

CRN-Interview

»Eine funktionierende Kooperation ist entscheidend«

Markus Hollerbaum (Siewert & Kau) und Michael Vorberger (Samsung) erläutern im Interview, wie Hersteller und Fachhändler gemeinsam das Maximum aus Digital-Signage-Projekten herausholen können und welche technischen Möglichkeiten derzeit zur Verfügung stehen.

Welche Aspekte müssen bei Digital-Signage-Anwendungen berücksichtigt werden?

Markus Hollerbaum: Wir geben unseren Kunden als wichtigsten Hinweis immer mit auf den Weg, dass die eingesetzte Technik auf die Inhalte abgestimmt sein sollte. So hängt zum Beispiel die Notwendigkeit einer hohen Bandbreite davon ab, wie häufig der Content in den digitalen Displays wechselt. Oftmals werden auch schier banale technische Voraussetzungen wie die Stromversorgung vergessen. Neben den genannten Punkten spielt der Netzwerk-Support eine wichtige Rolle. Nachdem eine Digital-Signage-Anwendung nur so gut ist wie der Medieninhalt, der gezeigt und vermittelt werden soll, ist auch ein professioneller Content-Ersteller unerlässlich.

Michael Vorberger: In der Regel gibt es keine One-Size-Fits-All-Lösung. Viele Projekte müssen speziell auf das Anwendungsszenario und die Anforderungen des Kunden angepasst werden. Dafür vertrauen wir auch stark auf die Expertise von Systemintegratoren und Content-Profis, mit denen wir als Teil unseres Partnernetzwerks sehr eng zusammenarbeiten. Die Umsetzung ist in der Regel ein Team-Erfolg: Von der Content-Erstellung und -Betreuung, über die Rollout-

Planung und Koordination, bis hin zum Hardware- und Softwaresupport – unsere Partner sind in fast alle Schritte involviert.

Welche Unterstützung bieten Hersteller dem Fachhandel?

Vorberger: Bei der Konzeption und Installation von Signage-Lösungen spielen Fachhändler und Systemintegratoren eine entscheidende Rolle. Das Signage-Geschäft ist sehr individuell und setzt ein großes Verständnis des tatsächlichen Bedarfs und der Anforderungen der Endkunden voraus. Reseller müssen ihr Wissen über die Signage-Geräte also mit den Anforderungen der Kunden verbinden können, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen. Daher bieten wir unseren Partnern regelmäßig

spezielle Schulungen an, in denen sie sich über die neuesten Produkte, technischen Features und Einsatzszenarien informieren können. Vor Kurzem haben wir auch unseren neuen LED-Showroom in Schwalbach eröffnet. Dort werden unsere Signage-Lösungen speziell für Kunden und Partner erlebbar gemacht.

CRN: *Wie groß ist die Interaktivität von Displays heute?*

Hollerbaum: Technisch gesehen ist heute bereits sehr viel mehr möglich als man zum einen vermutet, und als man zum anderen bereits umgesetzt erleben kann – etwa im stationären Handel. Allerdings sind die Regularien in puncto personalisierte Werbebotschaften noch nicht vollends ausgegoren, weshalb dieses Thema datenschutzrechtlich durchaus strittig ist.

Vorberger: Das Thema Interaktivität spielt eine zunehmend größere Rolle. Die Gesellschaft hat sich im Zuge der Digitalisierung stark verändert: Digitale Inhalte gehören zu unserem Alltag und werden vom Verbraucher teilweise vorausgesetzt. Interaktive Displaylösungen, die zum Beispiel als Informations-Hub, Wegweiser oder Kiosk-Lösung am Point of Sale eingesetzt werden, sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit und integrieren digitalen Content im stationären Handel auf einfache und smarte Art und Weise. Zudem können neuere Technologien, wie etwa Bewegungssensoren an Displays, die Anordnung von Inhalten auf dem Display beeinflussen oder dafür sorgen, dass anderer Content angezeigt wird.



Markus Hollerbaum,
Geschäftsführer Siewert & Kau Service GmbH



Michael Vorberger, Head
of Sales Display Solutions,
Samsung GmbH