

Content-Management-Software

Übersicht über das Marktsegment



Mit der zunehmenden Verbreitung von Digital-Signage- und anderen intelligenten Systemen gewinnen bei CMS-Lösungen neben der Verwaltung von Inhalten auch Funktionen für die Fernverwaltung und -wartung sowie die Analyse des Publikums an Bedeutung.

Digitale Kunden-Touchpoints, d. h. intelligente Systeme wie Digital Signage, Kioskterminals, Verkaufsautomaten usw., mit denen Kunden zum Handeln motiviert, Informationen vermittelt und hoffentlich Geschäfte abgeschlossen werden können, revolutionieren die Welt des Einzelhandels und spielen in Branchen wie der Gastronomie, dem Verkehrs-, Bildungs- und Finanzwesen eine wichtige Rolle.

Mit solchen Touchpoints kann jedes Unternehmen eine Umgebung mit mehr Interaktivität und besserer Information gestalten.

- **Im Einzelhandel** tragen sie dazu bei, dass traditionell eingerichtete Ladengeschäfte neu belebt und neben E-Commerce wettbewerbsfähiger werden.
- **In Schnellimbissen** sind Lösungen wie Menütafeln und Selbstbestell-Terminals eine Möglichkeit, Stoßzeiten besser managen zu können und eine Umgebung zu schaffen, in die Gäste gerne wieder zurückkehren.
- **In Hotels und Urlaubsresorts** bieten Digital-Signage-Systeme und andere Touchpoints eine kostengünstige Möglichkeit, innerhalb größerer Objekte für Serviceleistungen zu werben.

Prinzipiell werden alle vernetzbaren Geräte mit Flachbildschirmen zu Touchpoints. Selbst kleine Ladengeschäfte können zehn oder mehr Touchpoints haben und bei großen Einzelhandelsketten können es Zehntausende sein.

Für den Erfolg eines Netzwerks von Touchpoints sind jedoch nicht nur die richtigen Bildschirme und Prozessoren verantwortlich, sondern auch die Auswahl der Inhalte. Dabei ist es entscheidend, dafür zu sorgen, dass die passende Information zur rechten

Zeit auf dem richtigen Bildschirm erscheint. Dafür gibt es Content-Management-Software.

Was ist Content-Management-Software (CMS)?

Content-Management-Software organisiert und legt fest, welche Inhalte wann und wo wiedergegeben werden. Sie ermöglicht es, Videos, Fotos, Grafikanimationen (z. B. Flash) oder andere Elemente aus einer Bibliothek digitaler Inhalte auszuwählen und diese zu einer festgelegten Zeit auf einem bestimmten Bildschirm an einem bestimmten Ort abzuspielen. Einige Anforderungen an das Content-Management, wie zum Beispiel das wiederholte Abspielen derselben Inhalte nach einem festgelegten Zeitplan, sind einfacher Natur. Es gibt jedoch auch komplexere Anwendungen, wie die Einspielung von Live-Feeds aus dem Web, von Fernsehinhalten oder Unternehmenssoftware sowie wechselnde Inhalte, die keinem festen Zeitplan folgen, sondern als direkte Reaktion auf bestimmte Bedingungen, wie die Eingabe eines Benutzers, das Wetter oder Änderungen der ortsspezifischen Gegebenheiten (z. B. Fußgängerverkehr) wiedergegeben werden.

Was gehört zu einer CMS-Lösung?

CMS-Softwarepakete sind sehr unterschiedlich, beinhalten aber typischerweise folgende Elemente:

- Organisationsfunktionen für die Verwaltung und die einfache Bereitstellung der vielfältigen Inhalte
- Funktionen für das Anlegen von Playlisten, mit denen die Abfolge der wiedergegebenen Inhalte festgelegt wird

Intel® Retail Client Manager (Intel® RCM) Übersicht über das Marktsegment: Content-Management-Software

- Terminplanfunktionen für die Festlegung der Start- und Stopzeiten für Inhalte oder das Anlegen komplizierterer Ablaufpläne, die sich abhängig von Echtzeitbedingungen oder Eingaben durch Benutzer ändern können
- Filteroptionen, mit deren Hilfe bestimmte Bildschirme und Orte für die Wiedergabe von Inhalten festgelegt werden können
- Systemverwaltungs- und Sicherheitsfunktionen für die CMS-Zugangskontrolle

Mehr als nur Inhalte

Mit der zunehmenden Verbreitung von Digital-Signage- und anderen intelligenten Systemen gewinnen bei CMS-Lösungen neben der Verwaltung von Inhalten auch Funktionen für die Fernverwaltung und -wartung sowie die Analyse des Publikums an Bedeutung:

- **Fernverwaltung:** Die Möglichkeit der ferngesteuerten Instandsetzung (die teure Vor-Ort-Wartung überflüssig machen kann) und An- bzw. Abschaltung (energieeffizienter Betrieb) und das Sicherstellen, dass jederzeit auch wirklich die gewünschten Inhalte angezeigt werden (besonders kritisch bei der Wiedergabe bezahlter Werbung von Dritten) sowie andere Remote-Funktionen werden immer wichtiger und sollten bei CMS-Angeboten Berücksichtigung finden.
- **Publikumsanalyse:** Wie viele Menschen die Inhalte wie lange und zu welcher Tageszeit gesehen haben, zu welcher Altersgruppe und welchem Geschlecht sie

gehören, sind bedeutungsvolle Faktoren für die Bewertung der Rentabilität solcher Lösungen, besonders dann, wenn sie für die Werbung genutzt werden. Da Maßzahlen bezüglich des Publikums ausschlaggebend für die Wahl der dargestellten Inhalte sein können, wird die Integration dieser Analyse und der CMS-Funktionen erforderlich.

Wachstumstreiber

Der Markt für CMS-Lösungen befindet sich – wie der Markt für Digital Signage und andere intelligente Touchpoints insgesamt – in einer Wachstumsphase:

- Als größter Einzelmarkt für diese Lösungen erhöht der Einzelhandel seine Investitionen als Reaktion auf den für ihn bedrohlichen E-Commerce und um die wachsenden Erwartungen der Kunden zu erfüllen.
- Die Preise für LCD-Bildschirme, Server, Netzwerktechnik, Internetdienste usw. sind in den vergangenen Jahren stetig gesunken und haben das Marktpotenzial für Digital Signage und andere Touchpoints vergrößert.
- Fortschritte in der Grafiktechnik, bei Animationen und HD-Video bieten laufend neue Möglichkeiten und Formate.

Frost & Sullivan kommt zu dem Schluss, dass sich der bisher hauptsächlich durch technische Faktoren angetriebene Markt für Touchpoints nun zu einem Markt wandelt, der eher durch geschäftliche Interessen geprägt ist.

Wie groß ist der CMS-Markt?

Frost & Sullivan schätzt das momentane globale Marktpotenzial für CMS-Software auf rund 244,4 Mio. USD, bei einem jährlichen Wachstum von 13,3 % bis 2017. Der nordamerikanische Markt hat daran mit 40 % und einem Wachstum von 15,3 % den größten Anteil, gefolgt von der EMEA-Region mit 38,5 % Anteil und 13,8 % Wachstum und dem asiatisch-pazifischen Raum und Lateinamerika, die zusammen mit einer Wachstumsrate von 12,3 % angegeben werden.¹

Fragmentierung des Angebots

Der Markt für CMS-Lösungen ist stark fragmentiert: Sieben Softwareanbieter teilen sich ungefähr zwei Drittel des Gesamtumsatzes, angeführt von Cisco und gefolgt von Scala, ComQi, BroadSign International, STRATACACHE, NetKey und C-nario. Insgesamt gibt es Hunderte von Firmen, die Softwarelösungen in diesem Bereich anbieten. Viele davon konzentrieren sich auf Nischenmärkte.

Vertikale Märkte

Ausgehend von den Gesamtausgaben für Digital Signage sind der Einzelhandel, das Verkehrs- und das Bildungswesen, die Gastronomie sowie Großunternehmen und Behörden die bedeutendsten vertikalen Märkte für CMS-Software.

Weitere sind die Gesundheits- und die Unterhaltungsbranche, Sportstätten usw.

Allein auf den Einzelhandel entfällt annähernd ein Drittel des weltweiten Gesamtumsatzes mit Digital-Signage-Netzwerken. Der Personenverkehr und die Gastronomie sind zwar kleinere Marktsegmente, wachsen aber am schnellsten.

Intel® Technology Provider

Weitere Informationen über Content-Management-Lösungen von Intel erhalten Sie unter intel.com/rcm.



¹Frost & Sullivan, 2012 Global Digital Signage Systems Market (NA75-70)

For notebooks, Intel AMT may be unavailable or limited over a host OS-based VPN, when connecting wirelessly, on battery power, sleeping, hibernating or powered off. Results dependent upon hardware, setup and configuration. Weitere Informationen siehe Intel® Active-Management-Technik

Copyright © 2013, Intel Corporation. Alle Rechte vorbehalten. Intel und das Intel-Logo sind Marken der Intel Corporation in den USA und anderen Ländern.

*Andere Marken oder Produktnamen sind Eigentum der jeweiligen Inhaber.

0913/MB/IC-ODCMO/PDF

Gedruckte Exemplare nach Gebrauch bitte recyceln.

329651-001DE