



Digital Signage-Lösungen

Bilder, Filme und Musik - alles ist möglich

1 Die vernetzten (audio-) visuellen Informationssysteme finden immer mehr Einsatzgebiete wo beispielsweise Werbung und Information in Form von Animation sowie Filmen zielgruppenorientiert angezeigt werden.

Mittels Digital Signage-Lösungen können individuelle Informationen zentral an beliebigen Standorten Kunden, Interessenten, Mitarbeitern oder Gästen präsentiert werden. Immer zum richtigen Zeitpunkt. Immer am richtigen Ort. Immer effizient und wirtschaftlich.

Autor: Christian Blersch, Geschäftsführer EMTrust GmbH

Die Vorteile digitaler Informationssysteme sind bereits seit einigen Jahren bekannt. Die Preisentwicklung für LCD-, Plasmabildschirme etc. gingen in den letzten Jahren drastisch nach unten. So werden Digital Signage-Lösungen immer interessanter. Ob Website, Videoclip, Scroll- und Tickertexte sowie Office-Dokumente, alles lässt sich heutzutage einfach kombinieren sowie zentral steuern und abfra-

gen. Somit hat der Anwender jederzeit die volle Kontrolle über seine Kampagne.

Einfach kombinieren, zentral steuern

EMTrust bietet neben Box- und Panel-PCs, Compact-PCI-Systemen sowie Boards auch nun ein Produktportfolio an Digital Signages an. Das Unternehmen aus Weichs gehört zu der Trucomp Firmen-

gruppe mit über einhundert Mitarbeitern. Die Entwicklung und Produktion findet ausschließlich in Deutschland statt. Die EM Digital Signage Lösungen basieren ausschließlich auf Industriekomponenten, welche speziell für den störungsfreien Dauerbetrieb ausgelegt sind. Zum Einsatz kommen 42" Displays mit 500 cd/m² Leuchtdichte sowie leistungsstarke Intel Rechner von Celeron M über Core 2 Duo, alles Made in Germany.



In immer mehr Einkaufszentren kommen Digital Signage Systeme zum Einsatz.

2

Ausgelegt für den störungsfreien Dauerbetrieb

Weitere technische Merkmale der EM Digital Signage sind:

- Split-Screen und Multiple-Display-Lösungen
- Videoüberwachung
- Audio Out
- Wireless-Netzwerk
- UMTS und Bluetooth
- Schlanke Bauform
- Individuelles, kundenspezifisches Branding möglich

Die vernetzten (audio-) visuellen Informationssysteme, deren Inhalte entweder programmgesteuert oder manuell zusammen gestellt werden können, finden immer mehr Einsatzgebiete wo beispielsweise Werbung und Information in Form von Animation sowie Filmen zielgruppenorientiert angezeigt werden. Auf Bahnhöfen und Flugplätzen ist beispielsweise die elektronische An-

zeige von An- und Abfahrtszeiten schon lange gängig. In Bahnhöfen kann Werbung nach der Uhrzeit zielgruppengerecht eingesetzt werden. Auch in Kaufhäusern und Banken kommen diese Informationssysteme immer mehr zum Einsatz, da die Digital Signages einen höheren Aufmerksamkeitsgrad beim Kunden erzielen als z.B. ein Werbeplatat.

Höherer Aufmerksamkeitsgrad

Die digitalen Medieninhalte, wie Video-Clips, Bilder, Sounds, Präsentationen, etc. werden dann beispielsweise am Point of Sale (POS) sowie Point of Information (POI) wiedergegeben. Die Übertragung dieser digitalen Inhalte erfolgt in der Regel über eine kabelgebundene Netzwerkverbindung. Die

Daten können parallel auch über USB-Stick sowie via WLAN und Bluetooth auf das Endgerät übertragen werden.

Aktualität der Inhalte

Das Hauptargument für den Einsatz einer Digital Signage ist die Kostenersparnis, die Aktualität der Inhalte sowie der erhöhte Aufmerksamkeitsgrad sämtlicher Personen. Bei konventionellen Plakaten fallen bei jedem Wechsel enorme Kosten an. Zudem lassen sich Informationen permanent aktualisieren, was bei Plakaten nicht möglich ist. Betrachtet man die Digital Signage vom Kostenaspekt fallen einmalige Anschaffungskosten an, die sich jedoch durch ihre Vorteile wieder schnell amortisiert haben. Dank der sinkenden Preise für LCD- und Plasmabildschirme werden Digital Signage zunehmend kostengünstiger. In immer mehr Einkaufszentren kommen Digital Signage Systeme zum Einsatz. Dieser Einsatzfall ist gerade zu prädestiniert für dieses Produkt. Angefangen bei der Kundenführung ("Welches Fachgeschäft finde ich auf welcher Etage") bis hin zur Vorstellung neuer Produkt und Angebote sowie Videos sorgen für effektive Werbezwecke. In der Studie "Digital Signage in Europa" (2008) wird prognostiziert, dass sich der Nettowerbeumsatz mit digitaler Außenwerbung von 2008 bis 2012 nahezu verdreifachen wird, von rund 220 Millionen Euro in 2008 auf über 630 Millionen Euro im Jahr 2010.

www.emtrust.de