Master-Image sowie Services wie Lagerbevorratung, die dem Kunden den Abruf eines Systems innerhalb von 24 Stunden inklusive Versand zu einem vereinbarten Lieferstandort ermöglicht. Wer noch größere Anforderungen zu bewältigen hat, dem helfen einige Anbieter mit kompletten Neuentwicklungen inklusive notwendiger Zertifizierungen – dies allerdings erst bei größeren Stückzahlen.

#### Ausblick

Je mehr sich Kunden mit dem Thema Digital Signage auseinandersetzen, desto komplexer werden die Projekte und damit die Anforderungen, die an die Medioplayer gestellt werden. So sehen die Anbieter den Trend weg vom „Alleskönnner“-Produkt und hin zu unterschiedlichen Produktgattungen:

einfache kostengünstiges Player, wie Android-Produkte für Singlescreen-Lösungen und sehr aufwendige High-Performance-Player für Videowall-Installationen und interaktive Lösungen.

Der stärkere Einsatz von Ultra HD-Displays und damit die Fähigkeit, 4K-Inhalte wiedergeben zu können, ist die aktuelle Hürde, die High-End-Player nehmen müssen. Einfacher ist da schon die Anbindung via LTE und UMTS, die immer öfter nachgefragt wird. Die Entwicklung der Chipsetsteller, allen voran Intel, sorgt dafür, dass die Player immer weniger Strom verbrauchen und damit weniger Kühlung benötigen. Das führt zu sehr kleinen, kompakten Designs und damit zu passiv gekühlten Micro-PCs. Welche Medioplayer für den Kunden der richtige ist, kann nicht pauschal beantwortet werden. Es ist immer eine Kombination aus technischen Anforderungen, Service und schlussendlich dem Preis. Die Anbieter sind sehr gut aufgestellt und können alle Kundenwünsche befriedigen. Der Kunde muss sich nur im Klaren sein, was er letztendlich benötigt.

## Kleiner Core i5 Mini-PC

Giada i200



### i200

Intel® Core i5, HD 4400  
2x 1.3 GHz, Turbo 2.6 GHz  
Display Port, HDMI, COM, 3G

Barebone oder bestückt

Alternativ:  
Intel® Core i3 4010U, 2x 1.7 GHz  
Intel® Celeron N2957, 2x 1.4 GHz

### Reseller

Attraktive Einkaufskonditionen:  
[sales@concept.biz](mailto:sales@concept.biz)



# Ausschreibung bedeutet Ausarbeitung

**Voraussetzung für Projekterfolg ist das strukturierte Erfassen und Bewerten des Kundenbedarfs – inklusive individueller Anforderungen.**

Die Planung eines Digital Signage-Projektes stellt viele Verantwortliche vor große Herausforderungen. Obwohl digitale (Inszenierungs-) Elemente heute als wichtiger Bestandteil der Kommunikation angesehen werden, haben die Kunden nur wenig Erfahrung, auf die bei der Planung zurückgegriffen werden kann. Daher ist es ratsam, ein Digital Signage-Projekt strukturiert aufzubauen und auf professionelle Hilfe zurückzugreifen, um Zeit zu sparen und mögliche Probleme im Vorfeld aufzudecken. Ein Digital Signage-System besteht aus einer technischen und einer rein inhaltlichen Komponente. Beide Teile haben eine erhebliche Schnittmenge, die Auswirkungen auf sämtliche Projektteilnehmer und das Konzept hat. Dies muss auf dem Weg zu einer Ausschreibung berücksichtigt werden.

## Die Projekthoheit

Oftmals beginnt ein DS-Projekt in der IT-Abteilung, weil die Grundlage ein IP-basiertes Netzwerk von

Mediaplayern und Ausspielmedien ist, das zentral von einem CMS gesteuert und kontrolliert wird. Um genau zu definieren, wie das Gesamtsystem aufgebaut und der Betrieb durchgeführt werden soll, muss zuerst die Kommunikationsstrategie definiert werden. Entsprechend wichtig ist es, dass die Konzephoheit in der Abteilung angesiedelt ist, die für den inhaltlichen Betrieb des Digital Signage-Systems über die Projektlaufzeit verantwortlich ist. Je nachdem, wo und zu welchem Zweck das Digital Signage-System zum Einsatz kommen soll, sind dies in der Regel das Marketing, der Vertrieb, das Facility-Management oder die zentrale Unternehmenskommunikation. Die IT, die den Betrieb aus technischer Sicht verantwortet, sollte frühzeitig involviert werden – allerdings in der Art, dass die kreativen Phasen nicht eingeschränkt werden, sondern in Form einer steten Machbarkeitsüberprüfung im Rahmen der im Unternehmen vorgeschriebenen IT-Richtlinien.



Geplanter neuer Flughafen Istanbul, Rendering: Interbrand

### **Das Grobkonzept**

Viele Köche verderben den Brei. Dieses Sprichwort gilt nicht für Digital Signage-Projekte. Da sehr unterschiedliche Ziele in einem Kommunikationskonzept gebündelt werden, muss das Fachwissen der verschiedenen Unternehmensabteilungen vorhanden sein. Doch ein einfaches Brainstorming genügt nicht; denn hierbei ist die Gefahr zu groß, dass das Konzept zu überfrachtet ist und damit die technische Umsetzbarkeit gefährdet wird oder die Kosten aus dem Ruder laufen.

In der Vergangenheit hat es sich bewährt, die Wünsche und Vorstellungen aus den einzelnen Abteilungen in Workshops zu erfassen und abzugleichen. Dann erfolgt die Bewertung und Priorisierung der Wünsche und Vorstellungen sowie die Zusammenfassung. Dieses Grobkonzept ist die Keimzelle des Digital Signage-Projektes. Es enthält alle wesentlichen Kommunikationsziele sowie eine Definition der Verantwortlichkeiten und technischen Leitplanken.



## Digital Signage? Wir bringen Sie weiter!

MobilePro AG – Der Schweizer  
Value Added Distributor

Händler und Integratoren erhalten bei uns  
fachkompetente Beratung, Schulungen  
sowie alle relevanten Produkte für  
individuelle Digital Signage Lösungen.



Es empfiehlt sich schon bei dessen Erstellung, Experten ins Boot zu holen. Sie moderieren die Konzepterstellung und sind durch ihr umfassendes Markt-Know-how in der Lage, aktuelle Digital Signage-Trends in Form von Best Practice-Anwendungen sowie die daraus resultierenden technischen Herausforderungen einzubringen und zu bewerten. Auf Basis des abgestimmten Grobkonzeptes werden nun die fachlichen Anforderungen detailliert und in ein Fachkonzept niedergeschrieben. Das Fachkonzept beschreibt sämtliche Anwendungsfälle, die mit dem Betrieb der Digital Signage-Lösung zusammenhängen, und enthält eine ausführliche Beschreibung der digitalen Touchpoints, die entlang der Customer Journey installiert werden sollen. Das Fachkonzept wird von allen involvierten Fachabteilungen freigegeben. Damit ist gewährleistet, dass es ein gemeinsames Verständnis bezüglich der Projektumsetzung gibt.

### Die Ausschreibung

Die Ausschreibung ist eine Verdichtung der Ergebnisse des Grob- und Fachkonzeptes. Ziel ist es, für die potenziellen Anbieter ein möglichst detailliertes Bild zu skizzieren, das sämtliche Aspekte des Projektes abdeckt. Im Einzelnen sind dies:

- Kommunikationsziele und abgeleitete Leistungskennzahlen (KPIs)
- Messung und Analyse der KPIs
- Zielgruppen und Customer-Journey
- Art und Funktionalität sämtlicher Touchpoints
- Funktionale Anforderungen an das zentrale Content Management System
- Contenterstellung/-bereitstellung
- Prozesse und Freigaben
- Rollen und Rechte der Anwender
- Programmplanung und Ausspielung sowie Automatisierungen
- Software Usability sowie UX-Design (User Experience)
- Softwareintegration in bestehende Systeme
- Hard- und Softwareanforderungen
- Netzwerkinfrastruktur
- Sicherheit und Skalierbarkeit
- Betriebskonzept
- Rollout und Installation
- Service und Support
- Dokumentation und Training

Diese Informationen werden, strukturiert und thematisch zusammengefasst, in den eigentlichen Ausschreibungsunterlagen für die potenziellen Anbieter aufbereitet. Wenn notwendig, werden die einzelnen Komponenten in Lose aufgeteilt. Unter der losweisen Vergabe versteht man die Aufteilung der Leistungen nach Menge (Teillose) oder Art und Fachgebiet (Fachlose).

### Die Shortlist

Um den Aufwand für den Kunden im Rahmen zu halten, sollten Experten eine Anbieter-Shortlist aufstellen. Diese Auswahl beruht in der Regel auf den Referenzen, die die Anbieter im Markt haben, sowie auf der Größe des Digital Signage-Projektes. Es hat sich gezeigt, dass es sinnvoll ist, nach einer Kombination von Generalunternehmer und spezialisiertem Digital Signage-Dienstleister zu suchen. Der Generalunternehmer agiert dabei als erster Ansprechpartner für den Kunden und gewährleistet den reibungslosen Betrieb über die Projektlaufzeit. Der Digital Signage-Dienstleister – zumeist ein kleineres, agiles Unternehmen – übernimmt die Rolle des Experten und wählt die geeignete Hard- und Software aus. So ist gewährleistet, dass der Kunde eine Gesamtlösung erhält, die alle Anforderungen abdeckt.

### Der Auswahlprozess

Zusammen mit den Ausschreibungsunterlagen erhalten die Anbieter, die sich auf der Shortlist befinden, eine Einladung zur Vorstellung ihrer Lösung. Damit sie sich auf den Termin vorbereiten können, ist es sinnvoll, ihnen Materialien zum Erstellen von Inhalten zur Verfügung zu stellen. Für eine Präsentation sollten vier Stunden eingeplant werden. Sie sollte so aufgeteilt werden, dass auf Kundenseite nur die jeweils betroffenen Abteilungen anwesend sein müssen.

Auf die Präsentation folgt eine Bewertung des Anbieters nach unterschiedlichen Gewichtungen. Die Bewertungen werden in einer Matrix zusammengefasst, sodass eine Aussage über die Qualität der präsentierten Lösungen getroffen werden kann. In der Regel bleiben nach der Bewertung drei Anbieter übrig, deren Lösungsvorschläge gleichwertig sind. Mit ihnen kann der Einkauf in die Verhandlung gehen.

# OVAB Digital Signage-Ausschreibungsvorlagen

## Die Grundvoraussetzung

Die Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Digital Signage-Projekt ist die strukturierte Erfassung und Bewertung der Kundenanforderungen. Dabei müssen individuelle Anforderungen berücksichtigt werden. Insbesondere sind dies Vorgaben durch die IT, Prozesse für den Betrieb und Budgetgrenzen. Kunden suchen in der Regel nach einer Standardsoftware. Die individuellen Anforderungen erfordern allerdings zumeist grundlegende Anpassungen. Um allen Seiten gerecht zu werden und zu einer optimalen Lösung für Kunden und Anbieter zu kommen, ist umfangreiches Wissen im Bereich Digital Signage unverzichtbar. Daher ist es ratsam, externe Beratung einzukaufen, um den Weg zur Ausschreibung zu optimieren.

Der OVAB Europe hat sich zum Ziel gesetzt, eine Ausschreibungsrichtlinie zu erarbeiten. Sie soll Projektverantwortlichen helfen, ein Dokument zu erstellen, das sämtliche Projektanforderungen präzise beschreibt. Das Ausschreibungsdokument öffnet den Anbieterkreis in der Weise, dass geeignete Anbieter und Lösungen in den Bieterkreis aufgenommen werden.

Vor 12 Monaten begann das OVAB-Projekt unter Führung der invidis consulting GmbH und mit Unterstützung der OVAB-Mitglieder. Der Entwurf in der Version 1.06 liefert die Grundlage für eine weitere Ausarbeitung und Detaillierung der Ausschreibungsrichtlinie. Alle OVAB-Mitglieder sind aufgerufen, aktiv dabei mitzuwirken und Vorschläge einzubringen. Die Ausschreibungsrichtlinie wird in der aktuellsten Version allen Industrieteilnehmern sowie Endkunden über die OVAB-Geschäftsstelle zur Verfügung gestellt. Interessenten können das Dokument per E-Mail unter [info@ovab.eu](mailto:info@ovab.eu) mit dem Betreff „Ausschreibungsrichtlinie“ anfordern.



VISUAL ART

Shaping the  
future of digital  
communication



# Neue Digital Signage-Eventserie von ISE und invidis

**Seit Anfang dieses Jahres ein noch stärkeres Team: Die Integrated Systems Events (ISE) und invidis consulting gehen Joint Venture ein.**

Für die größte Digital Signage- und Digital-out-of-Home-Strategiekonferenz in EMEA haben die Integrated Systems Events (ISE) und invidis consulting im Februar die Kräfte gebündelt. 2015 findet der OVAB Digital Signage Summit (DSS) Europe erstmals als Joint Venture der ISE und invidis in München statt. Zwei starke Partner, die nun aus einer erfolgreichen Konferenz eine weltweite Event-Reihe entwickeln.

Der OVAB DSS Europe (ehemals OVAB Digital Signage Conference Munich) entwickelt sich damit entscheidend weiter. Denn die beiden Partner bringen das Beste aus ihren jeweiligen Erfahrungen ein. Die Münchener Konferenz wird dadurch deutlich internationaler – und als Hauptkonferenz ist der OVAB DSS Europe das führende Event einer zukünftigen Serie von Digital Signage-Konferenzen.

## Zwei starke Partner

Dieses Jahr veranstaltet invidis consulting bereits zum neunten Mal Europas führende Digital Signage- und DooH-Strategiekonferenz, die mit ihren Vorträgen nicht nur einen Überblick über den ak-

tuellen Stand sowie die Entwicklungen und Trends der Branche bietet, sondern vor allem ein Networking-Event sowie Treffpunkt für Anbieter und Anwender ist. Vergangenes Mal kamen mehr als 350 Branchenvertreter: darunter Integratoren, Hard- und Softwareanbieter, Endkunden, Netzwerkbetreiber, Medien- und Kommunikationsagenturen und Content-Anbieter. Die Veranstaltung ist auf die Themen Digital Signage und Digital-out-of-Home spezialisiert. Sie bietet Marktteilnehmern eine einzigartige Gelegenheit, sich einander vorzustellen und einen aktuellen Einblick in die Branche zu erhalten. Zusammen mit der ISE kann das Veranstaltungskonzept nun erfolgreich weiterentwickelt werden. Integrated Systems Events ist ein Gemeinschaftsunternehmen der AV-Verbände InfoComm International und CEDIA. Beide Verbände organisieren Events weltweit, von den USA über Indien bis China. Und mit der Integrated Systems Europe in Amsterdam auch die inzwischen weltgrößte Digital Signage-Messe. 2015 waren 59.000 Besucher auf der dreitägigen Veranstaltung.

## Erfolgreiches Konzept bleibt

Die ISE bringt neben ihrer langjährigen Eventerfahrung die enorme Reichweite der beiden Gesellschafter und weltweit tätigen Verbände InfoComm und CEDIA mit. invidis consulting kümmert sich weiterhin um Content und Rahmenveranstaltungen auf der Konferenz. Das erfolgreiche Konzept von Networking, internationalen Panels und Präsentationen sowie Ausstellungsbereich bleibt also auch auf dem diesjährigen OVAB Digital Signage Summit Europe erhalten – und wird ausgebaut.

Neben der Münchener Hauptkonferenz wird eine Event-Reihe an Digital Signage-Konferenzen entwickelt. Als Nächstes folgen der „Digital Signage Summit Russia“ (28./29. Oktober 2015, Moskau) sowie der „Digital Signage Summit MENA“ (16. November 2015, Dubai).



V.l.n.r.: Terry Friesenborg (InfoComm), Florian Rotberg (invidis consulting) und Mike Blackman (Integrated Systems Events) besiegeln das Joint Venture (Bild: invidis)



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.

# Qualität Vereinfachung Professionalität Vereinfachung Vereinfachung nung Vereinfachung onalität Vereinfachung Wachstum Vereinfachung Wettbewerbsfähigkeit Professionalität Qualität Wachstum Vereinfachung Qualität Vereinfachung Standards

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)

# Genaues Stimmungsbild

Der „OVAB Europe DBCI“ ist Frühindikator für die Digital Signage- und DooH-Branche und gibt dank der Fokusthemen eine detaillierte Marktübersicht.

### Was ist der DBCI?

- Der OVAB Europe DBCI ist der führende Index für die Digital Signage- und DooH-Industrie in der EMEA-Region.
- Der DBCI erfasst die jeweils derzeitige Marktsituation und gibt eine Prognose über die kommenden sechs Monate.
- Mit Zusatzfragen, die sich in jeder Umfrage ändern, fokussiert sich der DBCI auf die jeweiligen Trends und Wachstumstreiber.
- Der DBCI schafft für Markteilnehmer (Investoren und Kunden) im schnell wachsenden und dynamischen wirtschaftlichen Umfeld Transparenz.
- Der DBCI gibt ein regelmäßiges Feedback über die Top 10-Unternehmen der relevanten Segmente Displays, Integratoren, Software und Digital-out-of-Home.

### Wer erhebt den DBCI?

- Der DBCI wird von der invidis consulting GmbH zusammen mit den jeweiligen Kooperationspartnern für den OVAB Europe erhoben.

### Warum beim DBCI mitmachen?

- Sie gewinnen zusätzliche Informationen zu wichtigen regionalen Marktentwicklungen und zur Entwicklung Ihres Unternehmens im Vergleich zu Ihrer und zu anderen Branchen.
- Ende des Jahres 2015 zeigt der DBCI 75 Prozent des EMEA Public Display-Marktes.
- Er bietet Vergleichbarkeit durch standardisierte Datenerhebung über alle Länder, unter Berücksichtigung des direkten Benchmarkings zwischen den einzelnen Märkten.
- Der DBCI deckt den Markt durch die regelmäßi-

ge Befragung von Unternehmen aus wesentlichen EU-Märkten umfassend ab.

- Der Index wird auf internationalen Konferenzen und Veranstaltungen präsentiert; unter anderem dem „OVAB Digital Signage Summit Europe“.
- Durch Ihre Teilnahme steigern Sie die Aussagekraft des DBCI und tragen zu dessen Weiterentwicklung bei.

### Wieviel Aufwand bedeutet die Teilnahme?

- Schon mit einem geringen Aufwand können Sie am DBCI teilnehmen. Die Beantwortung der Fragen dauert jeweils nur circa fünf Minuten. Alle zwei Monate wird per E-Mail eine kurze Befragung durchgeführt, bei der jeweils zwei Index-Fragen plus drei Zusatzfragen beantworten werden.

### Ablauf

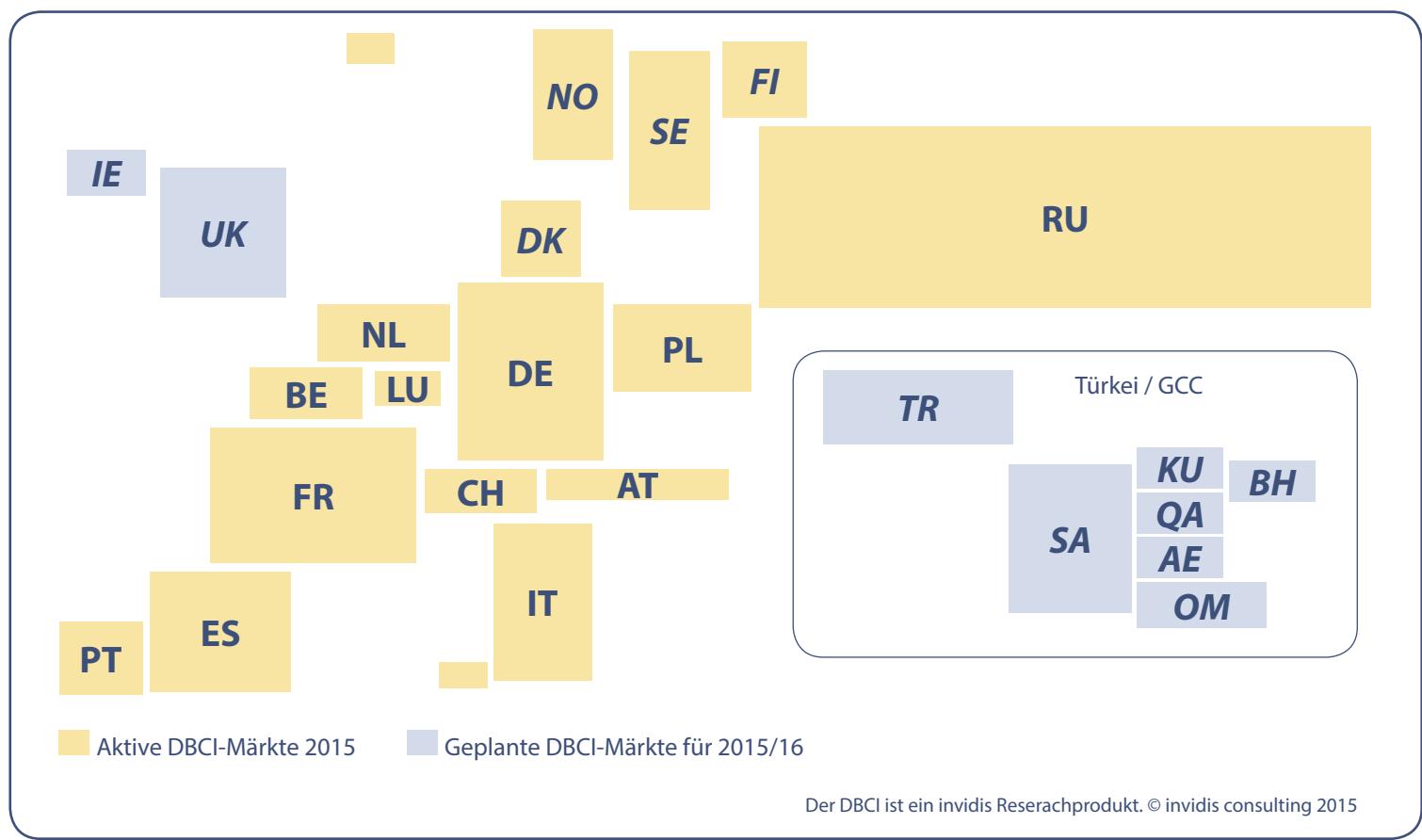
- Die Registrierung erfolgt über ein Formular. Als registrierter Teilnehmer werden Sie beim Start der jeweils aktuellen Umfrage online zur Teilnahme eingeladen. Für die kurze Befragung erhalten Sie alle zwei Monate eine E-Mail und können so bequem online am DBCI teilnehmen.

### Anonyme Auswertung

- Alle Daten der Umfrage werden anonymisiert ausgewertet und selbstverständlich vertraulich behandelt. Somit besteht kein Zusammenhang zwischen den Teilnehmern/Unternehmen und deren Antworten. Die Daten werden ausschließlich zur Erhebung des DBCI genutzt.

# DooH industry

Der DBCI (Digital Signage & DooH Business Climate Index zeigt 75 % des EMEA Public Display-Marktes:



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

Grafik: invidis consulting



# Ganzheitliche Konzepte

**Erfahren und up-to-date: invidis consulting sind Experten in Sachen Lifecycle-Management für Digital Signage & Digital-out-of-Home.**

Die invidis consulting GmbH mit Sitz in München ist ein unabhängiges und herstellerneutrales Beratungsunternehmen für Digital Signage und Digital-out-of-Home mit dem Fokus auf strategischer Managementberatung und -beschaffung. Seit 2006 auf dem Markt hat sich invidis consulting zu einem der führenden europäischen Unternehmen auf beiden Gebieten entwickelt. Das renommierte Beratungsunternehmen schafft eine einzigartige Markttransparenz; es vernetzt, informiert und unterstützt seine Kunden aus verschiedenen Branchen und unterschiedlicher Größe bei allen Fragen rund um DS und DooH. Zudem bietet invidis consulting eine persönliche Strategieberatung für Digital Signage durch kompetente Berater an.

#### **Consulting – professionelle und effiziente strategische Beratungsleistungen für DS und DooH**

Die große Anzahl an Anbietern am Markt für Digital Signage und Digital-out-of-Home erschwert die richtige Wahl der Projektpartner. Aus diesem Grund ist eine unabhängige Beratung wichtig und sollte ein Projekt von Anfang an begleiten. invidis consulting unterstützt beim Definieren von Markteintritts- und

Vertriebsstrategien sowie der strategischen Marktpositionierung und erstellt Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die anschließende Beratung erfolgt immer individuell und nach Bedarf, zum Beispiel in Workshops oder Audits.

Um erfolgreich mittels DS zu kommunizieren, müssen die zu erwartenden Ziele definiert und ein Kommunikationskonzept erstellt werden. Basierend darauf geht es um die Wahl der optimalen Hard- und Software sowie um das Erstellen eines Betriebs- und Wartungskonzeptes. Abhängig vom Einsatzgebiet und Zweck unterscheiden sich die Anforderungen an das Sendekonzept und die technische Umsetzung sehr stark. Zusätzlich erschwert die große Anzahl an Anbietern die richtige Wahl der Projektpartner.

Um ihren Kunden die bestmögliche Beratung zu liefern, befinden sich die Mitarbeiter von invidis consulting in ständigem Kontakt mit den wichtigsten Marktteilnehmern; sie analysieren Trends und neue Technologien und beschäftigen sich mit den verschiedenen vertikalen Märkten. Die Beratung des Münchner Unternehmens spricht zwei Zielgruppen an: gewerbliche Endkunden und Marktteilnehmer beziehungsweise angehende Marktteilnehmer.



invidis consulting 2015: 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**

### Research – objektive Grundlage für die Beratungsarbeit durch einzigartigen Marktüberblick

Der europäische Digital Signage- und Digital-out-of-Home-Markt ist in ständiger Bewegung. invidis consulting sorgt dafür, dass die Kunden den Überblick behalten. Das Wissen der Berater stammt aus dem Markt, in dem sich das Beratungsunternehmen bewegt. Dazu erhebt es regelmäßig Marktdaten, die exklusiv in die Beratungsleistung einfließen und die Grundlage für die Beratung bilden.

Dank invidis consulting wird der Digital Signage- und DooH-Markt systematisch und regelmäßig erfasst. Dazu gehört zum Beispiel das Digital Signage-Ranking, seit 2009 jährlich durchgeführt, aber auch die Erhebung des Digital-out-of-Home-Marktes. Über das Jahr hinweg liefern die Ergebnisse des OVAB Digital Signage-Branchenindexes (DBCI) stets aktuelle Marktzahlen, Trends und Stimmungen. Die wichtigsten Ergebnisse seiner Studien und Rankings veröffentlicht invidis consulting und stellt auf die Weise eine einzigartige Markttransparenz her. Die Erhebungen dienen allen Marktteilnehmern oder jenen, die am Markt interessiert sind, als Orientierung.

Aufgrund der frühzeitigen Fokussierung auf Digital Signage hat das Team von invidis consulting von Beginn an enge Kontakte in der Branche geknüpft und gepflegt, ist dabei aber immer anbieterunabhängig gewesen und geblieben. Im Markt wird das Unternehmen für seine persönlichen und auf Erfahrung basierenden Beurteilungen der Branche sehr geschätzt.

### Communication & Events – verständliche Kommunikation und richtige Außenwirkung der Kunden durch Beratungsexperten

Komplizierte Sachverhalte verständlich und schnell erfassbar darzustellen – das ist die Philosophie und eine der Kernkompetenzen von invidis consulting. Ob unternehmensinterne oder Stakeholder-Kommunikation: Die in München sitzenden Experten finden die

richtigen Worte und die geeigneten Werkzeuge, um Ihre Botschaft zielgruppengerecht zu vermitteln. Mit Erfahrung in den Bereichen Eventmanagement und Live Communication – national und international – sowie einem weltweiten Partnernetzwerk sorgen die B2B-Spezialisten für die richtige Außenwirkung ihrer Beratungskunden. Sie stehen gerne als Experten bei Diskussionsrunden und Kundenveranstaltungen zur Verfügung.

Durch die eigenen zahlreichen Events und Kommunikationsmittel sowie -plattformen schafft es invidis consulting, Marktteilnehmer zusammenzuführen. Sie sichern innerhalb der Branche einen regen Austausch sowie kurze Informations- und Dienstwege. Das Münchener Beratungsunternehmen unterstützt seit seiner Gründung Netzwerke und Partnerschaften in der Digital Signage- und DooH-Branche.

Das Onlinenachrichtenportal invidis.de ist das einzige Branchenportal der Digital Signage- und DooH-Industrie, das IVW-geprüft ist. Seit 2008 online ist es ein wichtiges Kommunikationsmittel, um die Marktteilnehmer näherzubringen, über den Markt zu informieren und vor allem die notwendige Transparenz zu schaffen. Der werktägliche invidis-Newsletter bietet außerdem alle aktuellen Nachrichten im Überblick. Seit 2006 veranstaltet invidis consulting Europas führende Digital Signage- und DooH-Strategiekonferenz, die mit ihren Vorträgen nicht nur einen Überblick über den aktuellen Stand sowie die Entwicklungen und Trends in der Branche bietet, sondern vor allem ein Networking-Event sowie Treffpunkt für Anbieter und Anwender ist. 2015 findet der OVAB Digital Signage Summit Europe erstmals als Joint Venture der Integrated Systems Events (ISE) und invidis consulting statt. Die Veranstaltung ist wie keine andere auf die Themen DS und DooH spezialisiert. Marktteilnehmer erhalten einen aktuellen Einblick in die Branche und profitieren von der einzigartigen Gelegenheit, einander kennenzulernen.

# 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 145e  
81671 München  
Deutschland

Christiane 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 tiefes und umfangreiches Know-how aufgebaut. Die Branchenspezialisten beraten europaweit Anbieter aber auch Anwender digitaler Informationssysteme. Das Beratungsspektrum reicht von der Konzeption über Ausschreibungen und Projektmanagement bis zur strategischen Management-Beratung.

Kategorie: **Beratung**

Beispiel Premiumeintrag

| LEISTUNG  | KOSTENLOSER EINTRAG | PREMIUMEINTRAG<br>- 590 € pro Jahr - |
|---|---------------------|--------------------------------------|
| Firmenname  | ✓                   | ✓                                    |
| Logo<br>(150 x 150 px, min. 72 dpi)   |                     | ✓                                    |
| Adresse<br>(Straße, PLZ, Stadt, Land)   |                     | ✓                                    |
| Kontaktdaten<br>(Name, Telefon, Fax, E-Mail)  |                     | ✓                                    |
| Links<br>(Webseite, Facebook, Twitter, Google+, YouTube)  |                     | ✓                                    |
| Firmen- oder Produkttext<br>(max. 400 Zeichen, inkl. Leerzeichen)   |                     | ✓                                    |
| Automatische Verlinkung<br>(Firmenname wird automatisch in redaktionellen Artikeln auf invidis.de verlinkt) |                     | ✓                                    |
| Auswahl von maximal drei Kategorien   |                     | ✓                                    |
| Widget auf invidis.de<br>(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: 883.211 Page Impressions (IVW-geprüft) in 2014

\*\* invidis Newsletter: 1.550 Abonnenten (wörtiglich), 30% Öffnungsrate (August 2015)

# Die Branche im Überblick

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

| CONTENT |       |
|---------|-------|
| engram  | S. 68 |

| DISPLAYS                    |       |
|-----------------------------|-------|
| BenQ                        | S. 61 |
| Dynascan                    | S. 65 |
| Elo Touch Solutions         | S. 67 |
| iiyama                      | S. 71 |
| Ingram Micro                | S. 72 |
| Kern & Stelly Medientechnik | S. 74 |
| LG Electronics              | S. 76 |
| marketing-displays          | S. 79 |
| MobilePro                   | S. 80 |
| NEC Display Solutions       | S. 82 |
| Philips                     | S. 87 |
| Pilot                       | S. 88 |
| Samsung                     | S. 89 |
| Sharp                       | S. 91 |
| Toshiba                     | S. 94 |

| DISTRIBUTOREN               |       |
|-----------------------------|-------|
| Concept international       | S. 63 |
| Ingram Micro                | S. 72 |
| Kern & Stelly Medientechnik | S. 74 |
| Littlebit Technology        | S. 78 |
| MobilePro                   | S. 80 |
| Pilot                       | S. 88 |
| Tech Data Maverick          | S. 93 |

| FULL SERVICE-AGENTUREN |       |
|------------------------|-------|
| ~sedna                 | S. 60 |
| komma,tec redaction    | S. 75 |
| Neo Group              | S. 83 |
| Visualart              | S. 96 |
| Vangenhassend          | S. 97 |

| HALTERUNGEN |       |
|-------------|-------|
| Hagor       | S. 70 |
| Peerless-AV | S. 86 |

| INTEGRATOREN  |       |
|---------------|-------|
| Cancom Didas  | S. 62 |
| Nordland      | S. 84 |
| Vangenhassend | S. 97 |
| Westiform     | S. 98 |

| MEDIAPLAYER           |       |
|-----------------------|-------|
| Concept international | S. 63 |
| Elo Touch Solutions   | S. 67 |
| InoNet                | S. 73 |
| Littlebit Technology  | S. 78 |

| ONELAN  |       |
|---------|-------|
| Onelan  | S. 85 |
| Philips | S. 87 |
| Toshiba | S. 94 |

| VERMARKTER |       |
|------------|-------|
| Neo Group  | S. 83 |

| SERVICES     |       |
|--------------|-------|
| BenQ         | S. 61 |
| Cancom Didas | S. 62 |
| dimedis      | S. 64 |
| easescreen   | S. 66 |
| Grassfish    | S. 69 |
| InoNet       | S. 73 |
| Nordland     | S. 84 |
| Scala        | S. 90 |
| Westiform    | S. 98 |

| SOFTWARE            |       |
|---------------------|-------|
| ~sedna              | S. 60 |
| dimedis             | S. 64 |
| easescreen          | S. 66 |
| engram              | S. 68 |
| Grassfish           | S. 69 |
| komma,tec redaction | S. 75 |
| marketing-displays  | S. 79 |
| Navori Labs         | S. 81 |
| Onelan              | S. 85 |
| Scala               | S. 90 |
| Smartsign           | S. 92 |
| Tripleplay          | S. 95 |
| Visualart           | S. 96 |

| ZUBEHÖR               |       |
|-----------------------|-------|
| Hagor                 | S. 70 |
| Lindy                 | S. 77 |
| NEC Display Solutions | S. 82 |
| Peerless-AV           | S. 86 |
| Sharp                 | S. 91 |



Digital Signage, Multitouch and Interactive Solutions

## ~sedna GmbH

~sedna gmbh

Die ~sedna **gmbh** entwickelt hochwertige, professionelle Lösungen für die Bereiche Digital Signage, Multitouch und interaktive Installationen. Kernprodukt im Bereich Digital Signage ist ~sedna **presenter**, eine weltweit führende Softwarelösung, die ein Höchstmaß an Flexibilität, Stabilität und außerordentlicher Leistungsfähigkeit bietet.

~sedna **presenter** macht es einfach, faszinierende Markenauftritte zu kreieren. Kein Wunder, dass ~sedna **presenter** weltweit für Digital Signage-Projekte eingesetzt wird, die unter qualitativ hochwertigsten Bedingungen laufen.

Egal ob Sie Ihre Projekte auf riesigen LED-Anzeigen oder auf kleinen Displays wie iPads oder iPhones präsentieren möchten, ~sedna **presenter** bietet optimale Hilfsmittel, um Ihrem Publikum eine überzeugende Botschaft zu senden.

Sie suchen nach dem ultimativen, Kreativ-Werkzeug für Ihre eigenen Digital Signage-Projekte und wollen Ihre Kunden bei der Optimierung ihrer Außenwirkung unterstützen? Kontaktieren Sie uns noch heute.

~SEDNA GMBH

ANSGAR BÜTTNER

SALZUFER 13F

D-10587 BERLIN

TELEFON +49 (0)30 390489 300

INFO@SEDNA.DE

WWW.SEDNA.DE/INVIDIS

Anzeige



# BenQ

**BenQ** ist einer der führenden Hersteller von Informationstechnologie und Unterhaltungselektronik. Die zur **BenQ** Gruppe gehörenden Unternehmen sind weltweit mit einem über 100.000 starken Mitarbeiterstamm aus 53 Nationen aktiv. **BenQ** versteht sich als Trendsetter und verfügt über eine umfassende Produktpalette mit innovativen Technologien und vielfach ausgezeichnetem Lifestyle-Design.

Zum Angebot zählen DLP®-Projektoren, LED-Displays und Digital Signage-Lösungen wie großformatige Touch Displays, Stand alone-Systeme oder Videowalls. Alle Digital Signage-Lösungen von **BenQ** sind explizit für die speziellen Bedürfnisse im Markt konzipiert. Hierzu zählen beispielsweise die Möglichkeit des Dauerbetriebs (24/7), eine beachtliche Lichtstärke mit einer automatischen Helligkeitsanpassung, die enorme Anschlussvielfalt für digitale Bild- und Videoübertragung, Remotezugriff für Wartung und Steuerung aus der Ferne sowie umfassende Garantie- und Serviceleistungen inklusive Vor-Ort-Austausch.



## BENQ DEUTSCHLAND GMBH

ANDRÉ HOOCK

ESSENER STRASSE 5

D-46047 OBERHAUSEN

TELEFON +49 (0)208 409 42 24

ANDRE.HOOCK@BENQ.COM

BENQ.DE



## CANCOM DIDAS

Die Einsatzmöglichkeiten für Digital Signage sind vielfältig. Steuern Sie Ihre Inhalte mit wenigen Arbeitsschritten zentralisiert, binden Sie Ihre Kunden durch interaktive Applikationen ein und kombinieren Sie verschiedenste Kommunikationskanäle. So entsteht ein einheitliches, auf Ihre Zielgruppe zugeschnittenes Marken- und Einkaufserlebnis.

**CANCOM DIDAS** bündelt die Kompetenzbereiche Digital Signage, Medientechnik und IT sowie Projektmanagement, Logistik und Support zu einer modularen Gesamtlösung auf europäischer Ebene. Damit positionieren wir uns als innovativer Designer, Integrator und Betreiber digitaler Medien-Lösungen.

Unsere Kunden profitieren zudem durch die Zugehörigkeit zur **CANCOM** Gruppe. Die digitalen Lösungen – insbesondere für die Branchen Retail, Automotive und Healthcare – ergänzen das Liefer- und Leistungsvermögen optimal.

**CANCOM DIDAS** betreibt im Kundenauftrag Warenwirtschafts-, In-Store-Entertainment- und Digital-Signage-Installationen an über 2.000 Points of Sale.

# CANCOM

**CANCOM DIDAS GMBH**

DIGITAL MEDIA SOLUTIONS

ELISABETH-SELBERT-STR. 4A

D-40764 LANGENFELD

TELEFON +49 (0)2173 59660

DIGITALMEDIA@CANCOM.DE

WWW.CANCOM-DIDAS.DE



# **Concept International**

**Concept** gehört zu den führenden Distributoren für Digital Signage in Europa. Zum Portfolio gehören Mini-PCs, Smart Displays sowie Schutzgehäuse für Monitore.

## Aktuelle Highlights im Angebot:

- **Giada i200:** In dem nur etwa handflächengroßen i200 steckt leistungsfähige aktuelle Intel Core-i Prozessor-Technologie und eine reiche Palette an Schnittstellen wie WLAN und GSM. Er spielt mehrere Full-HD Videos gleichzeitig auf zwei Bildschirmen ab.
  - **Giada F200:** Der F200, ebenso klein, lässt sich mit seiner Intel Dual-Core Celeron N2807 CPU sowohl unter Windows als auch unter Android betreiben. Er eignet sich perfekt für Terminals am PoS oder Bildschirme in Wartezimmern.
  - **Android Smart Displays:** Diese internetfähigen Displays bieten eine günstige Möglichkeit, Informationen und Videoclips zeitgesteuert darzustellen – einfach per App.

**Concept** konfiguriert die Player projektspezifisch, so dass sie ohne Fachpersonal in Betrieb genommen werden können. Systemintegratoren erhalten attraktive Konditionen.

**CONCEPT**  
INTERNATIONAL GMBH

CONCEPT INTERNATIONAL GMBH

ZWEIBRÜCKENSTR. 5-7

D-80331 MÜNCHEN

TELEFON +49 (0)89 9616085-20

SALES@CONCEPT.BIZ

WWW.CONCEPT.BIZ



# dimedis

# dimedis

Das 1996 in Köln gegründete Software-Unternehmen **dimedis** hat sich auf Messe- und Digital Signage-Lösungen spezialisiert. Zum Kundenkreis der **dimedis GmbH** zählen u.a. die Messen Düsseldorf, Stockholm, Köln und Stuttgart, die Westfalenhallen Dortmund, Reed Exhibitions Deutschland, FC Schalke 04, SNIPES, BVB, Sparkasse Essen, Bosch, British American Tabacco, 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 GMBH

DILLENBURGER STR. 83

D-51105 KÖLN

TELEFON +49 (0)221 92 12 60 0

[CONTACT@KOMPAS-SOFTWARE.COM](mailto:CONTACT@KOMPAS-SOFTWARE.COM)

[WWW.DIMEDIS.DE](http://WWW.DIMEDIS.DE)

[WWW.KOMPAS-SOFTWARE.DE](http://WWW.KOMPAS-SOFTWARE.DE)

Anzeige



# DynaScan

# DynaScan

**DynaScan Technology** ist der führende Hersteller von High-Brightness-Displays. 1998 gegründet ist DynaScan ein preisgekrönter Hersteller von innovativen Display-Lösungen.

Mit Helligkeitswerten bis zu 7.000 Nits können **DynaScan** High-Brightness-LCD-Displays auch in direktem Sonnenlicht eingesetzt werden und sind so die ideale Lösung für den Outdoor- und Semi-Outdoor-Einsatz sowie zur Installation in Schaufenstern.

Das Produktpotfolio von **DynaScan** umfasst insgesamt 15 Modelle mit Displaygrößen von 32" bis 84", Helligkeitswerten von 2.500 bis 7.000 Nits sowie Stand-Alone- wie auch Videowall-Modelle.

Mit Niederlassungen in Europa, Nordamerika und Asien bietet **DynaScan** internationalen Support. **DynaScan** arbeitet weltweit eng mit Systemintegratoren zusammen und bietet hochwertige LCD- und LED-Display-Lösungen für den Einsatz in zahlreichen Branchen, unter anderem im Handel und in Banken, sowie für vielfältige Einsatzzwecke wie öffentliche Informationen und Werbung.

**DYNASCAN EU**

MORSESTRAAT 32

NL-6716 AH EDE

TELEFON +49 (0)8152 92178

INFO@DYNASCANDISPLAY.COM

WWW.DYNASCANDISPLAY.COM



# easescreen

D I G I T A L   S I G N A G E   S O L U T I O N

## easescreen

**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.

**easescreen**  
DIGITAL SIGNAGE SOLUTION

### PICHLER MEDIENTECHNIK E.U.

STANDORT GRAZ:  
WIENER STR. 287 · 8051 GRAZ

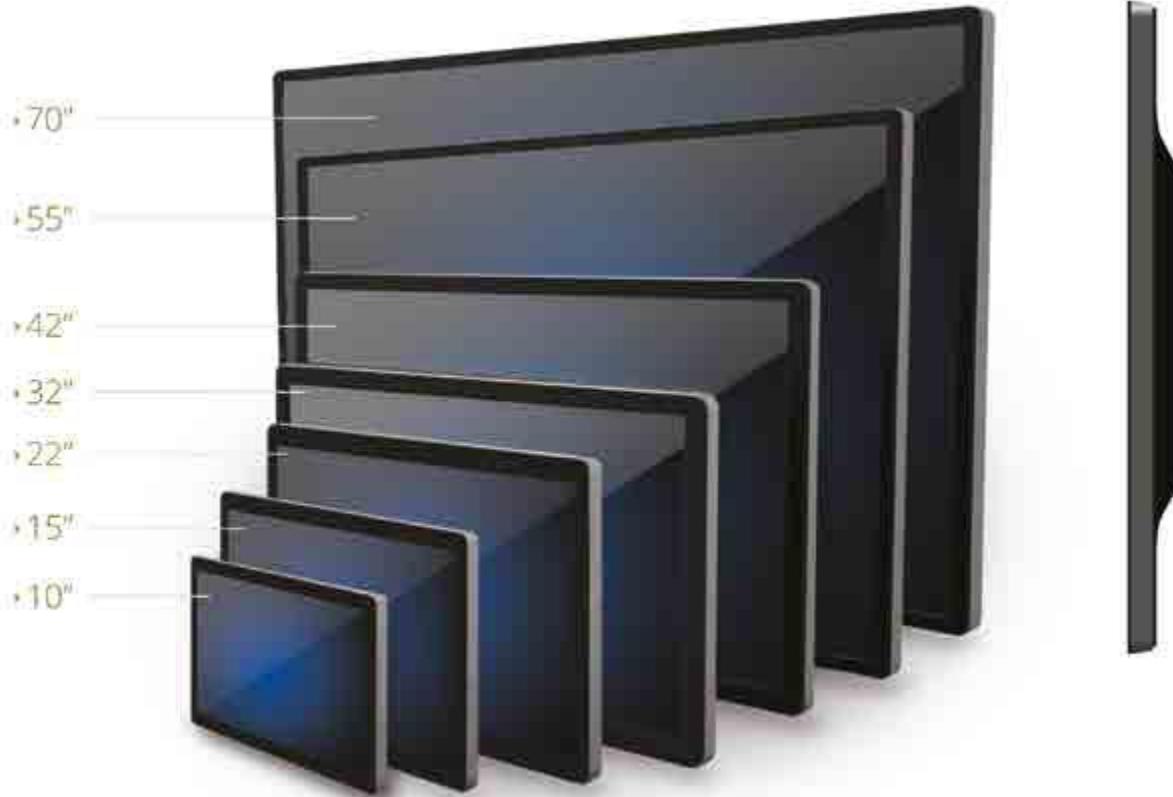
STANDORT WIEN:  
PACASSISTR. 85/18-19 · 1130 WIEN

TELEFON +43 316 672852

INFO@EASESCREEN.COM

WWW.EASESCREEN.COM

Anzeige



## Elo Touch Solutions

### Werden Sie Partner des Marktführers

**Elo Touch Solutions** ist Weltmarktführer auf dem Gebiet der Touchtechnologie und verfügt über ein breites Portfolio an Produkten und Branchenlösungen. Wir arbeiten sowohl mit großen als auch mit kleinen und mittelständischen Unternehmen zusammen, die unter anderem aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Games und dem Gesundheitswesen kommen.

Wir eröffnen unseren Kunden mithilfe der Touchscreen-Nutzung neue Möglichkeiten zum Einkaufen, Bezahlen, Arbeiten und Spielen. Wir ermöglichen Unternehmen eine packende Kundenansprache mit interaktiven Inhalten, die für ein einzigartiges und unverwechselbares Kundenerlebnis sorgt. Die Displays des interaktiven Digital-Signage-Systems sind in Größen bis zu 70 Zoll erhältlich und sind in verschiedenen Versionen mit Single-Touch- und Multi-Touch-Funktionalität verfügbar.

2015 haben wir die Digital-Signage-Architektur **Elo Interactive™** vorgestellt: Sie verbindet die Hardware, die Touchscreens der I-Serie, mit der Software **EloView™**, um die Cloud-basierte Content-Lieferung und die Remote-Geräteverwaltung noch sicherer zu gestalten.

**elo** TOUCH  
SOLUTIONS

### ELO TOUCH SOLUTIONS

KOLONEL BEGAULTLAAN 1C11

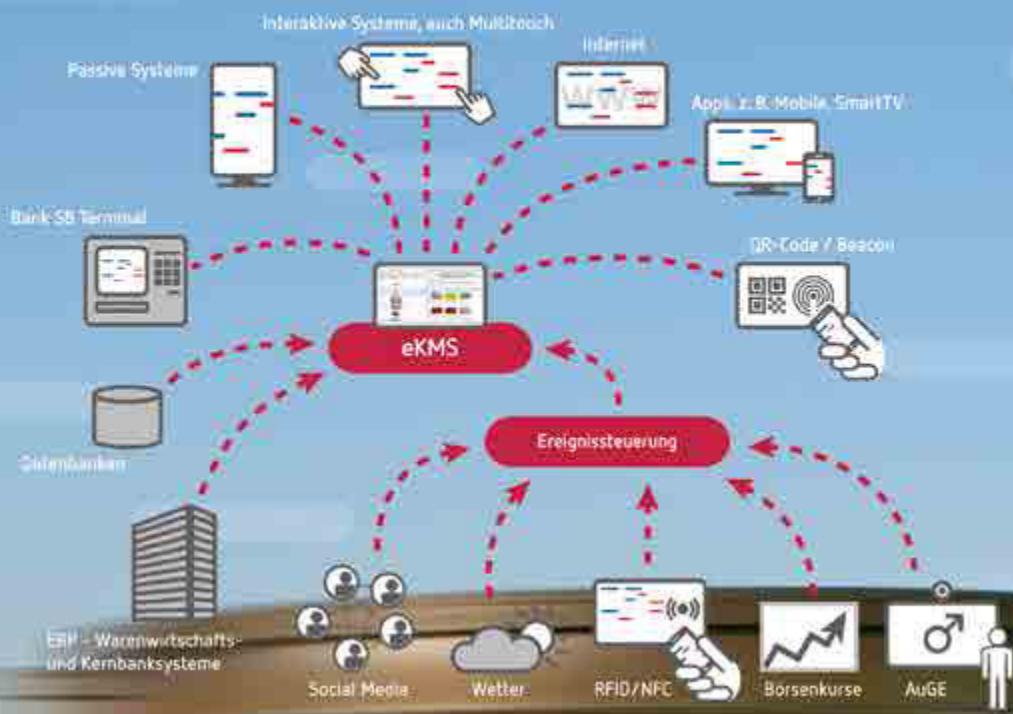
B-3012 LEUVEN

TELEFON +32 (0)16 704 520

INTERACT@ELOTOUCH.COM

WWW.ELOTOUCH.COM

## Medienmanagement für Multi- und Omnikanal-Strategien



# engram

- engram

**Mehr Aufmerksamkeit und Dialog mit Ihren Kunden durch das engram KampagnenManagementSystem (eKMS).**

Die **engram GmbH** bietet seit 25 Jahren innovative Lösungen für die Kundenansprache auf bereits über 16.000 PoS- und Digital Signage-Systemen an. Der Fokus liegt klar auf der Förderung des vertrieblichen Erfolgs beim Kunden.

Das preisgekrönte **eKMS** ist die Digital Signage-Software für effektives Management, passgenaue Steuerung und Auswertungen von Inhalten auf digitalen Werbesystemen mit dem Schwerpunkt einer Integration in eine Multi- und Omnikanal-Strategie. Damit wird eine Überleitung auf weiterführende mobile oder stationäre Kanäle für Folgeaktionen ermöglicht. Die Verknüpfung mit bestehender RFID- oder Beacon-Technologie verstärkt dabei die Kanalüberleitung und ermöglicht ein passgenaues Cross-Selling.

Die innovative „Ereignissesteuerung“ setzt die digitalen Werbeinhalte nach aktuellen Ereignissen wie z.B. dem Wetter, der Börsenlage oder dem Alter und Geschlecht des Kunden vor dem Bildschirm in Szene.

**ENGRAM GMBH**

KONSUL-SMIDT-STR. 8R

D-28217 BREMEN

TELEFON +49 (0)421 620298-0

INFO@ENGRAM.DE

WWW.ENGRAM.DE

Anzeige



# Grassfish

**Turning your information into excitement!**

**Grassfish** ist der führende europäische Hersteller von Digital Signage-Software und ist auf umfangreiche Multi-Device-Projekte in Handel, Automotive, Banking und in der Unternehmenskommunikation spezialisiert.

Mit dem **Grassfish** CMS werden digitale Touchpoints wie Screens, Tablets, Kiosksysteme sowie Tür- und Preisschilder zielgerichtet und dynamisch gesteuert. Die Plattformtechnologie unterstützt dabei Endgeräte unter Windows, Linux und Android sowie BrightSign, Samsung SOC und Cisco-Systemen.

Die **Grassfish** Softwarebettet sich nahtlos in bestehende Unternehmensstrukturen ein und unterstützt deren Kommunikationsabläufe und Berechtigungsstrukturen. Damit kann das volle Potenzial einer ganzheitlichen Markenführung ausgeschöpft und über alle Kanäle hinweg einfach und effektiv umgesetzt werden. Das Resultat ist eine Verbesserung der interaktiven Kommunikation mit Kunden und Mitarbeitern sowie eine optimale Unterstützung moderner Omni-Channel-Konzepte.



**GRASSFISH MARKETING  
TECHNOLOGIES GMBH**

**MICHAEL KLEMEN, VICEPRESIDENT SALES**

**HEILIGENSTÄDTER STRASSE 31/STG.1/601**

**A-1190 WIEN**

**TELEFON +43 (1)522 02 70**

**SALES@GRASSFISH.COM**

**WWW.GRASSFISH.COM**

VIDEOWALL-SYSTEME

INDOOR/OUTDOOR-GEHÄUSE/STELEN

WANDHALTERUNGEN

SONDERLÖSUNGEN

STANDSYSTEME

DECKENHALTERUNGEN

TABLETSCHUTZGEHÄUSE

...auch im Programm:  
- Outdoorschutzgehäuse  
- Outdoor-Kiosk  
- Indoor Stelen  
- Videowallstandsysteme  
- UVM!

Für gesamtes Portfolio:

[www.hagor.de](#)

# HAGOR Products

## Nutzen Sie unser Know-How! Für mehr Erfolg im Projektgeschäft!

Seit 1996 entwickelt und produziert **HAGOR** Halterungssysteme für die Präsentationstechnik und hat sich zu einem der führenden Hersteller in diesem Bereich entwickelt. Dies ist besonders auf die starken Partnerschaften mit führenden Bildschirm-Herstellern und der in den Jahren gewachsenen Erfahrung auf dem Markt zurückzuführen.

Dank der eigenen Fertigung vor Ort verfügen wir über extrem schnelle und unkomplizierte Reaktions- und Lieferwege. Durch unser stets wachsendes Programm können wir schon aus dem „Standard“ die meisten Anforderungen bedienen. Sollte dies jedoch einmal nicht ausreichen, ist **HAGOR** in der Lage auf alle Wünsche des Kunden einzugehen und unterstützend sowie auch projektbegleitend von Anfang an zur Seite zu stehen.

Vom Wandhalter, über Stelen und Gehäuse für den In- bzw. Outdoorbereich bis hin zur komplexen Videowall an verschiedensten Orten, das Produktpotential von **HAGOR** kennt keine Grenzen!

**Bei uns erhalten Sie alles aus einer Hand!**



**HAGOR PRODUCTS GMBH**

OBERBECKSENER STR. 97

32547 BAD OEYNHAUSEN

TELEFON +49 (0)5731 75507-0

[HAGOR@HAGOR.DE](mailto:HAGOR@HAGOR.DE)

[WWW.HAGOR.DE](http://WWW.HAGOR.DE)

Anzeige



# iiyama

# 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 DEUTSCHLAND GMBH**

WERNER-VON-SIEMENS STR. 4

D-85296 ROHRBACH/ILM

TELEFON +49 (0)8442-9629 0

SERVICE.DE@IIYAMA.COM

WWW.IIYAMA.DE

An öffentlichen Orten,  
in Verkehrsmitteln,  
im Einzelhandel oder  
in der Gastronomie -  
Ingram Micro unterstützt Sie in allen  
Einsatzbereichen von Digital Signage.

**TALK  
ABOUT  
VALUES**



## Ingram Micro

**Ingram Micro** bietet als führender Distributor in der Informationstechnologie und Telekommunikation umfassende Technologie- und Logistik-Services. Der Großhändler bietet bis zu 100.000 ITK-Produkte von über 350 namhaften Herstellern.

Die 35.000 Kunden profitieren in allen Geschäftsfeldern von individuellen Finanzierungskonzepten und Vertriebsunterstützung durch Marketingtools, Trainings und Roadshows. Das Regional Distribution Center in Straubing ist als größtes ITK-Logistikzentrum Europas das Herzstück der Logistik von **Ingram Micro** und bietet umfassende Supply Chain Solutions.

Die **Ingram Micro Distribution GmbH** ist eine Tochtergesellschaft der **Ingram Micro Inc.** mit Sitz in Santa Ana, USA. Der Konzern ist mit Niederlassungen in 39 Ländern auf sechs Kontinenten vertreten und beliefert Kunden in 170 Ländern.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.ingrammicro.de](http://www.ingrammicro.de) oder [www.ingrammicro.com](http://www.ingrammicro.com).



### INGRAM MICRO DISTRIBUTION GMBH

HEISENBERGBOGEN 3

D-85609 DORNACH BEI MÜNCHEN

MARCO LIPPERT

BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER

TELEFON +49 (0)49 4208-1262

DIGITALSIGNAGE@INGRAMMICRO.DE

[WWW.INGRAMMICRO.DE](http://WWW.INGRAMMICRO.DE)

Anzeige



# InoNet

Die **InoNet Computer GmbH** hat sich in den letzten Jahren vor allem als Lösungsanbieter für großflächige Video Walls und Airport Solutions etabliert. Dazu zählt die aus 72 Displays bestehende Fluganzeigentafel am Flughafen München (s. Abbildung), sowie die weltweit größte freistehende Videostele an der Messe Düsseldorf. Beide Aufbauten hat InoNet von der Konzeption bis zur Installation als Generalunternehmer realisiert. So begleitet InoNet ihre Kunden bei jedem Schritt bis zur Fertigstellung des Projekts als zentraler Ansprechpartner in allen Fragen.

Die Kernkompetenz der **InoNet** liegt dabei in der Hardware: leistungsstarke Videowall-Controller, kompakte Media Player und flache Displays für den zuverlässigen Dauerbetrieb. 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.



**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

# 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 Displays, 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 von Displays 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 Umfrage im März 2015 96% unserer Kunden zufrieden oder sehr zufrieden mit unseren Leistungen. Neben einer schnellen Auftragsabwicklung legen wir hohen Wert auf die Kompetenz, Freundlichkeit und gute Erreichbarkeit unserer Mitarbeiter. Darüber hinaus sind in unserem passwortgeschützten Fachhandelsportal unter [www.kern-stelly.de](http://www.kern-stelly.de) Produktinfos, Lagerbestände, Verkaufsaktionen und mehr jederzeit abrufbar.



### KERN & STELLY MEDIENTECHNIK GMBH

PAPENREYE 61

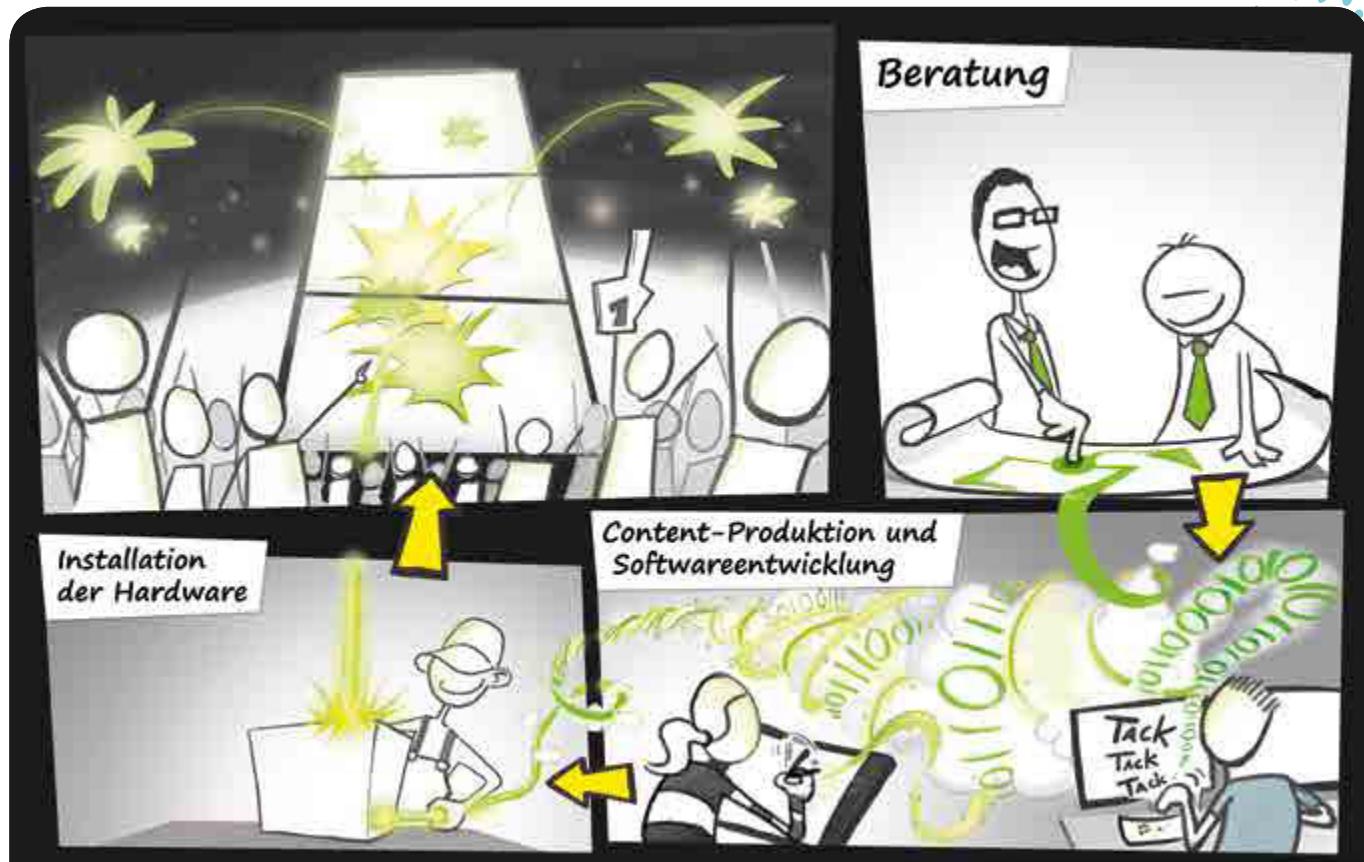
D-22453 HAMBURG

TELEFON +49 (0)40 572014 - 0

INFO@KERN-STELLY.DE

WWW.KERN-STELLY.DE

Anzeige



## komma,tec redaction

Die Hamburger **komma,tec redaction GmbH** entwickelt seit 2005 wirkungsvolle Digital Signage Lösungen, die die anvisierten Zielgruppen individuell und effizient erreichen.

### Doch wie geht sie dabei vor?

Zunächst werden die Kunden in Beratungsgesprächen individuell beraten: So wird z.B. während Kreativworkshops gemeinsam erarbeitet, wie der anzuseigende Content aufgebaut sein sollte, um die spezifischen Ziele der Kunden zu erreichen. Dieser Content wird dann von der erfahrenen Kreativabteilung der **komma,tec redaction GmbH** erstellt und mittels der hauseigenen Content Management Software Display Star 3.0 verplant. Im Rahmen ihres ganzheitlichen Ansatzes bekommen die Kunden der **komma,tec redaction GmbH** auch die passende Hardware geliefert und installiert – ganz nach dem Motto: Alles aus einer Hand!

Übrigens: Ab sofort bietet die **komma,tec redaction GmbH** auch anderen Marktteilnehmern an, von ihrer langen Content-Erfahrung zu profitieren und für ihre Projekte die passenden Inhalte zu erstellen.

**komma,tec**  
redaction GmbH

**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**

BERLINER STR. 93

D-40880 RATINGEN

SIGNAGE-PROJECTS@LGE.DE

WWW.LG.DE/B2B

Anzeige

**LINDY®**

# CONNECTION PERFECTION

CABLES, CONNECTIONS, AUDIO/VIDEO  
& MORE... MUCH MORE! SHOP ONLINE: [LINDY.COM](http://LINDY.COM)

**LINDY**

**LINDY®**  
CONNECTION PERFECTION

**LINDY**s herausragende Kompetenz gründet auf der Verbindung aus jahrzehntelanger Erfahrung und zukunftsweisender Technologie. Die Produkte der Marke **LINDY** sind in allen A/V- und IT-Bereichen zuhause. Sie werden genutzt, um analoge und digitale Signale zu verbinden, zu teilen, umzuwandeln oder um die Grenzen maximal möglicher Übertragungsstrecken zu erweitern.

Mit unserem technologischen und logistischen Know How setzen wir Standards. Indem wir die Anforderungen unserer Kunden an Leistung, Kosteneffizienz, Verfügbarkeit und punktgenaue Lieferung stets im Blick behalten. Dank unserer breitgefächerten Produktpalette, unserem Erfahrungshorizont sowie unserer fundierten Kenntnisse der Marktanforderungen in den unterschiedlichsten Anwendungsbereichen bieten wir Lösungen nach Maß für jede Anforderung – weltweit. Kunden profitieren von diesen Vorteilen und unserem individuellen Service, um so kosteneffiziente und verlässliche A/V- und IT-Verbindungslösungen zu realisieren.

#### **LINDY GROUP**

MARKIRCHER STRASSE 20

D-68229 MANNHEIM

TELEFON +49 621 47005 0

INFO@LINDY.DE

WWW.LINDY.COM

MATTHIAS STARKE, SALES DIRECTOR

TELEFON +49 621 47005 120

MOBIL +49 173 31 68 865

MATTHIAS.STARKE@LINDY.DE



# 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**

Anzeige



# marketing-displays

**marketing-displays** ist einer der führenden Displayhersteller für den POS. Zum Kerngeschäft des Kölner Unternehmens gehört die Entwicklung und Produktion von Digital Signage Displays.

Ob Standarddisplays oder individuelle Maßanfertigungen, **marketing-displays** geht auf die verschiedenen Kundenwünsche ein. Neben einem eleganten Design und hochwertiger Verarbeitung steht eine benutzerfreundliche Bedienung im Vordergrund. Hierbei kann zwischen Stand-Alone-Systemen, einer speziell entwickelten, Cloud-basierten Media-Player-Lösung oder einer komplexen Netzwerk-Lösung gewählt werden.

Kunden aus den verschiedensten Bereichen wie z. B. Ubisoft, Coca-Cola, Gigaset, Miele, Sony Mobile oder Opel vertrauen auf marketing-displays und schätzen die Verbindung aus langjähriger Erfahrung, Fachkompetenz und schneller Lieferzeit. Jedes Display wird am Standort Köln entwickelt, designt und produziert. Der Kunde bekommt von der ersten Entwurfsskizze über das Muster bis hin zur Installation vor Ort „Alles aus einer Hand“!



marketing-displays

**MARKETING-DISPLAYS GMBH & CO. KG**

JÖRG SOMMERHÄUSER  
LEITER MARKETING & VERTRIEB

DONATUSSTR. 22

D-50767 KÖLN

TELEFON +49 (0)221 959402-31

MDVERKAUF@MARKETING-DISPLAYS.DE

WWW.MARKETING-DISPLAYS.DE



# MobilePro

**mobile|pro**  
SICHTBAR BESSER

## MobilePro AG – der Schweizer Value Added Distributor

**MobilePro** ist der führende Schweizer Distributor mit Fokus auf professionelle Produkte und Lösungen für die Anwendungsbereiche Digital Signage, Konferenztechnik und Schulungsräume. Unser Geschäftsmodell ist zu 100% auf den Fachhandel ausgerichtet.

Als offizieller Distributionspartner der Weltmarken: Samsung, NEC, LG Electronics, ONELAN, CHIEF, SMS, Evoko, Projecta und DA-Lite bieten wir kompetente Beratung, Vorführungen, Projektbegleitung, Schulungen und Workshops an. In unseren grosszügigen, modernen Showrooms in Glattbrugg, direkt am Flughafen Zürich, heissen wir Sie und Ihre Partner willkommen, Produkte und Lösungen zu evaluieren und testen.

Unsere Partner stehen bei uns im Mittelpunkt. Fachkompetenz, seriöse Beratung, Schnelligkeit und Kundenzufriedenheit wird bei uns gross geschrieben! In unserem Partner Portal, können sie umfangreiche Produktinformationen, Lagerbestände, Preise sowie Aufträge rund um die Uhr abrufen.

**MOBILEPRO AG**

**EUROPA-STRASSE 19A**

**AVENUE GRATTA PAILLE 2**

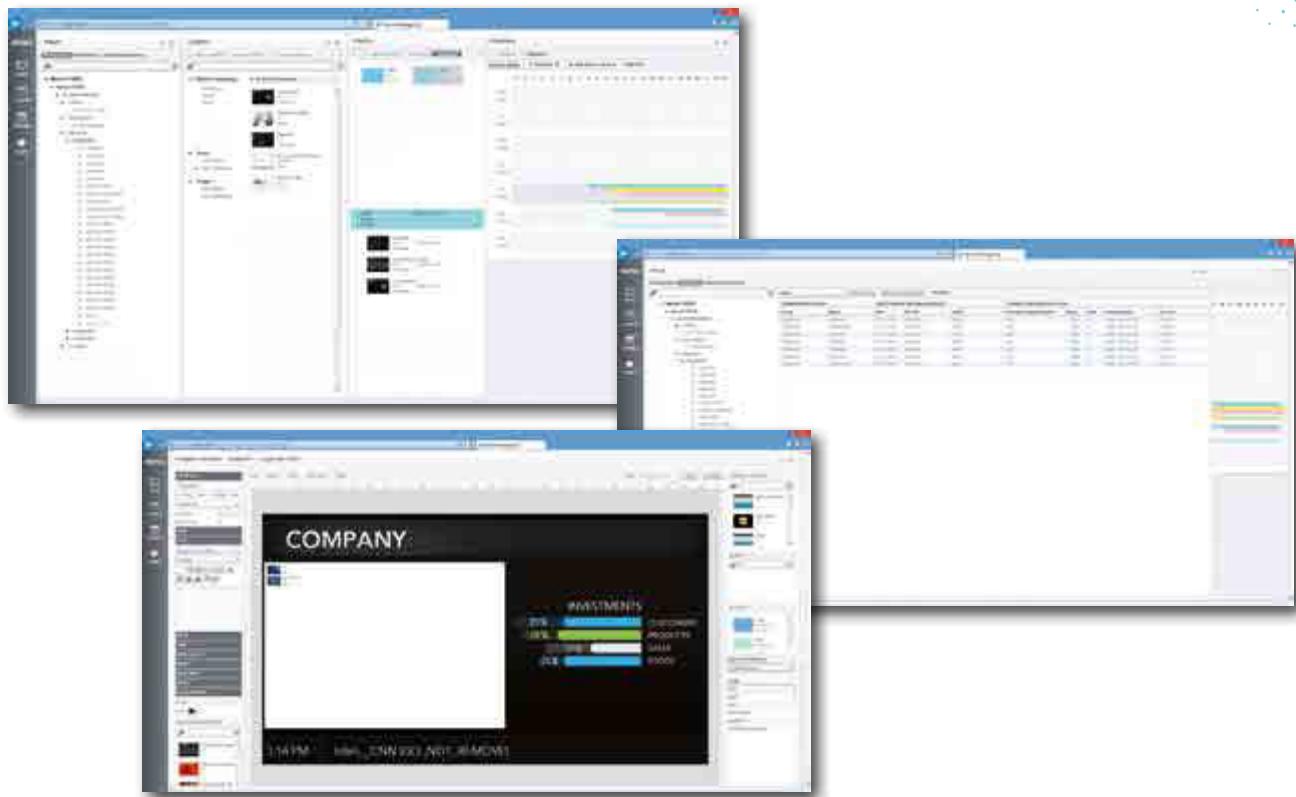
**CH-8152 GLATTBRUGG**

**TELEFON +41 (0)44 8296550**

**INFO@MOBILEPRO.CH**

**WWW.MOBILEPRO.CH**

Anzeige



## Navori Labs

**Navori's** globale Präsenz wird von lokalen Vertriebs- und Support-Niederlassungen verstärkt und ist DIE Technologie für mehrere hunderttausend Displays weltweit und verantwortlich für viele der grössten DS-Netzwerk-Rollouts. Renommierte Brands wie z.b. Mercedes-Benz oder IKEA vertrauen der DS-Software von **Navori**.

Unsere Multi-Plattform, Multi-User- webbasierte Lösung bietet eine größere Freiheit und Flexibilität um eine gezieltere Kommunikation zwischen Abteilungen, Standorten und Arten der Darstellung zu ermöglichen. Durch seinen Hardware-unabhängigen Ansatz ist **Navori** der einzige Digital Signage Anbieter der es möglich macht Android und Windows- Plattformen über nur ein Interface zu bedienen. Daraus resultiert eine einfache, aber anspruchsvolle Kommunikationsplattform um Informationen schnell und übersichtlich zu verteilen.

**Navori** bietet flexible Einsatzmöglichkeiten durch selbst gehostete oder cloud-basierte Architekturen um jede Anforderung zu erfüllen.

**NAVORI** LABS

DIGITAL SIGNAGE ENGINE

SWISS MADE

**NAVORI LABS**

THOMAS POLLUM

WORLD TRADE CENTER

AVENUE GRATTA PAILLE 2

CH-1000 LAUSANNE

TELEFON +49 151 59 43 89 32

T.POLLUM@NAVORI.COM

WWW.NAVORI.COM



Harrods, London 2015

# NEC Display Solutions



## NEC Display Solutions:

### Neueste Technologien für innovative Digital-Signage-Lösungen

**NEC Display Solutions Europe** verfügt über das breiteste Digital-Signage-Angebot im Markt. Das Unternehmen mit Sitz in München hat leistungsstarke und zuverlässige Displays und Projektoren im Portfolio: darunter 4K UHD-fähige Modelle, Monitore mit der neuesten ShadowSense™ Touch-Technologie sowie Projektoren, die auf die innovative Solid State-Lichtquelle setzen. Darüber hinaus bietet **NEC** spezielle Softwarelösungen wie die Adserving-Plattform VUKUNET an.

Neben den 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 Portfolio visueller Lösungskonzepte, die Kunden neue Wege erschließen, 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 BROINKEL

LANDSHUTER ALLEE 12 – 14

D-80637 MÜNCHEN

TELEFON +49 (0)89 996990

INFOMAIL@NEC-DISPLAYS.COM

WWW.NEC-DISPLAY-SOLUTIONS.COM

Anzeige



## Neo Group

**neo** group

Die Neo Group wurde 2006 in Deutschland gegründet, ist ein international operierendes Medienunternehmen und zählt zu den führenden Digital Signage und DooH-Anbietern weltweit. Neo installiert, betreibt und vermarktet Digital Signage Systeme mit Präsenz in fünf Ländern und zählt mit über 50.000 Displays weltweit zu den Marktführern im Bereich der digitalen Medien für den Einsatz am Point of Sale (POS)/Point of Information (POI).

Neo ist eine Full-Service Agentur, die sich in drei Abteilungen gliedert:

**Neo Advertising** – Digital out of Home Vermarktung

**Neo Content** – Digital Signage Content Creation & Produktion

**Neo Solutions** – Hardware, Software, Installation, Service & Betrieb

Kunden von Neo sind der weltweite Handelskonzern Unilever, die größte deutsche Einzelhandelskette EDEKA und Deutschlands führender Kinobetreiber CinemaxX. Geschäftsführer der Neo Advertising GmbH mit Sitz in Hamburg ist Sven C. Jacobi.

**NEO GROUP**

SVEN JACOBI

FERDINANDSTR. 2

D-20095 HAMBURG

TELEFON +49 (0)40 30384150

S.JACOBI@NEO-GROUP.DE



## NORDLAND

Wer uns bereits kennt, beschreibt uns meist ungefähr so: „**NORDLAND?** Kreative Querdenker, ehrlich und direkt. Nicht unbedingt einfach, aber engagierte Enthusiasten.“

Und irgendwie passt das. Denn wir erfüllen keine Erwartungen... – in der Regel schaffen wir sie. Und dies eben in unserer typisch nordländisch-hanseatischen Art. Als Systemintegrator projektieren, installieren und betreiben wir Digital-Signage-Lösungen. Mit unseren praxisnahen und zielorientierten Lösungskonzepten haben wir uns so in den vergangenen Jahren als wesentlicher Ansprechpartner für digitale Kommunikation im Raum D-A-CH etabliert – ... und mit unserem Herzblut einen Namen in der Branche erarbeitet.

Zu unseren Kunden gehören branchenübergreifend Markt- und Markenführer. Innovative Umsetzung der Installationen, nahtlose Einbindung des Systems in vorhandene Strukturen, maßgeschneiderter Service und die zentrale Einbindung innerhalb eines kooperativen Netzwerkes geben unseren Kunden die Sicherheit eines kompetenten Full-Service-Partners.

The logo for NORDLAND, featuring the word "NORDLAND" in a bold, blue, sans-serif font. To the left of the text is a small icon consisting of four vertical bars of increasing height, resembling a stylized "N".

**NORDLAND SYSTEMS GMBH**

KURT-FISCHER-STR. 23B

D-22926 AHRENSBURG

TELEFON +49 (0)4102 4595-30

INFO@NORDLAND-GMBH.DE

PRESSE@NORDLAND-GMBH.DE

WWW.NORDLAND-GMBH.DE

Anzeige



# ONELAN

**ONELAN** ist ein globaler Marktführer im Bereich Digital Signage und IPTV. Der Hauptsitz befindet sich in Großbritannien. Seit seiner Gründung in 2000 hat **ONELAN** mehrere namhafte Auszeichnungen erhalten. Das Unternehmen konzipiert und entwickelt hochwertige und innovative Lösungen für alle Arten bildschirmbasierter Kommunikation, z. B. für Handel, Werbenetze, Unternehmenskommunikation, Bildung, öffentlicher Bereich sowie Hotel und Gastronomie.

**ONELAN** bietet eine Produktpalette mit Content Management Lösungen sowie Digital Signage Playern an. Der Publisher ist für kleinere Netzwerke konzipiert, während der virtuelle Enterprise Content Management Server (CMS) ideal für größere Netzwerke mit mehreren 10.000 Playern geeignet ist. Dieser erlaubt die Handhabung von gemischten Player-Arten. Zusätzlich zu der Net Top Box (NTB), **ONELAN**'s höchst zuverlässigem 24/7 Solid State HD und 4k Linux Appliance Player, bietet **ONELAN** Lösungen für Android, Samsung SSSP sowie LG WebOS integrierte Displays.



**ONELAN**

ANDERSEN HOUSE, NEWTOWN ROAD

HENLEY-ON-THAMES, OXFORDSHIRE

UK

TELEFON +49 (0)2051 405779 0

NEU.SALES@ONELAN.COM

WWW.ONELAN.COM



## Peerless-AV

**Peerless-AV** ist führend in innovativen Montagelösungen für den AV-Bereich. Unsere Palette versorgt Schmaldisplays, Projektoren, Digital Signage sowie Videowände, Rollwagen und Flachdisplay-Ständer, Interaktive Kioske, Outdoor Displays, Streaming und Zubehör. Aufgrund ihrer Montagefreundlichkeit und Einsatzvielfalt vertrauen Installateure und Innenausstatter unserer Marke.

### 2015 Neuheiten:

- Quick release Videowandhalterung für Displays von bis zu 98 Zoll, Push Release-Mechanismus für leichten Zugang
- Xtreme Outdoor Displays, vollversiegelt, optisch versprengt, optimales Viewing unter direktem Sonnenlicht, höchstes IP Rating, breiterer Temperaturbereich
- Wagen und Ständer für Flachdisplays, vielseitig, für freistehende, mobile AV-Lösungen
- Tischhalterungen, individuell einstellbar für maximal 4 Monitore, für jede Tischoberfläche
- Videokonferenzwagen für 1 oder 2 Displays, integrierter Kamerafuß, schickes Design, versteckte Kabelführung

**peerless-AV®**

**PEERLESS-AV**

UNIT 3, WATFORD INTERCHANGE

COLONIAL WAY, WATFORD,

HERTS, WD24 4WP, UK

TELEFON +49 (0)1724 947477

TSTEINMETZ@PEERLESS-AV.EU.COM

WWW.PEERLESS-AV.COM

Anzeige



## Philips Signage-Lösungen

In welcher Branche Sie auch sind, professionelles Auftreten macht sich immer bezahlt. Wenn Sie Signage-Lösungen wählen, möchten Sie sich also für das Beste entscheiden. Wir haben führende Techniken genutzt, um wirkungsvolle Signage-Lösungen zu entwickeln, die Innovation in Ihr Unternehmen bringen. Unsere jüngsten Signage-Lösungen bieten herausragende Bildleistung mit Konzentration auf Bequemlichkeit für Integratoren und die Gesamtbetriebskosten für Endbenutzer.

Jede Anwendung ist einmalig. Mit der SmartCollection bieten wir Ihnen maßgeschneiderte Lösungen, um Ihre speziellen Anforderungen zu erfüllen. Sowohl Integratoren als auch Lösungsanbietern werden die neuesten Innovationen angeboten, während das Publikum eindrucksvolle Lösungen genießen kann.

Mit dieser breiten Palette an professionellen Displays sind wir den höchsten Qualitätsstandards und optimaler Betriebsleistung verpflichtet. Dieses Engagement können Sie bei allem, was wir tun, deutlich sehen.

Für weitere Informationen über uns, unsere SmartCollection und unser Produktportfolio besuchen Sie bitte unsere Webseite oder kontaktieren Sie unsere lokalen Vertreter.

**PHILIPS**

### MMD MONITORS & DISPLAYS

BRAND LICENSEE FOR  
PHILIPS SIGNAGE SOLUTIONS

STEFAN KLIMA  
STEFAN.KLIMA@MMD-P.COM  
TELEFON +49 (0)1516 1324 709

MARTIN KOSTORZ  
MARTIN.KOSTORZ@MMD-P.COM  
TELEFON +49 (0)151 6282 4740

[WWW.PHILIPS.COM/SIGNAGESOLUTIONS](http://WWW.PHILIPS.COM/SIGNAGESOLUTIONS)



# pilot

## pilot LFD Kompetenzteam – gemeinsam hoch hinaus!

**pilot Computerhandels GmbH** wurde als Distributionsunternehmen in 2003, südlich von Hamburg gegründet. Wir beliefern als Vollsortimenter PC Hard- und Software den nationalen und internationalen Fachhandel mit Produkten namhafter Hersteller.

In unserem Schulungszentrum führen wir regelmäßig Veranstaltungen für Partner durch. Wir informieren über innovative und modernste Technologien der IT Branche.

Fachbereiche wie Videoüberwachung, Konferenztechnik, Storage/Network und Digital Signage werden durch Kompetenzteams betreut: Dem wachsenden Markt der „Large Format Displays“ sind wir über ein umfangreiches Produktportfolio, einen großzügigen Warenbestand mit attraktiven Preisen, technischem Know How und langjährigen Erfahrungen bei internationalen Netzwerken gerecht.

Schnelligkeit und Zuverlässigkeit in der Projektarbeit sind für uns selbstverständlich. Ab 2016 liefern wir über eines der modernsten Logistikzentren Europas aus.

**pilot**  
Computerhandels GmbH

**PILOT COMPUTERHANDELS GMBH**

ELKE WINKLER

APPENSTEDTER WEG 59A

D-21217 SEEVETAL

TELEFON +49 (40) 709737 533

LFD@PILOT-COMPUTER.DE

WWW.PILOT-COMPUTER.DE



# 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 3.
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**

**SAMSUNG ELECTRONICS GMBH**

AM KRONBERGER HANG 6

D-65824 SCHWALBACH

TELEFON +49 (0)6196 661063

IT-SOLUTIONS-POWERPARTNER@SAMSUNG.DE

[HTTP://WWW.SAMSUNG.DE/SMARTSIGNAGE](http://www.samsung.de/smartsignage)

1. ORDER PLACED      2. ORDER ACCEPTED      3. ORDER READY

**SCALA** Quick Service Restaurants

Corporate Communication      Retail

## SCALA

Scala entwickelt intelligente Digital Communication Lösungen, die sich an den jeweiligen Anforderungen seiner Kunden orientieren. 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 beispielweise im Handel, bei Banken, in der Unterhaltungsbranche, im Bildungssektor, im Gesundheitswesen, in staatlichen Einrichtungen und im Öffentlichen Nahverkehr. Weltweit sind mehr als 500.000 Displays im Einsatz, Scala arbeitet eng mit über 500 Partnern in mehr als 90 Ländern zusammen.

**SCALA**   
COMMAND ATTENTION

### SCALA

KLAUS HOFMEIER

BERGERWEG 170

NL-6135 KD SITTARD

TELEFON +31 (0)46 8080151

KLAUS.HOFMEIER@SCALA.COM

WWW.SCALA.COM



# Sharp

Als Pionier und weltweit führender Hersteller im Bereich der Display-Technologie bietet **Sharp** ein umfangreiches Portfolio an Hard- & Software-Lösungen für jede Art von professioneller Anwendung. Bildschirme mit Größen von 20-90 Zoll, hoher Bildqualität [dank UV<sup>2</sup>A Technologie], „High Brightness“, niedrigem Energieverbrauch, 24/7 Betrieb und Funktionen wie bspw. Video-Wall-Paket-Lösungen, sorgen dafür, dass jede Nachfrage erfüllt werden kann. Zum Portfolio gehören auch innovative Multi-Touch-Displays, „BIG PADs“, und ultrahochauflösende 4k UHD-Monitore.

#### Unsere

- Digital Signage Lösungen sorgen für einen bleibenden Eindruck.
- 4k UHD Monitore für Anforderungen bei denen es auf das kleinste Detail ankommt.
- „BIG PAD“-Lösungen im Campus Bereich steigern Effizienz & Produktivität bei Besprechungen und vereinfachen Arbeitsabläufe.

Die Produkte von **Sharp** fördern die Kommunikation, Zusammenarbeit und Informationsverbreitung. /This is why: Darum ist **Sharp** die perfekte Lösung für Sie.

# SHARP

**SHARP ELECTRONICS GMBH**

FREISINGER STR. 9

D-85716 UNTERSCHLEISHEIM

TELEFON +49 (0)89 546842 0

EUROPE-VISUALSOLUTIONS@SHARP.EU

WWW.SHARP.DE



# Smartsign

## Smartsign – get your message through

Stellen Sie sich eine Welt vor, in der es keine Grenzen gibt, die Ihre Kommunikationsfähigkeit einschränken. Eine Lösung, die Ihr Unternehmen die perfekte Kontrolle über Ihre Botschaften verleiht. **Smartsign** kann helfen, Ihre Kommunikation zu verstärken und zu erweitern. Viele Unternehmen verlassen sich auf unsere umfassende DS Plattform mit der sie Ihren Content verwalten, veröffentlichen und überprüfen. Und das auf jeder Plattform und auf jedem Gerät.

Das 1998 gegründete Unternehmen **Smartsign** entwickelt und vertreibt Software für die interne und externe Kommunikation auf Bildschirmen oder anderen Devices. Smartsign hat seinen Hauptsitz in Schweden. **Smartsign Manager** ist ein Produkt, das in mehr als 30 Ländern eingesetzt wird. Dank unserer benutzerfreundlichen Oberfläche und der Kompatibilität mit allen Arten von Dateiformaten ist die tägliche Verwendung von **Smartsign** besonders effizient.

Besuchen Sie unsere Webseite [www.smartsignmanager.com/de](http://www.smartsignmanager.com/de)

**S** **Smartsign™**  
GET YOUR MESSAGE THROUGH

**SMARTSIGN AB**

**MICHAEL MORAN**

**MÅLAREGATAN 7E**

**SE-784 33 BORLÄNGE**

**MOBIL +49 (0)176 16609983**

**MICHAEL.MORAN@SMARTSIGN.SE**

**WWW.SMARTSIGNMANAGER.COM**

Anzeige



# 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.TDMAVERICK.DE**

**WWW.SIMPLYDONE.DE**



# Toshiba

**TOSHIBA**  
Leading Innovation >>>

Die **Toshiba Corporation** wurde 1875 gegründet und umfasst heute ein globales Netzwerk aus mehr als 590 Unternehmen mit 206.000 Mitarbeitern und einem jährlichen Umsatz von über 61 Milliarden US-Dollar (2013).

Die **Toshiba Europe GmbH** in Deutschland, ein Unternehmen der **Toshiba Corporation**, bietet ein breites Produktpotfolio, u.a. bestehend aus Notebooks, Festplatten und professionellen Displays.

Die robusten und zuverlässigen Displays aus dem Bereich Business Display Solutions (D.A.CH. und BeNeLux) ermöglichen es über Jahre hinweg wichtige Geschäftsinhalte bis zu 24 Std. am Tag, im Hoch- und Querformat, anzuzeigen. Zum Einsatz kommen sie in Meetingräumen, Restaurants, Kontrollräumen, Verkaufsflächen und im Zusammenspiel mit Toshiba POS- und Drucklösungen.

**Toshiba** steht für Qualität, Innovation und höchste Ansprüche. „Leading Innovation“ heißt, den technologischen Fortschritt selbst voranzutreiben und unseren Kunden hochwertige, innovative und bezahlbare Produkte zu bieten.

**TOSHIBA EUROPE GMBH**

RENÉ KLOS

HAMMFELDDAMM 8

D-41460 NEUSS

TELEFON +49 (0)2131 158 321

RENE.KLOS@TOSHIBA-TEG.COM

WWW.TOSHIBA.DE

Anzeige



## Tripleplay

**Tripleplay ist einer der global führenden Anbieter für die Entwicklung und Bereitstellung von digitaler Beschilderung, IPTV, Video on Demand und Software-Lösungen für das Streaming auf Mobilgeräte.**

Mit einem globalen Partnernetzwerk und Kunden auf jedem Kontinent hat sich Tripleplay einen weltweiten Ruf geschaffen, was Qualität und Marktvorherrschaft betrifft. Aus diesem Grund haben wir heute aktive Niederlassungen und Vertretungen in den USA, Spanien, Australien, Südafrika, der Türkei, Deutschland, Singapur und in UK.

Tripleplay bietet Softwarelösungen für die unterschiedlichsten Unternehmen und Organisationen aus dem öffentlichen und privaten Sektor und besitzt entsprechend umfangreiches Wissen und Erfahrung.

Die wichtigsten Software-Lösungen von Tripleplay sind TripleTV, eine HD IPTV-Lösung, TripleVOD, eine Video on Demand Streaming-Lösung, TripleSign, ein erstklassiges, server-basiertes digitales Beschilderungssystem, sowie TripleStream, eine Streaming-Applikation für Mobilgeräte.

**TRIPLEPLAY**

CARLOS AMORÓS

C/ DOCTOR TRUETA, 127-133

E-08005, BARCELONA

TELEFON +34 935 029 307

ENQUIRIES@TRIPLEPLAY-SERVICES.COM

WWW.TRIPLEPLAY-SERVICES.COM



# VISUALART

## Shaping the future of digital communication

**Visual Art** ist ein strategischer Partner für digitale Innovation und Kommunikation.

Wir verbinden Erfahrung in der Anwendung moderner Technologien mit innovativem, kreativem Talent.

Unsere Mitarbeiter setzen sich aus Strategen, Konzeptern, Technikern, Designern, Projektleitern, Software Entwicklern, Art Direktoren und Producern zusammen.

Wir sind eine digitale Service Agentur mit einer Leidenschaft für Strategie, Kreativität und Technologie. So sind wir in der Lage für ganzheitliche Lösungen zu sorgen und das Geschäft unserer Kunden strategisch zu unterstützen.

### Global vertreten. Globale Kunden.

Wir arbeiten mit einigen der bekanntesten Marken weltweit zusammen und liefern als Full Service Anbieter unterschiedlichste digitale Lösungen von Menüanzeigen bis hin zu prämierten Werbefilmen.

McDonald's, 7Eleven, IKEA, Electronic Arts und Sony Computers sind nur einige der Unternehmen die auf Visual Art als Partner vertrauen.

V I S U A L A R T

### VISUALART GERMANY

WINTERSTRASSE 2

D-22765 HAMBURG

TELEFON +49 (0)40 55 89 852 - 0

INFO@VISUALART.DE

WWW.VISUALART.DE

Anzeige



# Vangenhassend

## **designage – designorientierte Digital Signage Solutions**

Seit über 25 Jahren ist **Vangenhassend** ein international agierender Anbieter von optimierten, maßgeschneiderten Corporate Design gerechten Informations- und Leitsystemen. Seit 2000 führt **Vangenhassend** unter dem Markennamen **designage** designorientierte Digital Signage Systeme.

Vangenhassend bietet **Digital Signage Komplettlösungen** beginnend bei der CI-konformen Konzeptentwicklung, Projektplanung, Hard-/Software Beratung, designage Systemlinien und Komponentenauswahl, IT-Infrastruktur, Contentcreation, Roll-out und Montage bis zu Service- und Wartungsdienstleistungen.

Ob Standard Systeme, individuelle Sonderfertigung, Prototyp, Einzelteil, Kleinserie oder konzernweiter Roll-out: Wir entwickeln und fertigen ihr individuelles, qualitativ hochwertiges Produkt.

### **Bringen Sie Ihre Werbung vor die Tür!**

Neu sind die zwei designage Outdoorlinien urban und geo. Die Anforderungen sind hoch. Unsere Systeme trotzen den anspruchsvollsten Belastungen.

## Vangenhassend

Digitale Informationssysteme  
Leitsysteme

Digital Signage  
Wayfinding Systems

**VANGENHASSEND GMBH**

AM ÖKOTOP 23

D-40549 DÜSSELDORF

FABIENNE HORCH

TELEFON +49 (0)211 565496-0

MOBIL +49 162 1062496

HORCH@VANGENHASSEND.DE

WWW.VANGENHASSEND.DE



Virtuelle Empfangsdame



Interaktive Lösung am POS



Virtuelle Mediawall am POS



LED-Wall im Einkaufszentrum



Produktpräsentation im Schaufenster

# Westiform

 **westiform**  
visuelle Kommunikation

## 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 projektbezogenen Rahmenbedingungen, Produktion und Lieferung von kundenspezifischen Systemen

**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 neue Infrastruktur

**Installation** – Vor-Ort-Installation mit Survey und Dokumentation über ein webbasiertes Projektmanagement Tool

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

### SCHWEIZ:

#### WESTIFORM AG

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

### DEUTSCHLAND:

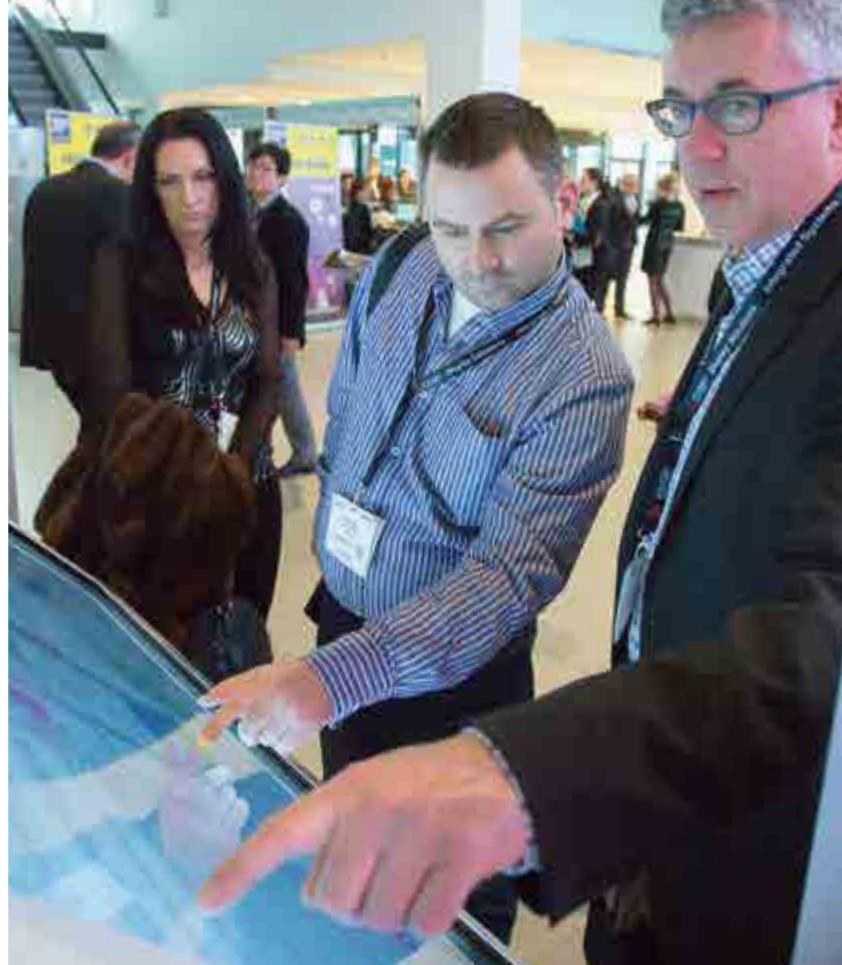
#### WESTIFORM GMBH & CO. KG

KINZIGTALSTRASSE 2  
D-77799 ORTENBERG  
TELEFON +49 (0)781 489 0  
DIGITALSIGNAGE@WESTIFORM.DE

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

# Integrated Systems Europe

9-12 February 2016  
Amsterdam, RAI, NL



## MAKE ISE YOUR DIGITAL DESTINATION

Mit über 400 Herstellern und Anbietern von Digital-Signage-Produkten und -Lösungen hat sich Integrated Systems Europe (ISE) zur weltweit führenden Leitmesse der internationalen Digital Signage- und Digital-out-of-Home-Branche entwickelt. Die ISE bietet Ihnen eine einzigartige Kombination aus Messe, Vorträgen, Workshops und Networking. Erstmals können Sie Ihre Zeit auf der ISE

2016 dank eines zusätzlichen Tags noch besser nutzen: Entdecken Sie neue innovative Produkte und Lösungen, machen Sie sich fit für die Zukunft und knüpfen Sie neue Geschäftsbeziehungen.

**ISE 2016 – Four days, for you, for your business, for the better!**

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



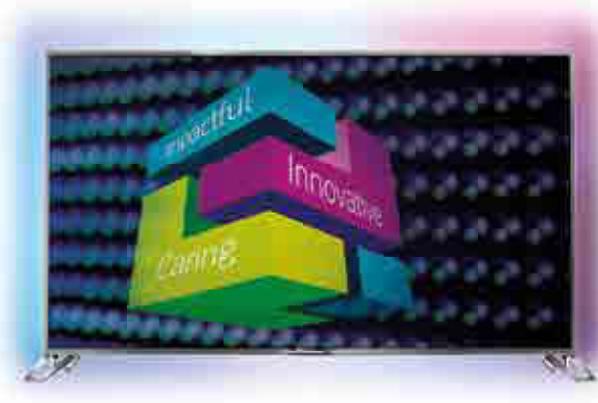
A joint venture partnership of



# PHILIPS

## Die neue Generation von Digital Signage

Jede Anwendung ist einmalig. Mit der SmartCollection bieten wir Ihnen maßgeschneiderte Lösungen, um Ihre speziellen Anforderungen zu erfüllen. Sowohl Integratoren als auch Lösungsanbietern werden die neuesten Innovationen angeboten, während das Publikum eindrucksvolle Lösungen genießen kann. Bei der Entwicklung intelligenter Innovationen konzentrieren wir uns auf drei Schlüsselemente:



### Intuition

Kümmern Sie sich um Ihr Unternehmen und Ihr Publikum, wir konzentrieren uns auf den Erfolg Ihres Unternehmens

### Innovation

Innovative Lösungen garantieren die richtige Botschaft zur richtigen Zeit.

### Effekt

Maximale Wirkung Ihrer Botschaft für eine umfassende visuelle Erfahrung.

**Sie wünschen ein Angebot oder Unterstützung bei Ihrem Projekt mit Philips Signage Solutions? Gerne können Sie sich mit Ihren Fragen an unseren Spezialisten wenden:**

Ingram Micro Distribution GmbH  
Heisenbergbogen 3  
85609 Dornach bei München  
Christian Holl | Senior Sales Consultant Digital Signage  
Telefon: 089 / 4208 - 1183  
Email: Christian.Holl@ingrammicro.com

**INGRAM** MICRO®

TALK  
ABOUT  
VALUES

An öffentlichen Orten, in Verkehrsmitteln, im Einzelhandel oder in der Gastronomie - Ingram Micro unterstützt Sie in allen Einsatzbereichen von Digital Signage.



Ingram Micro Distribution GmbH  
Heisenbergbogen 3  
85609 Dornach bei München  
Marco Lippert | Business Development Manager  
Telefon: 089 / 4208-1262  
Email: digitalsignage@ingrammicro.de