

In eigener Sache

Einsatz von Digital Signage im Unternehmen: Worauf Sie bei einer „Best-Practice“-Lösung achten sollten.

Im analogen Zeitalter waren eine Firmenteilschrift und gelegentliche Rundschreiben der Unternehmensleitung State of the Art für eine zielgerichtete interne Kommunikation. In unserer von digitalen Medien beherrschten Welt reicht dies jedoch nicht mehr aus und trägt weder den technischen Möglichkeiten noch den Erwartungen von Mitarbeitern, die privat hochvernetzt sind, angemessene Rechnung. Eine digitale Lösung für die interne Kommunikation kann gleichzeitig eine Reihe von Fragestellungen und Herausforderungen adressieren:

- aktuelle Unternehmensinformationen in moderner Form – Bild, Video und gegebenenfalls Ton – präsentieren, auch angereichert durch externe Informationen wie News, Wetter, Kultur et cetera
- die Wichtigkeit der Mitarbeiter sowohl in inhaltlicher Form als auch durch die

wahrnehmbare Einbindung ausgewählter Mitarbeiter in das Informationsgeschehen (Bereitstellung/Autorenschaft) betonen

- die Mitarbeitermotivation steigern
- die Mitarbeiterzufriedenheit durch Adressierung derer Interessen steigern
- die Verbundenheit der Mitarbeiter mit dem Unternehmen und die Unternehmenskultur positiv beeinflussen

Aufgrund der Erwartungshaltung aller Beteiligten und der Auswirkung auf die Motivation sollte hier jedoch nur begrenzt experimentiert werden – schon der „erste Schuss“ muss sitzen. Aus unserer Erfahrung hat sich dabei eine analytische und methodische Vorgehensweise bewährt.

1. Ziele definieren

Es muss darauf geachtet werden, dass alle

Beteiligten eingebunden werden, sowohl im Rahmen der Installation, als auch im anschließenden laufenden Betrieb. Die Praxis hat gezeigt, dass die Wahrnehmung und die Akzeptanz von Digital Signage umso höher sind, wenn möglichst viele Bereiche des Unternehmens eingebunden sind.

Bereits in dieser Phase ist detailliert zu planen, welche Inhalte später gezeigt werden sollen. Dabei darf keineswegs nur das auf den Bildschirmen erscheinen, was „top down“ von der Unternehmensleitung als wichtig erachtet wird. Wichtiger wäre, was Mitarbeiter beitragen können: Das Tagesgeschehen des Unternehmens sollte hinreichend Raum finden, seien es Projekterfolge, der Abschluss von Neuentwicklungen, Fertigungszahlen und Qualitätserfolge (oder Projekte dafür), Vertriebsfolge, eine Neukundengewinnung oder die Geschäftszahlen und Ergebnisse des Unternehmens. Beiträge engagierter Mitarbeiter bringen Authentizität und erhöhen gleichzeitig die Motivation nicht nur der Beteiligten. Machen Sie Ihre engagiertesten Mitarbeiter zu internen und externen Botschaftern Ihres Unternehmens.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die definierte Leistung – Inhalte, Umfang, Häufigkeit von Änderungen et cetera –, die von der Digital Signage-Installation erwartet wird. Vielen (gescheiterten) Projekten ist

Bild: Mediamyne

Unternehmenszahlen können die Angestellten motivieren, wenn sie als gemeinsamer Erfolg dargestellt werden.



Software für die interne Kommunikation

Primeconsult Unternehmensberatung analysiert regelmäßig den Markt für Digital Signage-Software nach verschiedenen Themenschwerpunkten. Dabei steht unter anderem die (einfache) Bedienbarkeit im Fokus. Außerdem wurde abgefragt, welche Zielsegmente die einzelnen Unternehmen adressieren. Das Ergebnis überrascht nicht: Nahezu alle Unternehmen sind in fast allen Zielsegmenten tätig, nur wenige haben sich spezialisiert und bieten den Kunden

entsprechenden Mehrwert in diesen Segmenten, zum Beispiel für die Hotellerie (siehe Digital Signage Ausgabe 3.2018, Seite 12f.). Für den Einsatz im Bereich der internen Kommunikation war unter rund 200 Anbietern von Digital Signage-Software nur ein Anbieter, der sich auf diesen Bereich spezialisiert hat: Mediamyne, ein Anbieter mit Standorten in Düsseldorf und Amerfoort in den Niederlanden.

www.mediamyne.de

tet wird, kann besonders bei kleineren Installationen der Betrieb des Servers mit entsprechenden Zugriffsrechten der Anwender beim Lieferanten sinnvoll sein. Der Inhalt im laufenden Betrieb wird vom Unternehmen selbst erbracht. In der Praxis kann es für die Nutzung beziehungsweise Akzeptanz des Systems von großer Bedeutung sein, dass möglichst viele Beiträge von Mitarbeitern eingespielt werden. Einfache, intuitive Bedienung der Lösung ist dafür die wichtigste Voraussetzung.

Zufriedene Mitarbeiter sind die Leistungsträger in einem Unternehmen; eine Studie von Avantgarde Experts zeigt, dass rund 70 Prozent aller Mitarbeiter zufrieden sind, aber nur 20 Prozent fühlen sich dem Unternehmen auch verbunden. Diese engagierten Mitarbeiter gilt es zu nutzen, um die Mitarbeiterzufriedenheit und -verbundenheit weiter zu steigern. Denn engagierte Mitarbeiter liefern bessere Ergebnisse, sind proaktiv und bleiben länger im Unternehmen tätig; sie sind glücklich und zufrieden und zeigen mehr Einsatz. Meistens kennen sie sich gut mit den Produkten aus und schenken den Kunden mehr Aufmerksamkeit, steigern also die Kundenzufriedenheit – ein engagierter Mitarbeiter ist ein Botschafter Ihres Unternehmens.

Karl-Joachim Veigel

www.primeconsult.eu

Hinweis

Karl-Joachim Veigel ist Geschäftsführer von Primeconsult Unternehmensberatung. Das Unternehmen hat ausgewählte Digital Signage-Software mit mehr als 450 Fragen detailliert untersucht. Teilgenommen haben globale Marktführer und regionale Anbieter für spezielle Marktsegmente. Die Studie zeigt, dass die Vor- beziehungsweise Nachteile eines Produkts sehr im Detail liegen und daher bedarfsorientiert analysiert werden müssen. Auf der Homepage von Primeconsult Unternehmensberatung stehen die Studie, eine Beschreibung zur Vorgehensweise bei Projekten und eine Checkliste zum Download bereit.

gemeinsam, dass hier nicht genug Zeit zur genauen funktionalen Beschreibung investiert wurde. Die Anwendung einer Checkliste hat sich dabei stets bewährt.

2. Die gewünschte Lösung festlegen

Nachdem die Zielsetzung definiert wurde, ist das Projekt im nächsten Schritt technisch zu beschreiben. Aufgrund hoher Standardisierung lässt sich heute die Hardware weitgehend aus am Markt verfügbaren Komponenten zusammenstellen:

- Bildschirme in gewünschter Größe und der dazu gehörende Player-PC; das Betriebssystem hängt von der DS-Software ab, die das System betreiben wird
- Kommunikation zwischen Bildschirmen/ Player-PC und Server – je nach Netzwerktypologie in der Regel Internet und LAN/WLAN
- zentraler Server für die Systemverwaltung und -überwachung sowie Contentgestaltung: Hier werden meist die Playlisten der einzelnen Bildschirme erstellt und gespeichert; den Playern wird der Content dann entsprechend den Einstellungen zugespielt. Am Markt sind Lösungen verfügbar, bei denen dieser Server entweder beim Kunden oder beim Lieferanten steht

- Digital Signage-Software – der Treiber des Systems: Sie definiert die Leistungsfähigkeit der Lösung. Unsere Studie hat gezeigt, dass mitnichten immer der mächtigsten, sondern der Software der Vorzug zu geben ist, die die Zielsetzung des Unternehmens am besten unterstützt. Je leistungsfähiger die Lösung, desto komplexer die Software und desto umfangreicher die Bedienschritte von der Contenterstellung bis zum Abspielen des Inhalts. Für die interne Kommunikation sollte deshalb neben technisch notwendigen Features auf einfache Bedienung geachtet werden
- Die Inhalte werden im Falle der internen Kommunikation zu einem großen Teil aus internen Quellen des Unternehmens bespeist. Nutzen Sie dabei nicht nur die Kreativität Ihrer Marketingabteilung, sondern auch die Menge Ihrer Mitarbeiter. Möglich ist auch, gezielt Neuigkeiten einzubinden

3. Umsetzung und laufender Betrieb

Die Lieferung der einzelnen Komponenten sollten aus einer Hand erfolgen, um einen Verantwortlichen für den reibungslosen Betrieb und den Service zu haben. Da Digital Signage-Software regelmäßig upgeda-

digital signage

Das Fachmagazin
für digitale Werbe- und
Informationssysteme

Digitales praktiziert

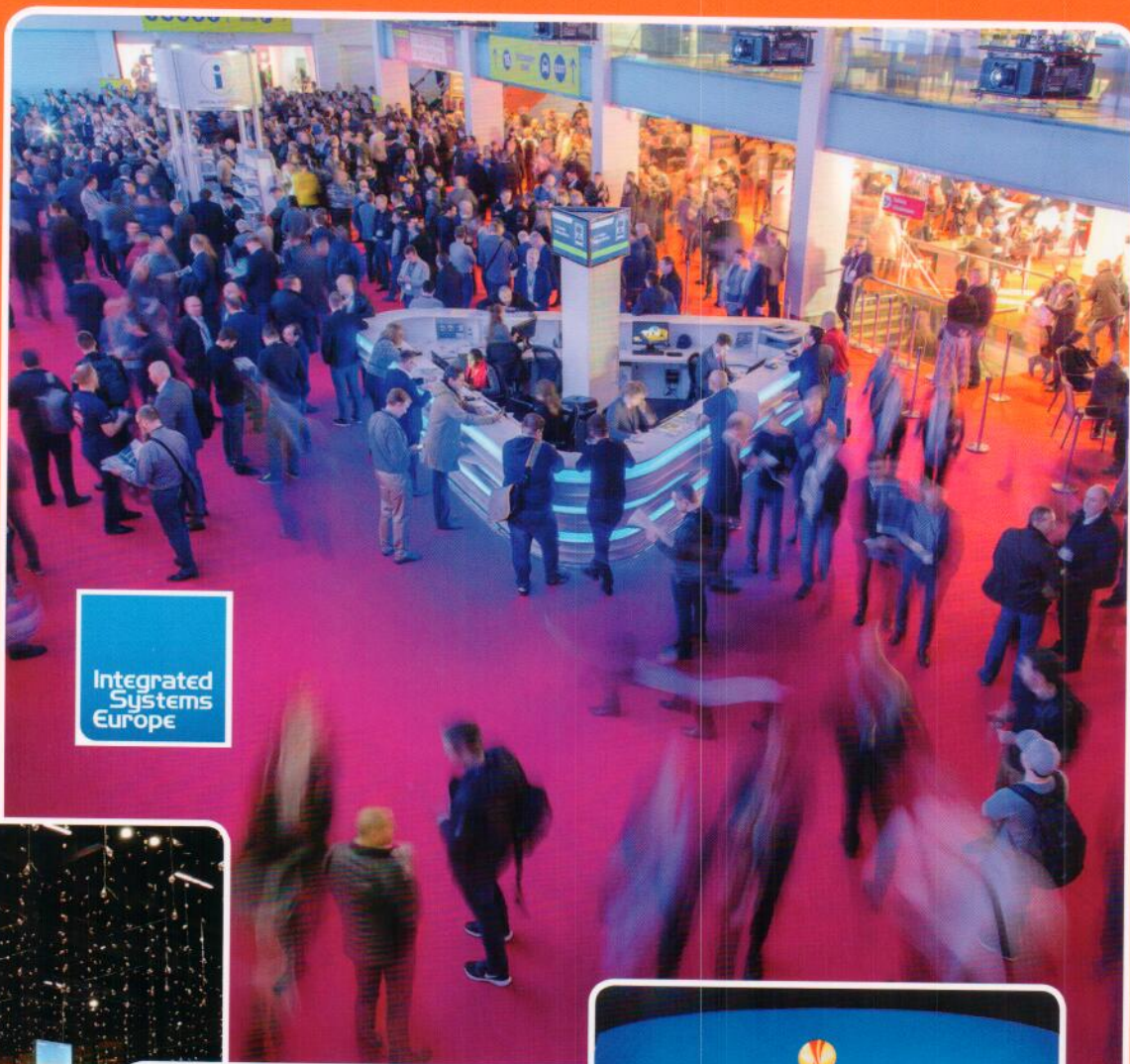
Die ISE als Plattform
für AV-Technologie

Schutzschicht appliziert

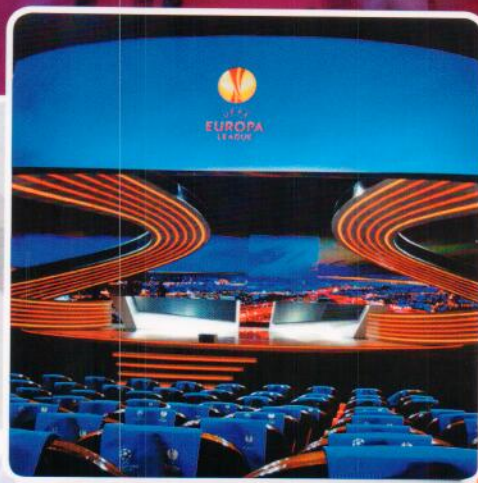
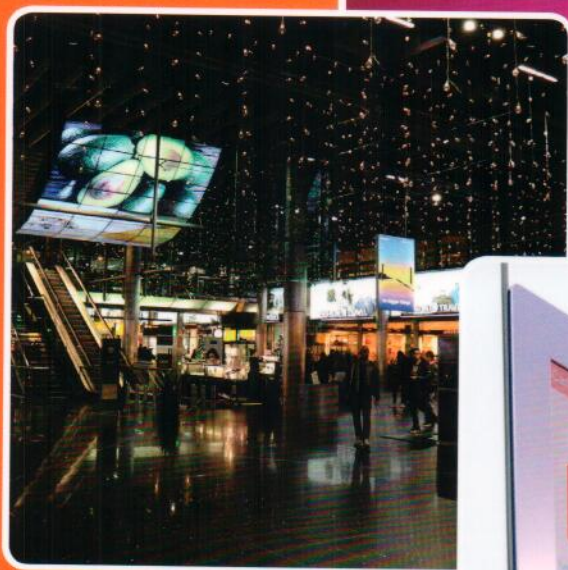
Beschichtungen
für Touchscreens

Internes kommuniziert

Digital Signage in
Unternehmen



Integrated
Systems
Europe



EXPO
4.0

OFFIZIELLER
MEDIENPARTNER
www.EXPO-4.0.com