



Ein digitaler Kundenstopper im Außenbereich

Bild: Weideko

Halt: Kundenstopper werden digital

Karl-Joachim Veigel von Primeconsult erklärt, wie sich digitale Kundenstopper einsetzen lassen.

Seit rund 20 Jahren wird die Werbung mit Digital Signage digitalisiert und heute sind digitale, bildschirmbasierte Anzeigen im öffentlichen Raum und in Ladengeschäften nicht mehr wegzudenken. Dennoch hat es eine ganze Zeit gedauert bis – neben der altherwürdigen Litfaßsäule – ein zweites archaisches Medium nun eine digitale Aufrüstung erhält: der Kundenstopper.

Einsatzszenarien für Kundenstopper sind dabei Ladengeschäfte aber auch beispielsweise Messen, Einkaufszentren, Autohäuser, Theater oder die öffentliche Verwaltung. Die Einsatzmöglichkeiten sind also universell. Kundenstop-

per kommen überall dort zum Einsatz, wo genügend Platz zur Verfügung steht, um einen solchen Stopper aufzustellen und wo es dem Anbieter wichtig ist, auf aktuelle Angebote hinzuweisen oder Hinweise zu geben, auf seinen Laden oder Veranstaltung aufmerksam zu machen, oder um Laufkundschaft zu gewinnen.

Kundenstopper lassen sich sowohl im oder vor dem Ladengeschäft aufstellen und so zwischen Boden- und Augenhöhe für Artikel werben. Kundenstopper haben damit eine etwas andere Aufgabe als Digital Signage-Bildschirme. Die Vorteile liegen auf der Hand: Was früher mühsam per

Hand aktualisiert werden musste, lässt sich jetzt blitzschnell und professionell erledigen. Außerdem hat sich die Bandbreite des Mediums dadurch signifikant erweitert: Neben den üblichen Textinformationen und graphischen Einlegern ist nun auch das dynamische und deshalb aufmerksamkeitsregende Medium Video einsetzbar.

Die Bandbreite der technischen Möglichkeiten ist dabei sehr ähnlich zu den heute üblichen Digital Signage-Lösungen: Eine einzelne Stand-alone-Lösung kann einfach aufgestellt und der Inhalt für den Bildschirm per USB-Stick geladen werden. Fertig ist die Anwendung. Die Änderung der Inhalte erfolgt wieder über den USB-Stick. Diese Lösungen werden heute bereits als Plug-and-play-Angebote per Internet bestellbar von vielen Firmen angeboten.

Etwas komplizierter, aber auch komfortabler wird es, wenn der Kundenstopper in eine geplante oder bereits vorhandene Digital Signage-Struktur eingebunden werden soll. Der Kundenstopper wird dann wie ein ganz gewöhnlicher Bildschirm innerhalb der Anwendung behandelt und über das systemeigene Content-Management-System mit Inhalten versorgt: über LAN oder kabellos über WLAN.

Besondere Einsatzszenarien: In Situationen, in denen Kabel nicht verwendet werden können oder ein Stromanschluss nicht vorhanden ist, gibt es auch bereits Angebote für batteriebetriebene Kundenstopper. Auch für Bereiche, die der Witterung ausgesetzt sind, gibt es inzwischen Outdoor-Kundenstopper, die technisch aufwendiger und damit teurer sind. Im Angebot sind heute Kundenstopper mit einer Bildschirmgröße von 32 oder 43 Zoll in senkrech-

ter Aufstellung in Full-HD oder 4K-Auflösung, beginnend mit 350 Candela pro Quadratmeter. Soweit Kundenstopper im Außenbereich und im vollen Sonnenlicht eingesetzt werden, sollte die Helligkeit je nach Ausrichtung bei 700 bis 1500 Candela pro Quadratmeter liegen.

Die Preise für einen Kundenstopper beginnen bei rund 1.000 Euro und sind abhängig von Bildschirmgröße und den Ausstattungsmerkmalen.

Die Einsatzmöglichkeiten von Kundenstoppfern sind erprobt und erfolgversprechend. Durch die Digitalisierung erschließen sich aber neue Anwendungsmöglichkeiten. Diese befinden sich heute noch im Anfangsstadium und werden – da erfolgversprechend – eine ähnlich rasante Entwicklung nehmen: Mit Interaktivität und zielgerichteter Kundenansprache, Stichwort Gesichtserkennung, werden sich die Anwendungsmöglichkeiten rasch ausweiten und den Erfolg von Digital Signage auch im Subsegment Kundenstopper fortsetzen.

Karl-Joachim Veigel, Primeconsult Unternehmensberatung

www.primeconsult.eu

Softwareprodukte analysiert

In einer Studie hat Primeconsult Unternehmensberatung ausgewählte Digital Signage-Softwareprodukte detailliert analysiert: Mit über 450 Fragen sicher die umfangreichste Studie, die je in diesem Markt durchgeführt wurde. Unter den Teilnehmern waren sowohl die globalen Marktführer als auch regionale Anbieter für spezielle Marktsegmente. In dieser Studie zeigt sich ganz klar, dass bei der Auswahl genau auf den Einsatzfall geachtet werden muss, um ein optimales Ergebnis zu erzielen. Die Vorbeziehungsweise Nachteile des Leistungsspektrums einer Lösung liegen aber sehr im Detail. Auf der Homepage von Primeconsult Unternehmensberatung kann sowohl die Studie - Update 2020/2021 ist in Vorbereitung - wie auch eine Beschreibung zur Vorgehensweise in Projekten als auch eine Checkliste heruntergeladen werden.



IHR DIGITALER PARTNER FÜR ZUKUNFTSORIENTIERTE RESELLER

Digital Signage, LED-Wände, Displays

Service / Dienstleistung europaweit

Software, Hosting & Content



Nürnberg | Berlin | München | Kassel | Köln
Tel. +49 (0) 911 230 850
www.sld-mediatec.de

