Ad Screens und Digital Signage – clevere Lösungen

DIGITAL SIGNAGE Durch die aktive und multimediale Einbindung des Kunden sowie schnelle und präzise Wegleitungen und Begrüssungen sind Digital-Signage-Lösungen und AdScreens aus dem modernen Geschäftsumfeld kaum noch wegzudenken. Eine Auswahl ausgewählter Projekte zeigt, wie es geht.

VON **THOMAS GEISSLER**

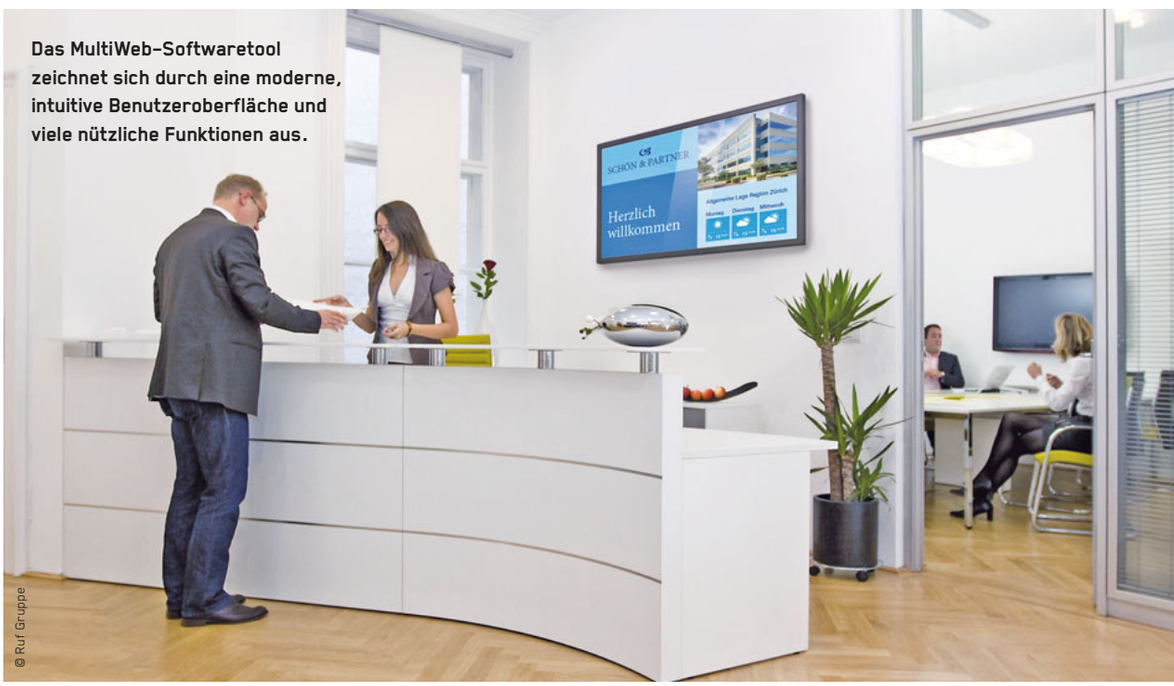
Die Firma ipeak erhielt im November 2014 die wichtigste europäische Auszeichnung des Digital Signage Best Practice Award in der Kategorie «Interactive Signage – Digital-Signage-Projekte». Die Entwicklung des «hervorragenden Raumkonzeptes» für das Gebäude der Zürich Versicherung «SkyKey» in Zürich-Oerlikon hat die internationale Jury überzeugt. Der Digital Signage Best Practice Award an der Viscom in Frankfurt ehrt innovative und erfolgreiche Digital-Signage-Projekte aus ganz Europa. Damit konnte sich ipeak gegen die beiden weiteren Finalisten dieser Kategorie, E-Plus Mobilfunk GmbH in Deutschland und MINI/ BMW in England, durchsetzen.

Die Jury begründete ihre Entscheidung folgendermassen: «Dieses Projekt löst wirklich ein Problem – und eröffnet gleichzeitig vielfältige zusätzliche Kommunikationsmöglichkeiten über mehrere Plattformen wie Infoscreens, Touchscreens, iPad und Mobile. Mit klarer Struktur und einem hervorragenden Raumkonzept legt es ein leicht nutzbares, technisch exzellentes und zudem skalierbares Instrument vor. Integration und Funktionalität sind in exzellentem Masse gelungen. Die Konzentration auf standardisierte Hard- und Software-Elemente hält das Projekt zudem effizient in der Wartung.»

Überzeugendes Resultat

Nach der Inbetriebnahme vor rund acht Monaten ist das Resultat mehr als überzeugend. Die Reservation, Nutzung und Belegung der Sitzungszimmer ist effizient und motiviert die Mitarbeiter. Früher wurden Sitzungszimmer für mehrere Monate reserviert, aber nicht genutzt, und oft war es nicht klar, ob überhaupt ein Meeting stattfand oder nicht.

Auch die interne Kommunikation funktioniert nun wesentlich effizienter. Die neue digitale Informationslösung ermöglicht es den Mitarbeitern, alle relevanten internen News nach Abteilung oder Stockwerk zu erhalten. Interaktivität ermöglicht natürlich attraktivere Ansätze für die Angebote, Services oder die Ausbildung der Mitarbeiter. Die Akzeptanz der Zürich Versicherungsgesellschaft AG ist sehr positiv, denn die Erwartungen wurden massiv übertroffen. Der Ausbau von weiteren Funktionen und Applikationen oder die mobile Nutzung von verschiedenen Services sind in Planung.



Das MultiWeb-Softwaretool zeichnet sich durch eine moderne, intuitive Benutzeroberfläche und viele nützliche Funktionen aus.

© Ruf Gruppe

Ein All-in-one Digital Signage System

Ruf Multimedia präsentiert mit MultiWeb Compact eine Budgetlösung für elektronische Publikationen innerhalb von Gebäuden. Mit MultiWeb Compact erhält der Anwender ein komplettes, schlüsselfertiges Digital-Signage-Gesamtpaket, das sich für elektronische Publikationen aller Art eignet und im Nu installiert und betriebsbereit ist. Das System beinhaltet einen TFT-Monitor in der gewünschten Bildschirmgrösse, die MultiWeb-Administrationssoftware, das komplette Montagematerial sowie eine ausführliche Dokumentation. Das MultiWeb-Softwaretool zeichnet sich durch eine moderne, intuitive Benutzeroberfläche und viele nützliche Funktionen aus. Die tägliche Arbeit wird dabei erleichtert, denn der Anwender erhält vollkommen neue Präsentationsmöglichkeiten für alle Arten von Publikationen wie Besucherbegrüssungen, Werbung, Gebäudeinformationen, Newsticker, PowerPoint-Präsentationen, Video u.v.m. Der Content wird einfach am PC gestaltet und der zeitliche Ablauf geplant. Praktisch per Knopfdruck lassen sich die neuen oder geänderten Inhalte an die Monitore übertragen. Der administrative Aufwand wird dabei erheblich reduziert, und vom Entwurf bis zur Publikation vergehen nur wenige Minuten. MultiWeb Compact eignet sich insbesondere für KMU, Verkaufsstellen, Fitnesszentren, Hotels und Restaurants sowie Verwaltungen. MultiWeb ist eine Eigenentwicklung der Ruf Multimedia mit Sitz in Schlieren. Seit Mitte April 2015 ist die Digital-Signage-Lösung MultiWeb Compact verfügbar.

Kinoerlebnis der Zukunft

Im vergangenen Jahr war Coca-Cola als Hauptsponsor der «CineEurope 2014», der PAN-europäischen Messe für Kinobetreiber und Filmverleiher, aktiv. Der Weltkonzern war mit einer über 400 m² grossen Lounge auf dem Messegelände vertreten. In dieser Lounge zeigte Coca-Cola die verschiedenen Bereiche eines Multiplex-Kinos vom Ticket-Schalter über die Getränkebar und das Restaurant bis hin zum Kino-Foyer.

Um das imaginäre Multiplex-Kino in zukunftsweisender Art auszurüsten, hat Littlebit Technology in enger Zusammenarbeit mit YCD Multimedia und NEC Display Solutions Coca-Colas

Auftritt mit innovativen Digital-Signage-Lösungen zum multimedialen Erlebnis gemacht. Dazu gehörten sowohl Wegweisungen zu den Auditorien, Preis- und Programminformationen bei der Ticketausgabe, digitale Filmplakate, grossformatige Videowände für die Präsentation von Trailern sowie Getränke- und Speiseangebote im Restaurant, in dem ebenso Kassendisplays für Zusatzverkäufe vorhanden waren.

Human-Sensor-Technologie

NEC Display Solutions stellte für den beeindruckenden Auftritt rund 60 hochqualitative Displays und Projektoren zur Verfügung. Diese waren teilweise mit einer Human-Sensor-Technologie ausgerüstet, um mit dem Bildschirminhalt auf Bewegungen der Besucher zu reagieren. Aus der eigenproduzierten Computerlinie axxiv hat Littlebit Technology die geeigneten Player gefertigt, die die Displays mit dem animierten Content belieferten. YCD Multimedia, der renommierte Digital-Media-Software-Spezialist, hat mit C-nario für das professionelle Content Management gesorgt.

Für Kinobetreiber ist es heute essenziell, dass die Besucher über längere Zeit vor und nach der eigentlichen Filmvorführung im Cineplex verweilen und konsumieren. Die an der CineEurope gezeigten Lösungen kombinieren effiziente Abläufe für grosse Besuchermengen mit fesselnder Unterhaltung und lebendigem Ambiente. Damit wird der Kinobesuch zum erlebnisreichen abendfüllenden Programm.

Die 60 hochqualitativen Displays und Projektoren der Coca-Cola Lounge an der CineEurope 2014 wurden von den durch Littlebit Technology eigenproduzierten Players mit dem animierten Content beliefert.

Das von der Kilchenmann AG realisierte Mountain ePanel in der Bergstation Corvatsch (3303 m ü.M.) ist das höchstgelegene in Europa.

Höchstgelegenes Digital Signage auf 3303 m ü.M.

Am Ende des vergangenen Dezember durfte die Kilchenmann AG, als technischer Integrationspartner für digitale Werbeträger der APG | SGA Allgemeine Plakatgesellschaft AG, ein herausforderndes Digital-Signage-Projekt in den Engadiner Bergen rund um St. Moritz realisieren: das Mountain ePanel St. Moritz.

An unterschiedlichen Standorten der beiden Luftseilbahnen Corvatsch und Piz Nair entstanden acht Mountain ePanels für die digitale Werbung am Berg. Verbaut wurden nahezu 200 kg schwere Stelen mit integrierten 70”-Bildschirmen, die den teilweise extremen klimatischen Bedingungen am Berg problemlos standhalten können. Sämtliche Gehäuse sind durch standortspezifische und teils drehbare Trägerrahmen aus poliertem Chromstahl an Wänden, Decken, oder geklemmt an Säulen, montiert. Jede Stele besitzt ein autonomes Playout-System und wird komplett überwacht. Ausfälle lassen sich sofort erkennen und per Fernzugriff remote beheben.

Für die Installation und Inbetriebnahme des Systems bestand ein sehr knapper Zeitplan. Dies erhöhte die auch ohnehin bereits grosse Herausforderung zusätzlich und erforderte akribische Vorbereitungen und eine umfassende Just-in-time-Planung bis ins kleinste Detail. Auch das Glück des Tüchtigen stand bei. Die Einheiten am Piz Nair (3057 m ü.M.) mussten aufgrund der Bahninfrastruktur mit einem Hubschrauber eingeflogen werden. Dafür bestand aus Termingründen lediglich ein ganz kleines Zeitfenster am frühen Mittwochmorgen der Vorweihnachtswoche – die einzigen nebelfreien Stunden bei Aussentemperaturen von minus zehn Grad Celsius.

Komplettlösung fürs Einkaufen in neuer Dimension

Auch das Einkaufen erreicht in der digitalisierten Welt neue Dimensionen, wie beispielsweise bei Edeka Volker Klein in Hamburg. Digitale Monitore setzen hier Angebote, Produkte und Imagewerbung in Szene. Im modernen Edeka Flagship Store erfüllt die Lösung des POS-Spezialisten Nexgen smart instore die Ansprüche der Kunden an zeitgemässe Instore-Kommunikation. In der Region Edeka Nord setzt damit – neben Edeka Meibohm – bereits der zweite Händler auf Nexgen smart instore als Lösungspartner.

«Unser Markt ist in jeder Hinsicht etwas Besonderes», ist Geschäftsführer Volker Klein von Edeka Wedel überzeugt. Sein über 2700 m² grosser Flagship Store bietet den Kunden nicht nur eine Auswahl von 40 000 Produkten, sondern lädt mit eigener Bäckerei und Bistro im Markt auch

Für die digitale Kommunikation im Geschäftsgebäude «SkyKey» der Zürich Versicherung erhielt ipeak Infosystems den Digital Signage Best Practice Award an der Viscom.

zum Essen und Verweilen ein. Attraktiver Blickpunkt sind die im Mai 2014 ladenbaulich integrierten, insgesamt neun Digital-Signage-Systeme in allen Frischebereichen. So verstärkt am Markteingang die grosse Obst- und Gemüseabteilung, mit frischer Salatbar und umfangreicher Bioabteilung, ihren einladenden Eindruck durch Fotos von reifen Obstsorten und aktuellen Angeboten auf einem Display. An einem 40 m langen Tresen mit Wurst und Fleisch, einer heissen Theke, einer Frischfischabteilung und einer Käse- und Salatabteilung sind weitere Monitore installiert, die den Kunden tagesaktuelle Angebote präsentieren. Auch an den Rolltreppen in der Filiale sind Bildschirme angebracht, die mit Werbung, Videos und Aktionen neugierig machen.

Einkaufen mit Emotionen

Volker Klein suchte eine Lösung, die skalierbar ist, sich nachhaltig und optisch gut in die Filiale einfügt, und entschied sich für die Komplettlösung von Nexgen smart instore. Der POS-Spezialist lieferte ein Gesamtpaket, bestehend aus Hardware und Software, und realisierte das Projekt mit Beratung, Installation und Roll-out. Für die Pflege der Systeme stellt der Digital-Signage-Anbieter ausserdem Services mit Wartung und Hotline bereit. Die von Nexgen smart instore eingeführte Lösung nutzt die Hardware von Samsung mit 46”-Bildschirmsystemen, die sich durch eine hohe Auflösung auszeichnen und die einzeln und individuell angesteuert werden können.

Die Inhaltsaktualisierung der Displays erfolgt mit der Software-Lösung Prestige Enterprise in Kombination mit dem Content-Pflegedienst BrandLogistics. Damit können Fotos, Videos oder Angebote auf einfache Art und Weise auf mehrere Displays verteilt werden. So kann Edeka mit wenigen Klicks digitale Werbebotschaften gestalten und ausstrahlen.

«Wir wollen die Marke Edeka inszenieren und für die Kunden einen Einkaufsrundgang mit Emotion und Atmosphäre schaffen», erklärt Volker Klein. «Mit dem System können wir unsere Angebote flexibel erstellen und im Handumdrehen aktualisieren. Das macht unsere Frischeabteilungen wendig und schnell. Wir sind davon überzeugt, dass die Kunden durch moderne Medien angesprochen werden wollen. Deshalb sind wir nicht nur in Social Media wie Facebook aktiv, sondern gestalten unsere Märkte auch besonders einladend. Das Image unserer Filiale bei Kunden und Mitarbeitern ist daher äusserst positiv.» Zurzeit befindet sich der Edeka-Markt in den «Welau Arcaden» im Um- und Erweiterungsbau. Auch hier könnten zukünftig Digital-Signage-Systeme das Einkaufserlebnis der Kunden bereichern.

Nexgen smart instore Displays erleichtern das Einkaufen in Feinkost, Heisstheke und Käsetheke bei Edeka Volker Klein.

Westiform hat 88 Shops von Swisscom mit einer State-of-the-Art Digital-Signage-Lösung ausgerüstet.

Wow-Effekt für Kunden

Westiform hat 88 Shops von Swisscom mit einer State-of-the-Art Digital-Signage-Lösung ausgerüstet. Full HD und eine perfekte Synchronisation mehrerer nebeneinander liegender Bildschirme gehören ebenso dazu wie die Möglichkeit, per Touch auf einem Touchscreen von der Playlist auf Live TV umzuschalten.

Schon seit einigen Jahren nutzt die Swisscom Digital Signage – digitale Werbung, die zentral gesteuert wird – zur Verkaufsförderung in ihren Shops. Westiform erhielt den Zuschlag, das in die Jahre gekommene System zu erneuern. Jeder Swisscom-Shop wurde mit jeweils drei Full-HD-Bildschirmen mit einer Auflösung von 1920 x1080 ausgerüstet.

Integriertes Touch-Panel

Die animierten Werbeinhalte laufen gleichzeitig nahtlos über bis zu drei aneinandergereihte Bildschirme. Die Aufmerksamkeit der Kundinnen und Kunden ist bei diesem aussergewöhnlichen Format gewiss. Der Inhalt kann von der Swisscom-Marketingabteilung direkt über das Web hochgeladen werden. Ein integriertes Touch-Panel erlaubt es den Swisscom-Angestellten, per Knopfdruck von den Werbeinhalten (Playlist) auf Swisscom Live TV umzuschalten. Damit kann das TV-Angebot der Swisscom mühelos und optisch ansprechend den Kunden gezeigt werden.

Die Daten werden von einem externen Rechenzentrum zentral gehostet. Für einen sicheren Datentransfer von und zu den Shops sorgt ein virtuelles privates Netzwerk (VPN), das mit 1024 Bit verschlüsselt ist. Westiform überwacht die Displays, die zentral ein- und ausgeschaltet sowie konfiguriert werden können. Westiform ist ebenfalls verantwortlich für den Support der Hard- und Software. Die Inbetriebnahme fand innerhalb eines Monats schweizweit statt. ■

Anzeige