

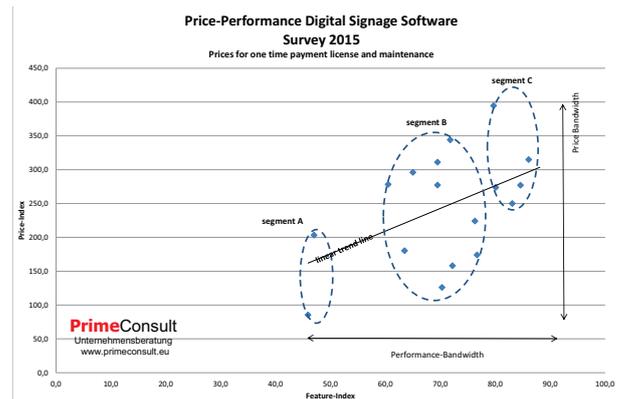
# Mehr als digitale Plakate

Software kann mehr, als Inhalte statisch anzeigen. Primeconsult bietet mit Marktumfragen einen Überblick über das Sortiment.

Digitale Medien im öffentlichen Raum haben sich – lediglich beeinträchtigt von Finanzkrisen – stürmisch entwickelt. Waren sie zu Anfang, zu Beginn des Jahrtausends, noch ein Thema für technische Spezialisten, hat die Entwicklung der vergangenen Jahre eine große Standardisierung mit sich gebracht. Insbesondere die Hardware, also Bildschirme, Player-PC, Client-Server und Kommunikationstechnik, sind heute weitgehend „Commodity“. Was jedoch immer kundenindividuell bleiben wird, sind die Inhalte, die auf den Bildschirmen gezeigt werden.

Letztlich definiert die Software, wie leistungsfähig eine Lösung ist; was wann wie und wo, gegebenenfalls auch wem, gezeigt wird. Die Software ist heute damit der treibende Faktor für die technische Leistungsfähigkeit eines Systems – obwohl die Software absolut der kleinste Kostenfaktor bei einem Investment in Digital Signage ist. Für den Betrachter kommt erschwerend hinzu, dass die Anbieter in diesem Markt nahezu unüberschaubar sind. Trotz harter Kämpfe um jedes Projekt hat sich ihre Anzahl in den vergangenen Jahren nicht signifikant verändert: Wir zählen heute mehr als 170 Softwareanbieter alleine in Zentraleuropa. Viele von ihnen sind verhältnismäßig klein – weniger als fünf Mitarbeiter, weniger als eine Million Euro Umsatz; und es ist nicht möglich abzusehen, wie lange sie sich dem Marktdruck entziehen können. Hinzu kommt, dass wir sehr unterschiedliche Ansatzpunkte für die Software am Markt finden:

- nach Anwendungsgebieten reine Digital Signage-Produkte sowie Lösungen, die Digital Signage mit anderen Schwerpunkten kombinieren, wie
  - Raummanagement und digitale Türbeschilderung
  - interaktive Wegeleitsysteme
  - Begrüßungslösungen für den Eingangsbereich
  - Warteschlangenmanagement
- die Digital Signage-Software kann – entsprechend der Anforderungen des Projektes – unterschiedliche Funktionen bieten:
  - statische und/oder interaktive Lösungen
  - Lösungen mit Feedback-Kanälen
  - Lösungen, die zielkundenorientierte Kampagnen nach zuvor eingestellten Kriterien abspielen können
- die Zielgruppe, der Aufstellungsort und die Größe der Installation.



Ein Auszug aus den Marktumfragen von Primeconsult

Im Rahmen des „Digital Signage Software Surveys 2015“ hat Primeconsult diesen heterogenen und intransparenten Markt untersucht und die Produkte vieler Anbieter auf den Prüfstand gestellt. Nach Auswertung der rund 450 Antworten je Anbieter – untersucht wurden technische Basis, Features und Marktbedeutung – und der Preise der Anbieter konnten drei Leistungssegmente identifiziert werden, die in sich eine breite Bandbreite im Preisbereich aufweisen: Eine sorgfältige Auswahl im Rahmen eines Projektes ist also empfehlenswert. Die erwähnte Studie ermöglicht es, insbesondere für Projekte bis zu 100 Bildschirmen, eine Vorselektion zu treffen.

Primeconsult hat sich als Analyst und Berater auf dieses Segment spezialisiert und über verschiedene Anwendungsgebiete Marktumfragen erstellt. Ziel ist es, dort Transparenz zu schaffen, wo durch die schiere Anzahl der Anbieter keine Transparenz für Dritte einfach möglich ist. Mit Hilfe einer Checkliste, die zum kostenlosen Download bereitsteht, können die Struktur und der Bedarf aus einem Digital Signage-Projekt skizziert werden; dank der Studien ist die Erstellung einer Shortlist an in Frage kommenden Lieferanten leicht möglich. Auf der wetec 2016 wird Primeconsult unter anderem die Ergebnisse der Studien und die Schlussfolgerungen daraus vorstellen. Verfügbar sind derzeit Studien über „Digital Signage“ und „Interactive Wayfinding“. Die Studie „Raum Management und Türbeschilderung“ wird gegen Ende des Jahres fertig sein. Primeconsult bietet die Studien für 250 Euro netto an.

Karl-J. Veigel

[www.primeconsult.eu](http://www.primeconsult.eu)