

Immer ankommen

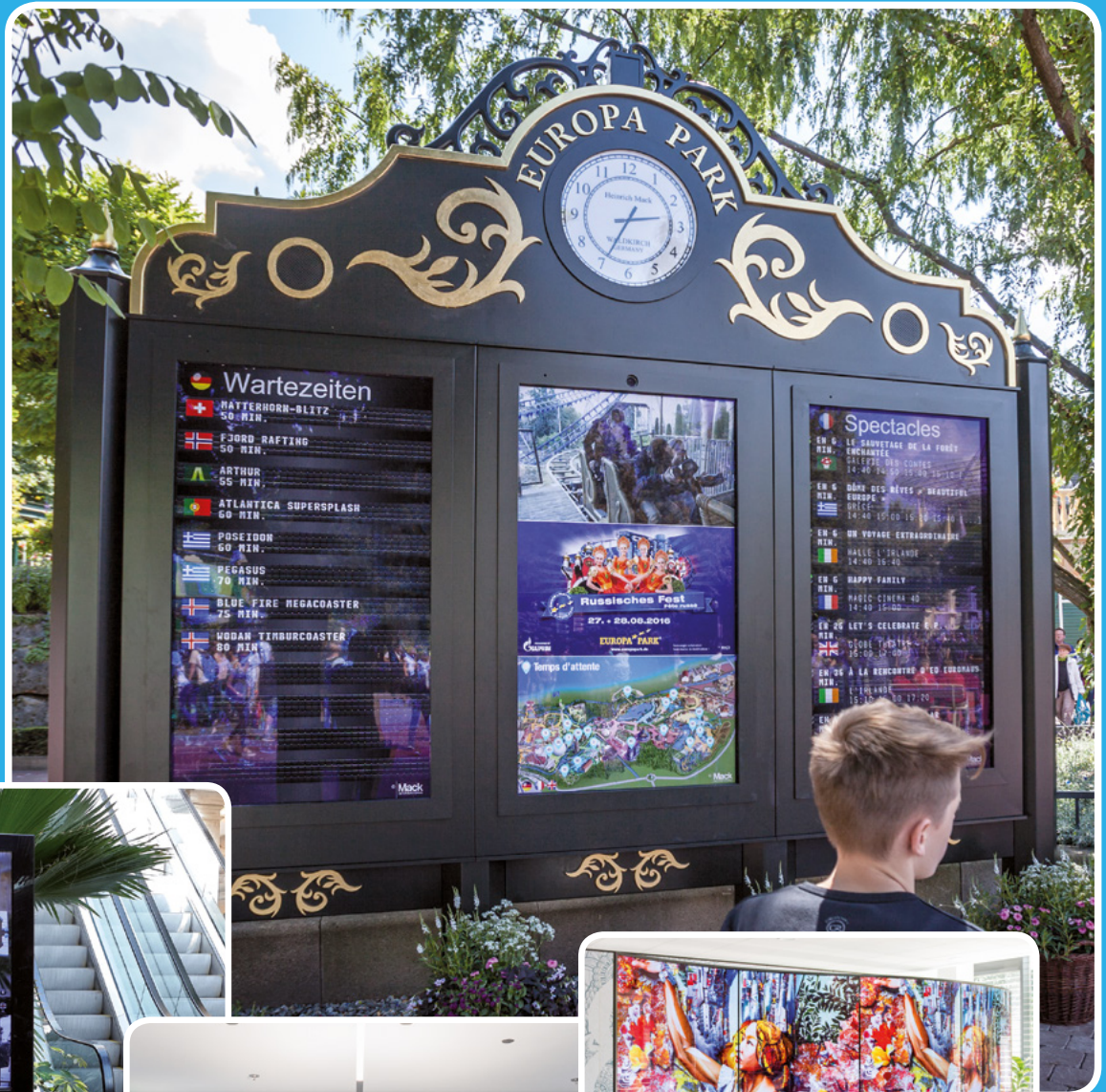
Wer sicher gehen will, dass der Content läuft, muss die Signalübertragung im Blick haben

Immer im Herbst

Auch in diesem Jahr nutzen DS-Firmen die Viscom, um ihre Produkte zu präsentieren

Immer aktuell

Seit dem Spätsommer präsentiert sich der Europa-Park Rust noch digitaler



Alles in einem?!



Diese Stele in einem Moskauer Einkaufszentrum bietet im Split-screen-Modus zwei Services an: Wegeleitung in der oberen Hälfte, Werbung und Information in der unteren

Das Angebot an Software ist zunehmend spezialisiert. Was aber, wenn mehrere Anwendungsfelder abgedeckt werden sollen?

Die digitale Beschilderung, die dem Betrachter beispielsweise relevante Informationen anzeigt, hat in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen. Neben dem technischen Fortschritt führte nicht zuletzt ein gestiegener Anspruch der Kunden zu zahlreichen Anwendungsszenarien; die Hersteller, ob Hard- oder Software, folgten dem, indem sie sich immer mehr diversifizierten und ihr Produktportfolio auf vertikale Märkte wie Einzelhandel, Hotellerie oder Bildungseinrichtungen ausrichteten. Zuletzt wurden allerdings Rufe nach Produkten laut, die das Verknüpfen mehrerer Vertriebskanäle beziehungsweise die Kombination mehrerer Einsatzszenarien erlauben, sodass sich der Funktionsumfang wieder erweitert. Daher fällt es schwer, den Überblick zu bewahren. Primeconsult Unternehmensberatung hat deswegen mit einer Marktstudie über aktuelle Softwares eine Art Kompass erstellt, um die Orientierung im Angebotsdschungel zu erleichtern. Sie bietet einen ersten Überblick und verrät, worauf man bei der Auswahl achten sollte. Dazu stellte das Unternehmen den international tätigen Marktführern, aber auch regional operierenden Anbietern für spezielle Marktsegmente mehr als 700 Fragen.

Viele Einsatzszenarien, viele Funktionen

Je nach Branche unterscheiden sich die Anforderungen an eine Digital Signage-Installation; entsprechend breit gefächert sind die Anwendungsmöglichkeiten. Hotels etwa bewerben unter anderem ihr Service- und/oder Speisenangebot und informieren über lokale Sehenswürdigkeiten sowie den öffentlich Nah- und Fernverkehr. Wegeleitsysteme bringen die Gäste schnell ans Ziel und per Raum-

und Ressourcenmanagement sind die Tagungs- und Konferenzräume optimal ausgestattet und ausgelastet. Im Einzelhandel steht neben der Verkaufsförderung die Unterstützung des Personals im Vordergrund. Interaktive Kiosksysteme etwa erleichtern die Suche nach Produkten beziehungsweise Alternativen, während virtuelle Umkleiden das Einkaufserlebnis steigern. In Eingangsbereichen von Unternehmen, Messen oder Bildungseinrichtungen hingegen begrüßen digitale Systeme die Besucher, informieren über die verschiedenen Abteilungen, Öffnungszeiten oder Aktionen und zeigen den Weg zum zuständigen Ansprechpartner, Messestand oder zur nächstgelegenen Toilette an. In Wartesituationen auf Ämtern, Apotheken oder an Haltestellen organisieren sie beispielsweise den Besucherstrom und/oder lenken vom Warten ab, bis ein Mitarbeiter frei ist.

In der Vergangenheit waren dafür Anwendungen üblich, die nur einen bestimmten Zweck erfüllten. Heute sind Produkte mit erweitertem Funktionsumfang und größerer Leistungsfähigkeit gefordert. Neben dem klassischen digitalen Werbeplakat haben sich zwei neue Hauptanwendungsfelder aufgetan: Räume, sogar einzelne Arbeitsplätze, lassen sich mit Software für das Raum- und Ressourcenmanagement effektiver verwalten, um die Auslastung zu optimieren beziehungsweise Überlastung vorzubeugen. Den Weg zum gebuchten Raum können passive oder interaktive Wegeleitsysteme weisen. Sie erlauben Besuchern, sich in komplexen Gebäuden oder Gebieten schnell zurechtzufinden. Des Weiteren gibt es Produkte, um Warteschlangen zu organisieren. Sie steuern beispielsweise den Besucherstrom in Behörden und verkürzen damit die Wartezeit; mit unterhaltsamen Inhalten lenken sie Wartende außer-

dem ab – was subjektiv die Wartezeit ebenfalls verkürzt. Während solche Anwendungen noch spärlich verbreitet sind, sind es sogenannte Welcome-Lösungen umso mehr. Sie begrüßen Besucher im Eingangsbereich eines Unternehmens. Zudem können sie die Firma vorstellen, Ansprechpartner nennen oder nur unterhalten.

Werben, verwalten, leiten

Der Digital Signage-Softwaremarkt lässt sich in drei Hauptkategorien einteilen: klassische digitale Informations- und Werbesysteme, Raum- und Ressourcenmanagement sowie Wegeleitung. In früheren Analysen hat Primeconsult herausgefunden, dass es für jeden Bereich Einsteigerprodukte gibt, die grundlegende Anforderungen erfüllen. Sie spielen Bilder via Cloud an einen Player beziehungsweise ein Display aus, buchen einen Raum oder zeigen den Weg vom Start- zum Zielpunkt an. Mittelklassige beziehungsweise High-End-Varianten erlauben zum Beispiel ein umfassendes, örtlich, zeitlich und auf Zielgruppen angepasstes Kampagnenmanagement, zusätzliche Ressourcen wie Interieur, Technik oder Bewirtung in Konferenzzentren einzubeziehen oder Besucher via Mobilgerät interaktiv zu ihrem Ziel zu führen – mit einer Ansicht in 3D oder aus der Vogelperspektive.

Will der Anwender mehrere Bereiche kombinieren, muss er sich zunächst fragen, ob er für jedes Szenario die jeweils beste Software haben möchte, oder ob es wichtiger ist, dass alles in einer Lösung zusammenfließt. Auf Basis seiner Marktstudien verweist Primeconsult darauf, dass insbesondere bei Raummanagement und interaktiver Wegeleitung die spezialisierten Produkte vorn liegen. Mit der größeren Leistungsfähigkeit gehen aber auch Nachteile einher: Jede Anwendung benötigt die jeweilige Systemplattform des Anbieters. Anwender müssen dann ein Potpourri an Plattformen verwalten, die eventuell wenig kombinationsfreudig sind. Im Gegensatz dazu stehen All-in-one-Produkte. Sie erfüllen zwar nicht jede Anforderung optimal und der Nutzer muss Kompromisse eingehen; dafür bündeln sie mehrere Anwendungsgebiete unter dem Dach einer Systemarchitektur. „Wir empfehlen aus wirtschaftlichen Gründen, in normalen Einsatzszenarien den Generalisten den Vorzug zu geben“, fasst Karl-Joachim Veigel, Geschäftsführer von Primeconsult, zusammen.

Bedarfsorientierte Auswahl

Digital Signage-Installationen setzen sich aus vielen Komponenten zusammen, die technisch aufeinander abgestimmt werden müssen. Weil sie meist auf kompatiblen Industriestandards basieren, ist das heute kein großes Problem mehr. Hard- und Software müssen miteinander kompatibel sein und bezüglich der Leistungsfähigkeit auf den Content, der gezeigt werden soll, angepasst werden. Fündig wird man entweder direkt beim Hersteller oder bei Systemintegratoren. Letztere konzentrieren sich nicht nur auf ein Produkt, sondern stimmen alle Komponenten projektspezifisch aufeinander ab, was eine optimale Systemkonfiguration gewährleistet.

Grundsätzlich definiert die Software die Leistungsfähigkeit beziehungsweise die Präsentations- und Interaktionsmöglichkeiten einer Installation. Sie sollte daher der Ausgangspunkt für die Suche nach geeigneten Anbietern sein. Damit der Interessent am Ende das erhält, was er tatsächlich braucht, muss er Hausaufgaben machen: Was will er mit der Installation erreichen? Wie wird sie in die Kommunikationspolitik und in die vorhandene IT-Infrastruktur eingebunden? Anhand der Antworten fällt das eine oder andere Produkt bereits weg. Außer dem Funktions- und Leistungsumfang sollte der Anwender im Anschluss analysieren, ob sich die Software bedarfsorientiert anpassen lassen soll oder ob eine Sonderentwicklung notwendig ist.

Wie facettenreich die Produkte sind, zeigt Primeconsult in seiner neuesten Marktstudie. Jedes Produkt wird dabei hinsichtlich der drei untersuchten Hauptkategorien Digital Signage, Raum- und Ressourcenmanagement sowie Wegeleitung bewertet und in Relation zum Erfüllungsgrad gemäß der jeweiligen Funktionsabfrage gesetzt. Dadurch kann der Nutzer entsprechend seiner persönlichen Gewichtung nach einer passenden Software suchen und eine Shortlist zum genauen Vergleich erstellen. „Die Vor- und Nachteile des Leistungsspektrums liegen aber sehr im Detail“, fasst Karl-Joachim Veigel zusammen. Die Auswahl ist immer eine Einzelfallentscheidung – besonders dann, wenn die Software mehrere Anwendungsfelder abdecken soll.

ED

www.primeconsult.eu



Soll eine Software flexibel eingesetzt werden, muss der Anwender eventuell Kompromisse eingehen und Prioritäten setzen.

Erfüllung in % (versus „Best in Class“)

	dlimedis	easescreen	enigram	Four Winds Interactive	Grassfish Marketing Technologies	kommatered	Macnetix	nirabyte	Net Display Systems	Scala	Stino
Digital Signage	69,1	76,8	64,3	87,1	80,9	80,5	48,2	63,6	70,6	85,7	71,7
Raummanagement/Türschilder	39,6	63,1		45,2	42,4	54,4	37,3	33,2	51,6	50,2	39,6
Interaktive Wegeleitung	70,8	61,3	65,7	93,4						79,6	