



invidis
CONSULTING

invidis professionell

Digital Signage & Digital out of Home

**VIDEOWALLS –
DIGITAL SIGNAGE IM GROSSFORMAT**

Empowered by Innovation

NEC



2012 UNSER ERSTES JAHRZEHT IN DER PD-FÜHRUNG UND INNOVATIONSENTWICKLUNG

Stetige Neuerungen - Beständige Werte

Vor zehn Jahren war Digital Signage praktisch nicht existent. Heute, wenn Sie einen beliebigen öffentlichen Ort oder ein Bürogebäude betreten, werden Sie wahrscheinlich auf eine Vielzahl von digitalen Beschilderungen treffen, die informieren, werben und Ihre Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Ein wichtiger Schritt für diese Entwicklung war die Einführung unseres weltweit ersten LCD Public Displays im Jahre 2002. Der stetige Innovationsfluss des letzten Jahrzehnts, hat NEC zu dem führenden Namen im Bereich der Large Format Display-Lösungen gemacht.

2012 starteten wir mit vielen weiteren Produkten, Lösungen, Features und Leistungsverbesserungen in der Entwicklung. Ob es das Jahr 2002 oder 2022 betrifft, eines bleibt beständig: NEC ist der führende Name, dem Sie in professionellen Digital Signage-Installationen vertrauen können.

Weitere Informationen

www.nec-display-solutions.com

Copyright 2012 NEC Display Solutions Europe GmbH. Sämtliche Rechte bleiben ihren jeweiligen Inhabern vorbehalten. Alle Angaben sind ohne Gewähr, weder ausdrücklich noch stillschweigend. Irrtum und Änderungen vorbehalten.

Empowered by Innovation

NEC

INHALT

Historie:

NEC feiert zehn Jahre Public Displays – S. 4

Statements:

Glückwünsche zum Jubiläum – S. 5

Flughäfen:

Luxuriöse Markenstärkung auf internationaler Plattform – S. 6

Praxis:

Wie Digital Signage die Flughäfen München, Zürich und Wien bereichert – S. 7

Portfolio:

Mit VUKUNET gibt es eine neue Vermarktungsplattform – S. 12

Einkaufszentren:

Digitale Werbung für die Shoppinglaune – S. 13

Praxis:

Success Stories Westpark Ingolstadt und Douglas München – S. 14

Showrooms als Erlebnissräume – S. 16

Beim Schweizer Rundfunk sind die technischen Anforderungen besonders hoch – S. 17

Interview:

Interview Stefanie Corinth – S. 18

Portfolio:

Für jede Anwendung die richtige Hardware – S. 20

Impressum

Herausgeber: invidis consulting GmbH
Rosenheimer Str. 145 e, 81671 München

Geschäftsführer: Florian Rotberg

Chefredaktion: Jörg Sailer, invidis consulting GmbH
(verantwortlich)

Redaktion: Frauke Bollmann, Verena Gründel

Layout: Anja Schmidtkunz

Anzeigen: Jörg Sailer (verantwortlich)

Druck: Flyeralarm GmbH, Würzburg

Titel: Meike Hannig

Titelfoto: © NEC Display Solutions Europe

© 2013 invidis consulting GmbH München

Alle Rechte vorbehalten. Ohne schriftliche Genehmigung der invidis consulting GmbH ist es nicht gestattet, diese Ausgabe der invidis professionell zu vervielfältigen oder zu vertreiben.

www.invidis.de

Etwas größer, bitte

Ob an Flughäfen fest installiert oder auf Veranstaltungen kurzzeitig aufgebaut: Videowände sichern Aufmerksamkeit

Für die meisten Betrachter dürfte die Technik unwichtig erscheinen: Wen interessiert schon, ob Plasmascreens, LED-Module, LCD-Displays oder – in der Zukunft – OLEDs die Basis für mehrere Meter breite und hohe Videowände darstellen? Hauptsache, die – hoffentlich auf die Zielgruppe abgestimmten – Inhalte lassen sich gut erkennen und gegebenenfalls gut lesen. Dann ist der Anreiz da, stehen zu bleiben, um sich Werbebotschaften hinzugeben oder anderen Informationen seine Aufmerksamkeit zu schenken.

Und damit das eintritt, ist sie eben doch wichtig: die Technik, gepaart mit Know-how, damit je nach Installationsort der Bildschirm mit einem ausreichenden Kontrastverhältnis, der optimalen Auflösung, der idealen Stegbreite und einem effizienten Wärmemanagement seinen Einsatz findet. Nicht zu vergessen, dass für eine gute Videowand weitere Komponenten wie leistungsfähige Grafikkarten oder auch Splitter wichtig sind, die die Inhalte reibungslos von einem Screen zum nächsten schicken. Gefragt sind Spezialisten, die im

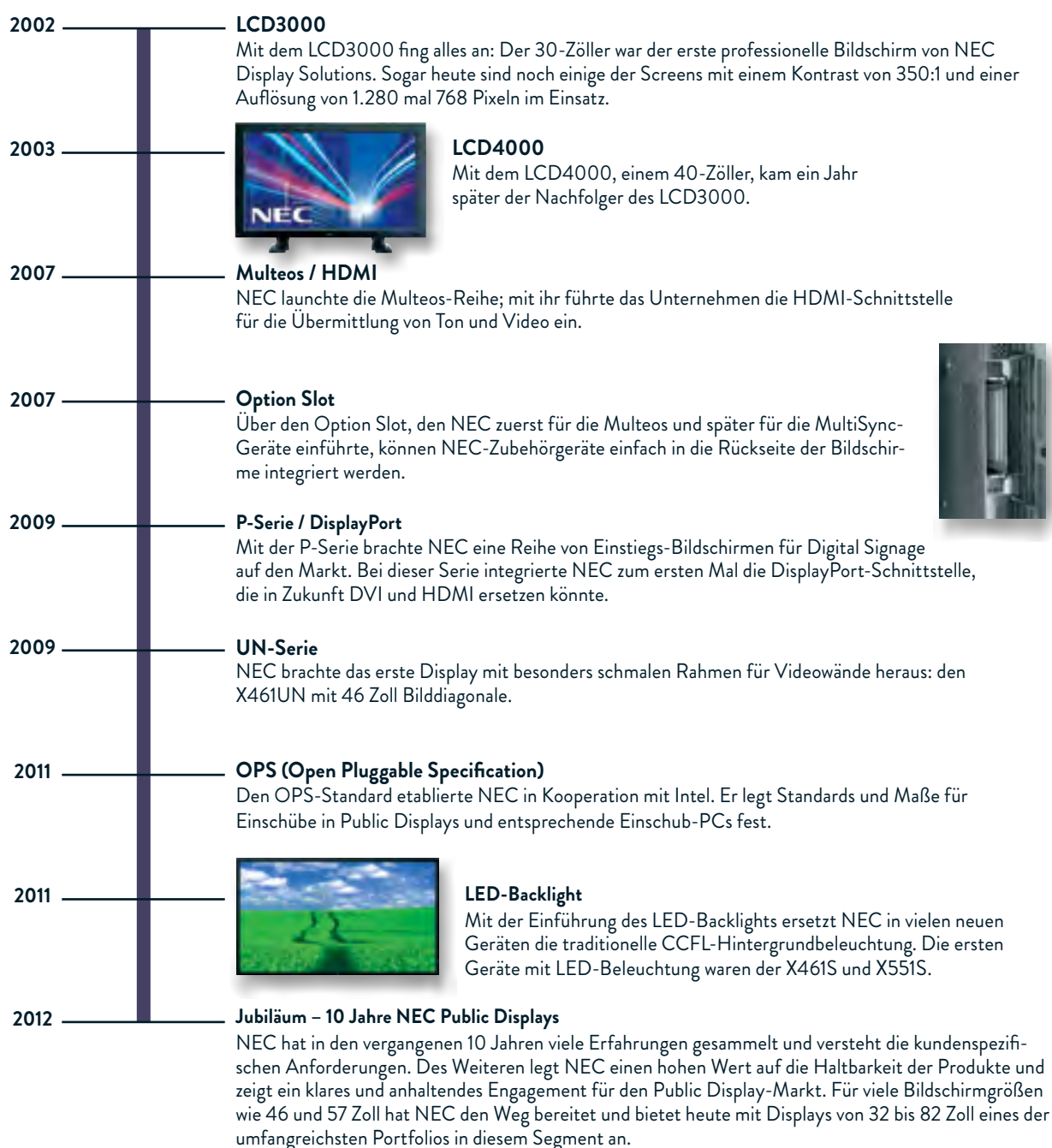
Vorfeld und im Hintergrund das Zusammenspiel der Komponenten im Blick haben.

Ob dauerhaft montiert oder mobil genutzt: An Beispielen mangelt es nicht mehr. Vor allem Flughäfen und Bahnhöfe sind im Bereich Digital Signage insgesamt, und somit auch für Videowalls, Wegbereiter – nicht zuletzt, weil die dortigen Verantwortlichen ein Netzwerk haben, das auch potenzielle Werbepartner umfasst. Kein Wunder, wenn man bedenkt, wie hoch die Kontaktzahlen sind, die sich mit ankommenden, wartenden und abfahrenden Passagieren in sehr unterschiedlichen Zielgruppen erreichen lassen. Abhängig von der Uhrzeit und den jeweils zu erwartenden Alters- und Berufsschichten ist es nicht mehr schwer, die Inhalte nicht nur spezifisch zu gestalten, sondern sie auch auf den Screens abzuspielen, vor denen höchstwahrscheinlich nur bestimmte Zielgruppen anzutreffen sind. Und gerade an weitläufigen Orten punktet die Videowand mit einer Eigenschaft besonders: ihrer Größe, die es ermöglicht, aus beträchtlichen Entfernungen und vielen Blickwinkeln zahlreiche Menschen zu erreichen.



10 Jahre Displays für Profis

2002 präsentierte NEC ein neues Display-Segment: Public Displays mit LCD-Technologie, die bis dato als überteuert und ungeeignet galt, die bisherige PDP-Technologie zu ersetzen. Heute laufen mehr als 95 Prozent aller Public Displays mit LCD-Technologie.





Christian Schulz,
Leiter des Bereichs
Solutions der Neo Group

„Die Neo Group möchte sich bei allen NEC-Mitarbeitern herzlich bedanken und zu den vergangenen zehn erfolgreichen Jahren gratulieren. Der rege Austausch und die vielschichtigen Kontakte haben eine große Freundschaft und Vertrauen aufgebaut. Gestützt wurde dies natürlich durch die außergewöhnlich zuverlässigen und technisch bestechenden Produkte.“

Von Anfang an setzen wir auf die mannigfaltigen Produktreihen des NEC Public Display-Segments. Seit über sechs Jahren laufen diese nun schon als Teil unserer Lösungen am POS und übertreffen damit die sonstigen Komponenten und Mitanbieter

um Jahre. Viele kleine Details und Raffinessen lassen immer wieder deutlich erkennen, dass

es sich bei NEC um einen Hersteller mit ausschließlich professionellem Fokus handelt. Diese Funktionen und für NEC grundlegenden Standards machen für uns den Unterschied und erleichtern den täglichen Betrieb.

Wir setzen auf stetig neue Innovationen und Zuverlässigkeit. Und damit auf NEC – auch in den nächsten zehn Jahren.“

„Ein aufmerksamer Blick genügt, um festzustellen: Digitale Displays sind zu einem Teil unseres täglichen Lebens geworden. Wir sehen sie als interaktive Werbetafeln auf der Straße genauso wie im Einzelhandel für Promotionaktionen. Eine displaylose Beschilderung an Flughäfen ist heutzutage genauso undenkbar wie Veranstaltungen und Konzerte ohne Großbildschirm. Digitale Displays helfen uns bei der Entscheidungsfindung: was wir kaufen, wohin wir gehen und wie wir unsere Freizeit planen.“

NEC Display Solutions führt seit nunmehr zehn Jahren die Public-Display-Branche an. Innovation und Nachhaltigkeit standen in dieser Zeit stets im Fokus der Entwicklung. Das Resultat: Viele Marktneuheiten kamen und kommen aus dem Hause NEC. Angefangen bei besonders großen und ultraflachen Displays bis hin zu Monitoren mit professioneller LED-Hintergrundbeleuchtung. NEC Display Solutions konzentriert sich bei der Produktentwicklung auf Funktionen, die das Leben und Arbeiten positiv beeinflussen: Sie verändern den Unterricht im Klassenzimmer. Sie unterstützen Menschen dabei, sich in Flughäfen oder Bahnhöfen zu orientieren, und sorgen für höhere Umsätze im Einzelhandel – stärkere Kundenbindung inklusive. Unser Erfolg basiert auf drei Gründen: konsequenter Forschungs- und Entwicklungsarbeit, in-

Stefanie Corinth,
Senior Vice President
Marketing & Business
Development
NEC Display Solutions



ternationaler Erfahrung und der Leidenschaft, die unsere Experten antreibt.

Wir bei NEC sind stolz darauf, den Signage-Display-Markt standardisiert zu haben. Doch mit dem Blick zurück geben wir uns nicht zufrieden: In Zukunft werden wir uns spannenden Projekten im Bereich intelligente Displays widmen, wie beispielsweise der Ad-serving-Plattform VUKU-NET. Daneben arbeitet NEC Display Solutions an Lösungen mit interaktiven Sensoren und Multi-Touch-Oberfläche sowie Videowand-Lösungen. Die Einsatzmöglichkeiten von Public Displays sind schon heute enorm vielfältig. Unsere Kreativität wird darüber entscheiden, wie sie unser Leben in den kommenden zehn Jahren bereichern können.“

„Seit vielen Jahren schätzen wir die Zuverlässigkeit von NEC-Produkten ebenso wie die schnellen Reaktionszeiten im Projektgeschäft. NEC-Displays passen optimal zu unserem Qualitäts- und Servicekonzept. Kontinuierlich hohe Produktqualität, sehr geringe Ausfallraten und ein überzeugendes Servicekonzept mit Garantienzeiten von bis zu 60 Monaten und einem weltweit organisierten Austauschservice sind für uns und unsere Kunden wichtige Pfeiler für langfristig tragfähige und rentable Digital Signage-Lösungen.“

Im Vergleich zu stark vom Consumer TV-Markt getriebenen Anbietern verfolgt NEC eine vergleichsweise nachhaltige Pro-

duktpolitik. Das ist gerade für Digital Signage-Lösungen entscheidend, da die Displays oft in den langfristig genutzten Möbelbau unserer Kunden integriert werden.

Wir freuen uns auf die Fortführung der erfolgreichen Partnerschaft!“

Stefan Knoke,
Geschäftsführer von Seen Media





Ein bisschen Schick muss sein

Aus zwei Gründen ist DS an Flughäfen ein Muss: Sie vereinen das Luxus-Shoppingcenter mit der internationalen Plattform für Markenstärkung.

Werbung für Salami und Bier flimmert selten über die Bildschirme am Flughafen. Es sind die der Geschäftswelt zuzuordnenden Marken, die den Content ausmachen: Mobiltelefone, Fahrzeuge oder Lederaccessoires. Ein Hauch von Luxus liegt in der Luft – und damit das Potenzial, hochpreisige Waren erfolgreich zu bewerben. Gerade dort spielt Digital Signage seine Stärken aus: mit bewegten Bildern nachhaltig das Unterbewusstsein ansprechen, selbst wenn der Fluggast vom Taxistand über den Check-in zum Gate rast und vermeintlich nicht für Werbung empfänglich ist.

Ein weiterer Vorteil des Standortes Flughafen: die Internationalität. Unternehmen müssen kein einzelnes Produkt bewerben, um erfolgreich zu sein. Oft genügt eine englischsprachige Imagekampagne mit einem international bekannten Logo. Denn diese wirkt in Sao Paulo genauso wie in München. Sinnvoll ist Imagewerbung etwa in Wartezonen in Kombination mit Newsticker und Wetterbericht. Des Weiteren hat sich der Flughafen als gewinnversprechende Shoppingmeile etabliert. Er hat damit mehr mit einer Mall gemein, als dem Fluggast bewusst sein dürfte. Solange das Unterbewusstsein das Spiel mitmacht, und davon ist auch auf lange Sicht auszugehen, dürften DS-Anbieter ihre Freude haben.

Damit Digital Signage wirkt, müssen Betreiber und Werbekunden beachten, dass die eine Videowand nicht genügt. Wo sich Menschen bewegen, muss ein Netz aus verschiedenen Installationen her – angefangen bei der von Weitem zu erkennenden Bildschirminstallation im Großformat über Screens in Wartebereichen bis hin zu klug positionierten Informationsstelen. Und: In An-

betracht der in der Regel hochpreisigen Produkte muss die Installation selbst Hochwertigkeit vermitteln, was die Einbindung in die Architektur erfordert und das Zusammenarbeiten mit Profis, die die Hardware ansprechend gestalten.

Dass das Potenzial von DS erkannt wird, zeigt etwa, dass immer mehr Monitore über den Gepäckbändern hängen – mal frei buchbar, mal durch einen Autohersteller fest in einer Werbehand. Einen guten Eindruck, was alles möglich ist, vermittelt auch die Initiative Airport Media, der 15 deutsche sowie der Wiener und Züricher Flughafen angehören. Zwar hat nicht jeder Flughafen jedes geartete DS-System; aber ganz ohne kommt keiner mehr aus. Monitore neben den Flugzeitanzeigen gehören genauso dazu wie digitale Stelen im Gang zwischen Restaurant und Ladengeschäften. Ein Beispiel ist das Interactive Citylight Display, das eine digitale Anzeigenfläche in 82 Zoll mit einem daneben hängenden 17-Zoll-Touchscreen kombiniert. Auszuprobieren bislang in Köln/Bonn, Hamburg und Stuttgart.

Zu den herausragenden Beispielen gehört der Meta-TwistTower in München, der seit Mai dieses Jahres nicht nur durch bewegte Bilder, sondern auch durch bewegte Bildschirme auffällt. Dass sich heute viele verschiedene digitale Medien ihren Platz erobern, liegt sicherlich auch daran, dass es am Flughafen zumindest einen Vorreiter gab: den Außenwerber Ströer, der vor mehr als vier Jahren seinen AdWalk in Düsseldorf installierte. Mit den hintereinander im Hochformat angeordneten Monitoren setzte er ein klares Signal: Auf Wiedersehen, Druckplakat!



Moderne LCD-Bildschirme von NEC ersetzen an vielen Stellen des Münchner Flughafens die alten LED-Wände.



Der Industrie-PC Magnius-I von InoNet steuert – für die Passagiere unsichtbar – die zwölf zur Videowand gruppierten Displays.

Hauptsache gut informiert

Der Flughafen München rangiert die herkömmlichen Flugzeiten-Anzeigetafeln nach und nach aus – und die neue LCD-Generation übernimmt das Steuer.



In München handelt es sich hierbei um die mit 24 Displays größte Videowand.

In Sachen Digital Signage hat sich einiges getan am Münchner Flughafen. In den vergangenen zwölf Monaten haben dort digitale Fluginformationsdisplays, kurz FIDs, Einzug gehalten, die nun einen Teil der alten Anzeigen ersetzen. Sie informieren die Passagiere, ob ihr Flug pünktlich in den Urlaub startet, oder unterrichten die Abholer, wann der langersehnte Ankömmling wieder bayerischen Boden unter den Füßen hat. Die InoNet Computer GmbH aus Oberhaching installierte das Netz mit inzwischen insgesamt 86 LCD-Bildschirmen von NEC Display Solutions.

Zur Installation gehören inzwischen fünf einzelne Displays an Terminal 1. In den Ankunftsbereichen der Module A bis E hängen außerdem fünf Doppeldisplays. Fünf Videowände informieren die Fluggäste dagegen in den Abflugbereichen. Sie bestehen jeweils aus vier übereinander und drei nebeneinander angeordneten Bildschirmen und sind insgesamt sieben Quadratmeter groß. Zwei von ihnen hat InoNet zu einer großen Wand aus 24 Displays gruppiert. Der Integrator verwendete für die gesamte Installation die NEC-Displays X462UN in 46 Zoll. Dank ihrer besonders schmalen Rahmen misst der Bildabstand zwischen zwei Monitoren nur 7,3 Millimeter. Eine Konfigurationssoftware berücksichtigt die Displayränder und rechnet sie automatisch aus dem dargestellten Bild heraus. Das Ergebnis ist ein nahezu übergangsloses Bild mit realistischen Proportionen über mehrere Displays hin-

weg. Identische Farbwerte und Helligkeiten der einzelnen Screens in den Videowänden erreichte InoNet mit dem sogenannten Display Wall Calibrator von NEC. Dieses Werkzeug vereinfacht es außerdem, ein neues Display in die Wand zu integrieren und die Bilddarstellung anzupassen. Dafür lesen die Installateure die Kalibrierdaten ein und der neue Monitor erhält die Kontrast-, Helligkeits- und Gamma-Werte über die RS232-Schnittstelle.

Bei der Helligkeit von 500 Candela pro Quadratmeter, die dort eingestellt ist, verbraucht jeder Bildschirm gerade einmal 200 Watt Strom. Angesteuert werden sie von angepassten integrierten Industrierechnern des Typs Magnius-I/WM12DP von InoNet. Die Systeme sind für den 24-Stunden-Dauereinsatz ausgelegt und können kostengünstig sowie einfach gewartet werden – darauf legte die Flughafen München GmbH (FMG) Wert. Im Gegensatz zu einigen anderen Flughäfen kombiniert der Münchner die Fluginformationsdisplays nicht mit digitalen Werbeanzeigen. Dazu sagte der Leiter Werbung, Medien, Marketing der FMG, Michael Otremba, zu invidis consulting: „Wir möchten gerade in diesem für eine schnelle Information und Orientierung sehr relevanten Bereich den Fokus ausschließlich auf die Information legen.“ Für den, der dennoch Werbung schauen möchte, ist die neueste Installation, die InoNet für die FMG realisierte: eine Drei-mal-drei-Videowand in einem der Duty-free-Shops an Terminal 2, ebenfalls aus NEC-Displays.



Langlebigkeit dank Qualität

Seit 2004 betreibt der Flughafen Zürich ein Digital Signage-Netz – zum Teil noch mit Bildschirmen erster Generation. Gleichzeitig wächst die Installation immer weiter.

Der Flughafen Zürich ist bereits ein alter Hase, wenn es um Digital Signage geht. Bereits 2004 installierte der Betreiber, die Flughafen Zürich AG, die ersten professionellen Bildschirme. Ziel war es von Beginn an, die Passagiere – im vergangenen Jahr zählte der Airport 24,3 Millionen Reisende – besser zu informieren. Doch die insgesamt 900 Bildschirme, die vom Hersteller NEC Display Solutions stammen, zeigen nicht nur Fluginformationen an. Sie stellen außerdem Werbung dar und unterhalten die Fluggäste.

Vor allem die neueste Installation will in erster Linie begeistern. Seit Mai dieses Jahres nimmt im Restaurant upperdeck eine Videowand aus 28 Bildschirmen die speisenden Gäste mit auf eine Reise um die Welt. Die 55 Zoll großen, hochformatigen Displays vom Typ MultiSync® X551UN sind in einer Reihe an der Wand angeordnet. Dadurch entsteht ein fast zwanzig Meter breites Panoramadisplays. Die dort gezeigten Impressionen aus New York, Tokyo, London und von anderen beliebten Reisezielen sollen bei den Besuchern Fernweh wecken. Wie

bei allen anderen Installationen arbeitete der Flughafen Zürich für die Banderole mit dem NEC-Partner Telion AG zusammen, der den Pre und After Sales Support verantwortete.

Werbebotschaft und Nutzen ideal vereint

Den größten Teil des Netzes nehmen die Fluginformationssysteme, die Flight Information Media (FIM), ein. Sie bestehen jeweils aus drei oder vier nebeneinander angeordneten 46-Zöllern im Hochformat. Die Monitore aus der MultiSync® P-Serie von NEC hängen über den Köpfen der Passagiere und neigen sich leicht in Richtung Boden, damit ihr Inhalt besser lesbar ist. Die P-Serie, das P steht für professionell, wählte der Flughafen, weil die Displays, etwa der P462, zu den leistungsfähigsten des Portfolios gehören. Sie sind auf den Rund-um-die-Uhr-Betrieb zugeschnitten und lassen sich per LAN oder RS232 steuern. Weil man alle Parameter über ein Skript einstellen kann, eignen sich die Monitore gut für solche großen Installationen wie in Zürich.

Die drei FIM-Displays einer Gruppe zeigen den Gästen die An- und Abflugzeiten. Im Airside-Center, den Terminals 1 und 2 sowie im Block D, dort wo jeweils vier Monitore eine Einheit bilden, spielt der Bildschirm rechts außen Werbung ab. Dabei legt der Flughafen Zürich Wert auf eine ansprechende Werbedarstellung: Als gutes Beispiel bezeichnet er etwa die Spots eines Schweizer Luxus-



Digitales Entertainment im Restaurant upperdeck

uhrenherstellers, die den Fluggästen die Uhrzeit anzeigen. Hier seien Nutzen und Werbebotschaft ideal vereint.

Auch die kürzlich gelandeten Gäste erhalten wichtige Informationen sowie Werbung von digitalen Anzeigen. An den Gepäckbändern im Sicherheitsbereich installierte der Flughafenbetreiber jeweils Bildschirm-Dreiergruppen. Hierfür kommen 30 und 32 Zoll große Screens der MultiSync® 3000er- und der V-Serie zum Einsatz. Sogar von NECs erstem Public Display-Typ, dem MultiSync® LCD3000, der 2002 auf den Markt kam, sind dort noch 37 Modelle im Einsatz. Jeweils zwei Bildschirme der Gepäckinformationssysteme versorgen die Reisenden mit Wissenswertem, der dritte spielt Werbung ab.

Lange Displaylaufzeiten lohnen sich

NEC und die Flughafen Zürich AG gehen davon aus, dass die Bildschirme im Durchschnitt sechs Jahre laufen werden. „Angesichts des Rund-um-die-Uhr-Betriebs ist das schon eine gute Lebenszeit“, erklärt Rolf Bühler, der als Project Manager Aviation die Digital Signage-Installationen verantwortet. Einige der zu Beginn installierten Bildschirme von NEC seien sogar mehr als neun Jahre in Betrieb gewesen. Solch lange Laufzeiten begünstigen eine zügige Refinanzierung des Netzwerks. Und die sei aller Voraussicht nach in Kürze erreicht. Von der Zufriedenheit der gut informierten Passagiere profitiert der Flughafen dabei bereits seit 2004 an jedem einzelnen Tag.



Der Werbekunde preist seine Uhren an und zeigt den Passagieren gleichzeitig die Zeit.



Wiens neues Tor zur Welt

Neben dem bereits bewährten DS-Netz bekam der Wiener Flughafen kürzlich einige außergewöhnliche Installationen: zum Beispiel ein Tor aus Bildschirmen.

Zwei künstlerische Displayinstallationen verabschieden die Passagiere des neuen Terminalteils am Flughafen in Wien. Kurz vor den Sicherheitskontrollen eröffnet sich den Gästen eine Wand aus wellenförmig angeordneten Bildschirmen mit schmalen Rahmen, die sie durch mehrere Öffnungen passieren können. Hinter diesem digitalen Eingangstor wartet vor Kopf in mehreren Metern Höhe eine weitere Videowand aus Monitoren, die nicht flächig, sondern in einem Muster angeordnet sind, das an eine Welle erinnert. Die 250 professionellen Monitore von NEC, die dort insgesamt verbaut wurden, zeigen keinerlei Inhalte von Werbepartnern. Sie sollen einfach nur für sich stehen und klasse aussehen.

Gleichzeitig bilden sie einen Teil des neuen Aushängeschildes des Flughafens Wien. Er ist nicht nur der größte Airport Österreichs, sondern gehört gleichzeitig zu den größten Europas. Dementsprechend steht er stellvertretend für die Hauptstadt, die Region Niederösterreich und das gesamte Land. Kein Wunder, dass der Betreiber, die Flughafen Wien AG, zum einen auf ein modernes Erscheinungsbild der Flughafenhallen, zum anderen auf eine absolut zuverlässige IT-Infrastruktur Wert legt. Bei digitalen Infotainmentsystemen kommen beide zusammen. Das erste derartige Netz installierte der Betreiber bereits 2004. Kurz vor der Fußballweltmeisterschaft 2010 und noch einmal in diesem Frühjahr bekam es Zuwachs – unter anderem von den beiden ungewöhnlichen Videowänden.

Wichtig: Bildqualität, die richtigen Anschlüsse und Zuverlässigkeit

Weil digitale Displays an Flughäfen wichtige Informationsquellen sind und außerdem als Werbeträger vermarktet werden, sind die Anforderungen an die Technik hoch. Die Bildqualität, zu der Brillanz, Helligkeit und Kontrast gehören, die richtigen Netzwerk- und Steueranschlüsse und vor allem Zuverlässigkeit im 24-Stunden-Betrieb sind gefragt. Verlässlichkeit ist ebenfalls für die Farbwiedergabe wichtig, damit zum Beispiel Logos von Fluggesellschaften auf Dauer korrekt dargestellt werden.

Die Hardware für den Rollout 2010 schrieb der Flughafen öffentlich aus. Die fünfmonatige Auswahlphase beinhaltete einen vierwöchigen Qualitätstest im Labor, bei dem unter anderem die Bildqualität überprüft wurde. Im Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugte schließlich der MultiSync® P461 von NEC Display Solutions in 46 Zoll. Mit der Marke hatte der Flughafen bereits an anderen Stellen Erfahrung gemacht. „Seien es Desktopdisplays, die wir unter anderem als Bestandteil eines mobilen PC-Arbeitsplatzes in unseren Service- und Abfertigungsfahrzeugen einsetzen, oder LC-Public Displays im Bereich der Leitsysteme und Infoscreens – die eingesetzten Lösungen haben sich bisher stets bewährt“, erzählte Dr. Andreas Singer, Leiter Informationssysteme bei der Flughafen Wien AG. Fünfzehn der Bildschirme wurden noch vor dem Start der WM 2010 in Wartezonen und Restaurants installiert, sodass die Passagiere jedes Spiel live verfolgen konnten. Heute zeigt das Airport TV Nachrichten von der österreichischen Nachrichtenagentur APA, Informationen und Angebote der Shops und Restaurants, den Wetterbericht sowie regionale Nachrichten.

Displays, wohin man auch schaut

Im gleichen Jahr realisierte der Flughafen Wien zwei weitere Display-Projekte und setzte auch dabei NEC-Monitore der MultiSync® P-Serie ein: 30 ältere Public Displays, die als Leitsystem dienten, wurden gegen neuere 40-Zöller des Typs P401 ausgetauscht. Außerdem setzten die Betreiber ein Pilotprojekt mit Management-Informationssystemen um. Fünf P461-Modelle mit zusätzlichen Touchoverlays dienen Managern des Unternehmens zum Beispiel zum Visualisieren von Grafiken bei Meetings und Präsentationen.

Am 5. Juni dieses Jahres eröffnete die Flughafen Wien AG einen neuen Terminalteil. Sie nannte dieses Umbauprojekt Skylink; seit der Eröffnung trägt der Bereich jedoch die Bezeichnung Check-in 3. Genauso modern wie die Architektur in diesem Komplex wirkt, so fortschrittlich ist die dortige DS-Installation, zu



der nicht nur die beiden Videowände mit den insgesamt 250 Bildschirmen gehören: Für die Flughafeninformationsdisplays (FIDS), die An- und Abflugzeiten darstellen, wurden 46-Zöller optisch schwebend hinter Glasfassaden installiert. Werbebildschirme gibt es in dem neuen Terminalbereich ausschließlich an den Gepäckbändern im Sicherheitsbereich. Dort installierte die Betreibergesellschaft an 30 Gepäckbändern jeweils vier nebeneinander angeordnete Displays im Landscape-Format. Die MultiSync® P462-Modelle mit einer Diagonalen von 46 Zoll zeigen tonlose Werbespots, die der Flughafen selbst vermarktet. Ein Loop dauert 15 Minuten, was der durchschnittlichen Wartezeit an der Gepäckausgabe entspricht. Laut den Betreibern haben viele Kunden, die ansonsten die klassischen Werbeträger buchten, bereits digitale Werbezeiten gekauft.

Zusätzliche Installationen runden das Flughafen-Netz ab: Dazu gehören Informationsinseln mit kleineren Office-Displays zwischen den Laufbändern entlang des neuen Terminalteils sowie an wichtigen Knotenpunkten. Auch im Gatebereich stehen den wartenden Fluggästen Kommunikationsmöbel zur Verfügung.

Eine besondere digitale Installation verabschiedet den Passagier schließlich nach seiner Ankunft in Wien, wenn er den Sicherheitsbereich verlässt: Die Wand, die den öffentlichen Ankunftsbereich von der Gepäckausgabe trennt, besteht aus einer White-LED-Anzeige, für die mehrere großformatige LED-Wände direkt hinter einer milchigen Glasscheibe hängen. Sie zeigen den Abholern die Ankunftszeiten indirekt auf dem opaken Glas und schauen dem sicher gelandeten Passagier noch eine Weile hinterher, bis er den Flughafen verlassen hat. Auf dass er bald wiederkomme.

VUKUNET

Gut gebündelt ist halb gebucht

VUKUNET führt Mediabuyer und Netzbetreiber zusammen – mit dem Ziel, das Buchen und Vermarkten von Werbezeiten zu vereinfachen.



Egal ob große Netze mit vielen Kontakten oder kleine mit spezifischem Publikum – bei VUKUNET findet jeder Werbespot seinen Bildschirm.

Deutschlandweit Digital-out-of-Home Werbung zu schalten, ist nicht so einfach. Zumindest, wenn die Spots nicht nur an Bahnhöfen und in Einkaufszentren laufen sollen. Denn unzählige Netze verteilen sich über das ganze Land und werden von ebenfalls unzähligen Agenturen vermarktet. Ein Grund für viele Mediabuyer, doch wieder Plakate oder TV-Werbung zu buchen – schlichtweg der einfachere Weg.

Das muss nicht sein, sagt NEC Display Solutions: Die neue Werbevermarktungslösung VUKUNET des Displayherstellers soll das deutsche DOOH-Chaos beseitigen und Übersichtlichkeit in den Markt bringen. VUKUNET bündelt große wie kleine Werbenetze auf einer Plattform. Sei es die Installation mit 400 Displays einer Lebensmittelkette oder die Bildschirme in den drei Filialen eines Apothekers; sie alle können sich auf www.vukunet-nec.com anmelden und ihre Werbekapazitäten über die Plattform anbieten oder zum Beispiel freie Restkapazitäten kurzfristig vermarkten. Dabei spielt es

keine Rolle, welche Displays, Abspielgeräte oder Software sie verwenden.

Mindestens genauso profitieren sollen Mediaagenturen und Werbungtreibende. Sie können ihre digitalen Kampagnen mit wenigen Klicks über das Internet planen und buchen. Dabei suchen sie die Netzwerke und Bildschirme aus, die zur Kampagne passen und somit ihre gewünschte Zielgruppe direkt ansprechen. Nach Abschluss der Kampagne erhalten sie eine Dokumentation, die Reporting und Abrechnung beinhaltet. „VUKUNET wird das Vertrauen auf Agenturseite erhöhen“, ist sich Dirk Hülsermann, Manager DOOH Solutions bei NEC Display Solutions Europe, sicher. „Außerdem wird es den Netzbetreibern helfen, die Werbeumsätze nachhaltig zu steigern.“

Kurzfristig buchen und automatisch mit Werbespots bespielen

Netzbetreiber, die sich VUKUNET anschließen möchten, registrieren sich kostenlos bei VUKUNET und entscheiden, wie viel Werbezeit sie über die Plattform vermarkten wollen. Ein Flash-File, der sogenannte Dynamic AD Container, sorgt dabei für die Verbindung zwischen dem Display und der Plattform. Die Bildschirme können von Mediaagenturen kurzfristig gebucht und automatisch via Internet mit Werbespots bespielt werden. Außerdem startet sofort die Proof-of-Play-Funktion, die die Auslieferung der Werbespots überwacht. Teilnahme und Betrieb sind kostenlos, stattdessen erhält NEC einen einstelligen Prozentbetrag des Umsatzes der vermittelten Werbung. Nachdem VUKUNET im Frühjahr dieses Jahres in Deutschland und Großbritannien – mit www.vukunet-nec.com – online ging, testet der Anbieter die Lösung zurzeit mit mehreren Pilotkampagnen. Gleichzeitig kann sich jeder interessierte Netzbetreiber schon heute anmelden.



In Shoppinglaune

Das Einkaufszentrum ist einer der beliebtesten Orte für Digital Signage. Kein Wunder, die Netze versprechen Aufmerksamkeit und Werbeeinnahmen.

Man könnte meinen, Einkaufszentren seien eine Erfindung der Neuzeit. Doch die Idee, unabhängig vom Wetter Waren präsentieren und einkaufen zu können, ist älter. Bereits kurz nach Beginn der Zeitrechnung ließ der römische Kaiser Trajan Gebäude errichten, in denen kleine Ladenlokale untergebracht waren. In Deutschland eröffnete 1964 mit dem Main-Taunus-Zentrum das erste moderne Einkaufszentrum. Heute können wir bundesweit 444-mal, auf insgesamt fast 14 Millionen Quadratmetern regen-, schnee- und hitzeunabhängig shoppen gehen – viel Potenzial für Digital Signage. Die Möglichkeit, auf digitalen Anzeigen zu werben und die Gäste zu unterhalten, nutzt aber bisher nur ein Bruchteil der Mall-Betreiber.

Dabei bieten Einkaufszentren beste Voraussetzungen für erfolgreiches Digital Signage. Der Vorteil aus organisatorischer Sicht: Es gibt nur einen Betreiber in jedem Center, man muss nicht jeden Händler einzeln vom DS-Netz überzeugen. Ihm steht ein gewisses Budget für Marketing zur Verfügung, über das er entscheiden kann. Hinzu kommen die werbepsychologischen Vorteile: Nirgendwo anders werden so viele Kaufentscheidungen auf so kleiner Fläche getroffen; und gleichzeitig wird nirgendwo anders so viel Zeit mit Einkaufen verbracht.

Dennoch haben es Bildschirme in einer Mall schwer. Denn dort sind sie nicht die einzigen, die sich Aufmerksamkeit wünschen. Auch die bunt geschmückten Schaufenster, Plakate, Sonderflächen und mehr wollen die Blicke der Passanten auf sich ziehen. Menschenmassen, schreiende Kinder und Hintergrundmusik schöpfen zusätzliche Aufmerksamkeitskapazität ab. Deshalb muss die

digitale Werbung groß, in Blickrichtung platziert, lesbar und auffällig sein. Sonst verpufft ihr Potenzial.

Mit OC Mall betreibt Ströer Digital das größte Digital Signage-Netz in Einkaufszentren. Bis der Außenwerber es vergangenen Herbst übernahm, gehörte es zum Einkaufszentrum-Betreiber ECE, beziehungsweise dessen Tochter ECE flatmedia. OC Mall umfasst zurzeit 59 Einkaufszentren mit 1.067 abgependelten Screens, die einen Werbe-Entertainment-Mix zeigen. In diesem Jahr kamen 139 Stelen hinzu.

Mit Westpoint Media wächst ein weiterer Vermarkter mit eigenem Shopping Center-Netz heran. Zu diesem gehören sieben Einkaufszentren, darunter das Centro Oberhausen, mit 100 hochformatigen Bildschirmen, die ausschließlich Werbespots zeigen. Dank eines Rahmenvertrags mit dem internationalen Mall-Betreiber Sonaesierra werde Westpoint Media alle künftig gebauten und erworbenen deutschen Sonaesierra-Zentren mit Bildschirmen ausstatten.

Das Konzept von Adversign Media unterscheidet sich von den beiden anderen: Die Düsseldorfer haben bis heute acht Malls mit DS ausgestattet, darunter das Forum Mülheim und die Schloss Arkaden Heidenheim. Die Installationen sind auf die Wünsche der jeweiligen Besitzer zugeschnitten, die sich häufig Videowände und Display-Banderolen wünschen. Die Werbezeiten würden hauptsächlich von den Einzelhändlern im Zentrum belegt.

Neben diesen drei gibt es, zum Beispiel mit Telekom Out of Home Media, noch weitere Netzbetreiber. Gleichzeitig ist bei insgesamt 444 Einkaufszentren das Angebot für weitere Installationen groß. Bitte zugreifen!



Auf die Größe kommt es an

*Größere Dimensionen gleich größere Aufmerksamkeit.
Diese Rechnung ist ganz einfach – und sie geht auf.*

Die riesige Videowand im Westpark Einkaufszentrum in Ingolstadt war nicht umsonst – in zweierlei Hinsicht: Zum einen, weil überdimensionale digitale Anzeigen nun einmal kostspielig sind. Zum anderen hat sich die Investition gelohnt: Das Zentrum, das laut Shoppingcenter Performance Report 2012 zu den Top 20 aller deutschen Einkaufszentren gehört, hat mit ihr nun einen ganz besonderen Hingucker.

Die InoNet Computer GmbH aus Oberhaching installierte die vierzehn Displays breite und vier Displays hohe Wand im Zuge der Erneuerung der Mall. Die insgesamt 56 Bildschirme erstrecken sich über eine Breite von fünfzehn Metern im sogenannten Westpark-Plaza, den die Betreiber unter anderem für Konzerte, Ausstellungen und sonstige Events nutzen. In diesem Bereich des Centers, der über zwei Stockwerke geht, hängen sie auf Höhe der ersten Etage zwischen dem oberen und unteren Eingang des Modehauses Wöhrl. Der Installationspartner setzte auf das

Monitormodell X461UNV in 46 Zoll von NEC Display Solutions. Weil die Stege zwischen zwei aneinandergrenzenden Displays nur 7,3 Millimeter breit sind, stören sie die dargestellten Bilder kaum.

Ein Gerät für alle Fälle

Für das Verteilen und Managen der Inhalte verbaute der Verantwortliche für Entwicklung, Installation und Betreuung, Kemal Akca, den InoNet-eigenen Video Wall Controller Magnius-1. Da es sich um ein All-in-One-Gerät handelt, sind keine weiteren Hardwarekomponenten notwendig. Die Leistungsaufnahme liegt bei 180 Watt. Dank der Daisy Chain-Funktion, bei der das Signal von Display zu Display und nicht vom Rechner zu jedem einzelnen Display geleitet wird, können mit nur einem Magnius-Controller bis zu 144 Screens gleichzeitig angesteuert werden. Damit im Servicefall einzelne Bildschirme leicht ausgetauscht werden können und nicht die gesamte Wand abmontiert werden muss, befestigte InoNet sie mit einer speziellen Halterung mit Push-Out-Technologie. Es genügt ein leichter Druck auf den auszutauschenden Monitor und er fährt ein Stück nach vorn heraus, sodass er problemlos ausgebaut werden kann.

Installationspartner



InoNet Computer GmbH
aus Oberhaching
www.inonet.com/digital-signage



Macht Eindruck

Ein eindrucksstarker Hingucker – das war das Ziel der Douglas Parfümerie GmbH für eine Filiale in München.

Wer die Münchner Douglas-Filiale in der Fußgängerzone betritt, kommt nicht daran vorbei, den Blick auf eine Videowall zu richten, die sich rechts im Eingangsbereich befindet und sich über zwei Etagen erstreckt. Losgelöst von den anderen Screens, die im Ladenlokal verteilt sind, präsentiert das Unternehmen dort besondere Inhalte. Installiert wurde die Videowand durch die mms mainstream media solutions GmbH in Zusammenarbeit mit der InoNet Computer GmbH.

Die komplette Bildfläche kann im Vollformat oder in vier beziehungsweise fünf Splitscreens unterteilt und dementsprechend genutzt werden. Dadurch lässt sich sowohl unterschiedlicher als auch einheitlicher Inhalt zeigen. Zu sehen sind hier oftmals hochwertig produzierte Markenvideoclips im Wechsel mit großformatigen Ansichten von Gesichtern und Labels.

Mit der Installation bietet Douglas seinen Partnern eine besonders vorteilhafte Werbefläche: Die Kunden kommen um die imposante Installation nicht herum und verweilen sehr häufig davor, um die Spots zu beobachten. Alle Einblendungen werden eigens für die meterhohe Videowand erstellt, da gerade damit regelrecht gespielt wer-

den kann. Notwendig wird das extra Erstellen des Contents auch aufgrund der extrem hohen Auflösung, die die einzelnen ansteuerbaren NEC-Screens liefern.

Die Videowall ist 2,10 Meter breit und 6,12 Meter hoch. Sie besteht aus 24 NEC X461 UNV Displays bei einer 46-Zoll-Bildschirmdiagonale mit der momentanen Gesamtauflösung von 1.080 mal 3.840 Pixeln. Die maximale Auflösung liegt bei 2.880 mal 7.680 Pixeln. Der Videowall-Controller stammt aus der Magnus-1-Familie von InoNet Computer.

Mit der Digital Signage-Software IMS Intelligent Media System, als webbasiertes Frontend, ist die Steuerung der Inhalte unabhängig von Standort, Größe oder Anforderung der Installation möglich. Die Verwaltung geschieht innerhalb eines Systems, wodurch sowohl einzelne Bildschirme als auch große Videowalls einfach verwaltet werden können.

Die Videowall erstreckt sich über zwei Etagen.

Installationspartner



mainstream

mms mainstream media solutions GmbH
aus Würselen

www.mainstream-media.de

Innenansichten des Showrooms der Neo Group in der Hamburger City, der gerne auch als Eventlocation genutzt wird



Digitale Erlebniswelten

Treten Sie ein, fassen Sie an, probieren Sie aus: Wenn ein Showroom die Sinne weckt, haben die Verantwortlichen alles richtig gemacht. Keine Frage: Das Potenzial wurde erkannt; Showrooms liegen im Trend.



„Was ist Digital Signage? Was ist Digital out of Home? Diese Fragen haben uns dazu bewegt, zusammen mit unserem Partner NEC einen B2B-Showroom zu gestalten. Der Showroom macht die Themen Digital Signage und Digital out of Home für potenzielle Kunden transparent und erlebbar. Zusätzlich haben wir mit unserem Showroom eine Kommunikationsplattform für Digital Signage und Digital out of Home geschaffen und bringen damit Unternehmen, Agenturen und Kunden zusammen.“
Sven C. Jacobi, geschäftsführender Gesellschafter Neo Group

Democenter, virtueller Verkaufsräum, Eventlocation: Ein Showroom ist für die meisten Unternehmen – von Hersteller bis Händler – ein Muss. Aber erst mit Digital Signage werden Ausstellungs- und Verkaufsräume zu einem visuellen sowie emotionalen Erlebnis und spielen ihre Stärken, den Besucher

zu fesseln und ihn damit als Kunden zu gewinnen, aus. Besonders wichtig sind Digital Signage-Installationen, wenn es darum geht, Produkte in all ihren Facetten rüberzubringen. Beispielsweise für Automobilhersteller oder Mode- und Schuhlabels ist es nahezu unmöglich, das gesamte Portfolio in einem Raum zu präsentieren oder in gedruckten Materialien repräsentativ darzustellen. Sämtliche Modelle eines Automobilherstellers etwa in allen verfügbaren Farben auszustellen, würde enorm viel Platz erfordern und entsprechend hohe Kosten erzeugen. Gerade hinsichtlich der Platzkapazitäten stellen digitale Ausstellungsflächen eine ideale Lösung dar: Auf kleinstem Raum verhelpen sie den Kunden, Produkte – von der Herstellung bis zur Anwendung – zu sehen, zu verstehen, zu erleben. Speziell Videowände ermöglichen die Darstel-

lung in Originalgröße und bieten somit ein reales Erlebnis für den Besucher. Zudem lassen sich Informationen auf digitalen Flächen schnell und einfach aufrufen sowie zusammenstellen, was vor allem dann zum Tragen kommt, wenn Produkte kundenspezifisch konfiguriert werden können.

Ein weiteres Einsatzfeld ist das Nutzen von Showrooms für Veranstaltungen. Beispielsweise die in Hamburg ansässige Neo Group hat ihre Räume mit insgesamt 14 Screens von NEC ausgestattet und damit eine repräsentative, einladende Atmosphäre geschaffen, um sie für zahlreiche Events zu nutzen. Die Kombination aus den speziell angepassten Inhalten sowie dem modernen Design versetzen die Besucher immer wieder in Erstaunen und zeigen, warum Showrooms zunehmend beliebter werden.



Blick in die Live-Regieräume im HD-Sendezentrum Zürich

Qualität, die überzeugt

Das Schweizer Radio und Fernsehen orientiert sich an höchsten Qualitätsstandards. Dies gilt nicht nur für die Publikationen selbst, sondern auch für die zum Einsatz kommende Technik.

Beim Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) produzieren rund 2.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter drei Fernseh- und sechs Radioprogramme sowie ergänzende Multimedia-Angebote. Die drei TV-Programme SF 1, SF zwei und SF info kamen 2011 auf ein Sendevolumen von 24.899 Stunden. Seit dem Frühjahr 2012 senden die Schweizer in HD. Dass alle zufrieden sind, liegt auch an den zum Einsatz kommenden Bildschirmen: Im neuen HD-Sendezentrum in Zürich wurden im Zuge des Neubaus insgesamt 41 Screens von NEC installiert.

Vor dem Bau des HD-Sendezentrums stand eine ausführliche Auswahl- und Evaluationsphase. Besonders die Screens stellten aufgrund des umfangreichen Anforderungskataloges eine spezielle Herausforderung dar. Beispielsweise müssen sich die Bildschirme für eine Rund-um-die-Uhr-Produktion eignen; wichtig war des Weiteren eine hochwertige Bildqualität, auch aus verschiedenen Blickwinkeln. Zudem müssen sich in einem Multiview-Setup unterschiedliche Video- und Computerquellen darstellen lassen; ebenso ging es darum, den bei TV-Sendern weit verbreiteten HD-SDI-Standard zu unterstützen. Und nicht zu vergessen: das entscheidende Kriterium namens Preis-Leistungs-Verhältnis. Nach sorgfältigem Abwägen aller Aspekte entschied man sich beim Schweizer

Fernsehen für 24 NEC-Displays mit 46-Zoll-Diagonale und 17 NEC-Displays mit 40-Zoll-Diagonale. Neben dem – speziell im Vergleich zu Broadcast-Hardware – günstigen Preis boten die Screens für die HD-SDI-Standard-Anforderung eine sehr gute Lösung: Die Bildschirme sind mit einsteckbaren HD-SDI-Boards ausgestattet, sodass sich HD-Inhalte unkomprimiert übertragen lassen. Ein Remote Control Kit ermöglicht zudem die Steuerung der Bildschirme in großen Gruppen. Dank der NEC-Komponenten ist das HD-Sendezentrum hervorragend ausgestattet und entspricht so den Qualitätsansprüchen, die man von den Schweizern seit jeher gewohnt ist.

Insgesamt sind 41 Screens in Betrieb.





Seit zehn Jahren erfolgreich

In den vergangenen zehn Jahren ist die Public Display-Sparte von NEC Display Solutions zur Hochform aufgelaufen. Stefanie Corinth, Senior Vice President Marketing & Business Development, NEC Display Solutions, beschreibt, wie es dazu kam und was die Kunden in Zukunft erwarten dürfen.



Stefanie Corinth,
Senior Vice President
Marketing & Business
Development,
NEC Display Solutions

Frau Corinth, NEC Display Solutions feiert in diesem Jahr das zehnjährige Jubiläum seiner Public Display-Sparte. Wie sehen Sie die aktuelle Position des Herstellers auf diesem Markt?

NEC Display Solutions ist stolz darauf, zehn Jahre voll wegweisender Innovationen zu feiern. Unser heutiges Portfolio beinhaltet eine umfassende Auswahl an qualitativ hochwertigen Public Displays sowie passendes Zubehör für die unterschiedlichsten Bereiche. Die zuverlässigen und langlebigen Lösungen von NEC überzeugen durch ihren hohen Return-on-Investment und entsprechen den Wünschen unserer Kunden. Ob ultradünne, Large-Format- oder Professional-Displays mit LED-Hintergrundbeleuchtung: Dank Innovationskraft und nachhaltigem Handeln haben wir in den letzten Jahren viele Branchenneuheiten auf den Markt gebracht,

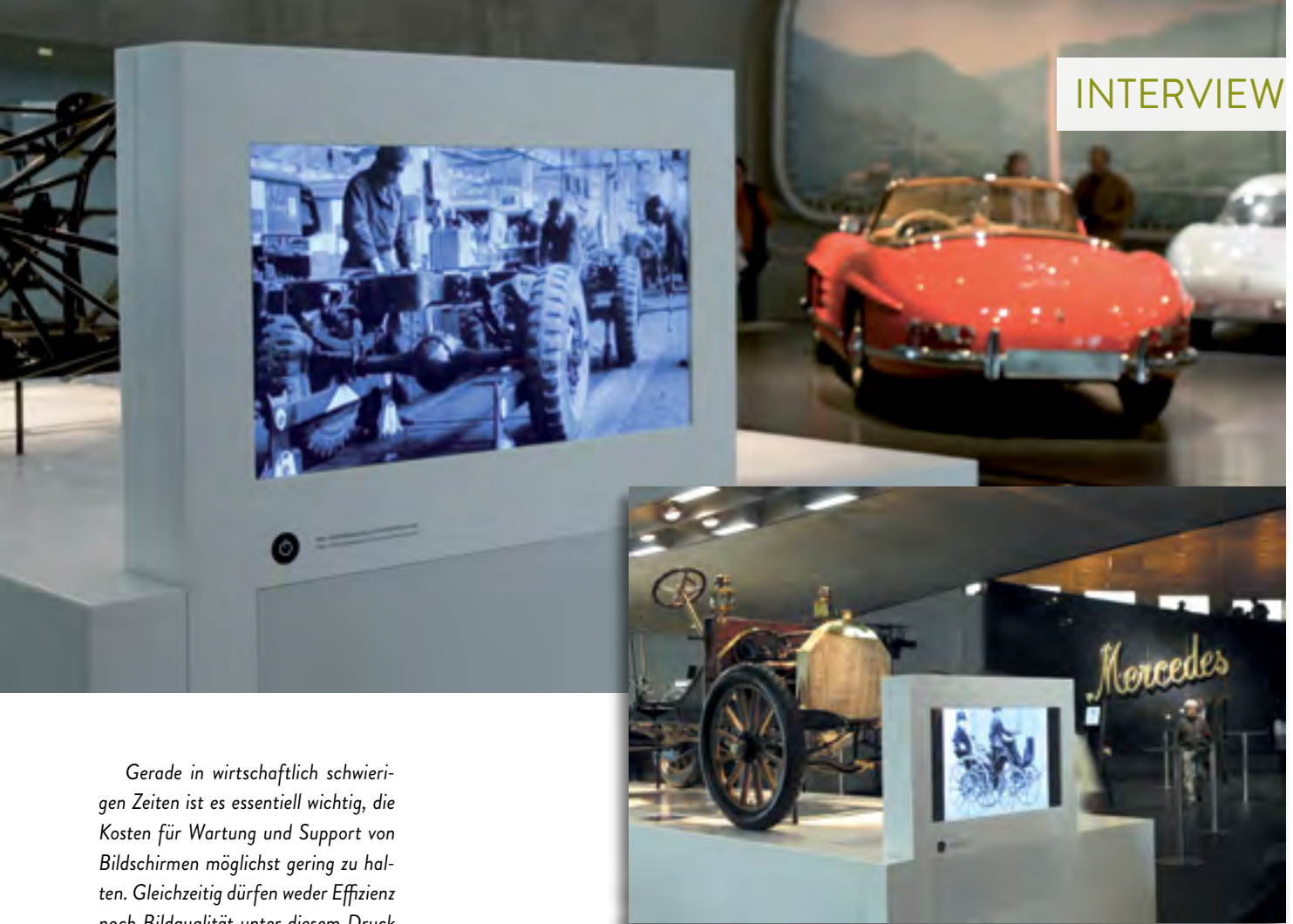
welche unser Leben und die Art zu Arbeiten verbessern.

Ein weiterer wichtiger Faktor des Erfolgs von NEC ist das strategische, EMEA-weite Partnernetzwerk, welches sich aus Experten und Botschaftern unserer Hard- und Software-Lösungen zusammensetzt. Das ist ein Muss in einer immer komplexer werdenden Monitorindustrie und hilft uns sehr dabei, Fachwissen und vertikale Branchenkenntnisse weiter zu verbreiten.

Welche Herausforderungen sehen Sie aktuell und in den nächsten zwei bis drei Jahren für die Hersteller von professionellen Displays?

Die Herausforderungen unserer Kunden sind zugleich unsere. Da die Zufriedenheit unserer Kunden im Mittelpunkt von NEC steht, arbeiten wir stets an der Produktivität unserer Produkte und achten auf langfristige

Partnerbeziehungen und eine niedrige TCO (Total Cost of Ownership). Das Ziel von NEC ist es, die Wünsche unserer Kunden in allen Belangen zu erfüllen – ob durch unsere Mitarbeiter, Partner oder Produkte. Daneben wünschen sich Kunden maßgeschneiderte Lösungen, um Unternehmensziele zu erreichen und Wettbewerbsvorteilen zu erhalten. Wir helfen ihnen dabei, ihre Marke optisch ansprechend zu präsentieren – und damit den Absatz zu steigern, effizienter zu agieren und neue Wege der Zusammenarbeit und Kommunikation zu gehen. NEC unterstützt seine Kunden mit individuellen Paketen für ihren jeweiligen vertikalen Markt, um ihrem Publikum ein besseres Erlebnis zu liefern: angefangen von der Luftfahrtindustrie, Retail Signage und Quick Service Restaurants über Freizeitangebote und Museen bis hin zum Bildungs- und Gesundheitswesen.



Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist es essentiell wichtig, die Kosten für Wartung und Support von Bildschirmen möglichst gering zu halten. Gleichzeitig dürfen weder Effizienz noch Bildqualität unter diesem Druck leiden. Hier zahlen sich unsere kontinuierlichen Investitionen in Forschung und Entwicklung aus. Neue Lösungen wie die energiefreundliche LED-Backlighting-Technologie schonen nicht nur die Umwelt, sondern reduzieren ebenfalls die Betriebskosten spürbar. Zu guter Letzt haben technische Weiterentwicklungen wie der Trend zu cloud-basierten und mobilen Echtzeitslösungen auch einen Einfluss auf Displayhersteller. Monitore der Zukunft müssen in der Lage sein, nahtlos auf Daten aus der Cloud zurückzugreifen. Diese Devise gilt auch für Bring Your Own Device: Geschäftskunden erwarten heutzutage jederzeit und von überall Zugang zu ihren Daten, um beispielsweise ohne Probleme mit Lieferanten in Kontakt stehen zu können.

Wie sehen Sie die Zukunft von Digital Signage? Welche Trends werden sich herauskristallisieren?

Der heutige Überfluss an Daten und Informationen erschwert es, Aufmerksamkeit für Marken zu generieren oder Mitarbeiter mit visuellen Daten auf dem Laufenden zu halten. Dasselbe

gilt für wichtige geschäftliche oder öffentliche Informationen. Unserer Meinung nach gehört die Zukunft jenen Unternehmen, die am besten auf die digitale Revolution vorbereitet sind. Firmen, die diesen fundamentalen Wandel überleben möchten, müssen ihren Kunden mehr denn je zuhören und mit innovativen Ansätzen auf Feedback reagieren. Digital Signage ist hierfür ein spannendes Beispiel mit riesigem Potenzial.

VUKUNET ist eine der Neuheiten, die wir 2012 auf den Markt gebracht haben. Die Plattform verbindet Anbieter von Digital-out-of-Home-Netzwerken mit Media-Agenturen und vereinfacht so den gesamten Arbeitsprozess rund um Werbekampagnen. So werden Displays durch VUKUNET zu Werbemedien. Content-Management-Systeme kommunizieren zudem nahtlos mit der Plattform, um die geeignetste Werbeplatzierung für das Publikum vor dem Bildschirm zu finden. Wir erwarten ein großes Interesse an diesem Angebot.

Der POS ist ein weiteres wichtiges

Einsatzgebiet, für das NEC mit der Leafengine eine weitere Innovation auf den Markt bringt. Das Produkt ermöglicht die intelligente Einbindung von Sensoren in eine Content-Management-Software, um Kunden gezielt Informationen aufzuzeigen. Diese Interaktivität erfolgt reaktiv. Ein Praxisbeispiel: Im modernen Supermarkt erkennen Sensoren, welchen Gefrierschrank Käufer öffnen. Anschließend gibt das System Produktvorschläge und -informationen, um Kaufentscheidungen zu erleichtern, sowie praktische Hinweise wie „Bitte schließen Sie die Tür“.

Die genannten Beispiele verdeutlichen anschaulich, wie NEC individuelle Lösungen für verschiedene Branchen mit ihren jeweiligen Anforderungen und Bedürfnissen bietet. Da wir auf kommende Trends vorbereitet sind, sind wir den Bedürfnissen unserer Kunden stets einen Schritt voraus.

NEC Display Solutions Europe wird diese und weitere Technologien der Zukunft auf der ISE 2013 in Amsterdam präsentieren.

Auch Museen gehören zu den Orten, wo Digital Signage zum festen Bestandteil geworden ist.

Public Displays von NEC

Vom Einstiegsmonitor bis zum 82-Zöller

V-Serie – Public Displays für den Einstieg

	MultiSync® V322	MultiSync® V422	MultiSync® V462	MultiSync® V552	MultiSync® V652
Bilddiagonale (Zoll/cm)	31,5/80	42/106,68	46/117	55/139,7 (10-Bit Panel)	65/165 (10-Bit Panel)
Leuchtdichte bei Lieferung (cd/m²)	340 (450 max.)	370 (500 max.)	340 (450 max.)	320/(450 max.)	320/450 max.)
Kontrastverhältnis	3.000:1	1.300:1	3.000:1	4000:1	4000:1
Auflösung (px)	1.366 x 768 bei 60 Hz	1.920 x 1.080 bei 60 Hz	1.920 x 1.080 bei 60 Hz	1920 x 1080 bei 60Hz	1920 x 1080 bei 60Hz
Reaktionszeit (ms)	8 (grey-to-grey)	10 (grey-to-grey)	8 (grey-to-grey)	6,5 (grey-to-grey)	8 (grey-to-grey)
Leistungsaufnahme (W)	88 (typ.), 190 (max.)	155 (typ.), 290 (max.)	165 (typ.), 300 (max.)	130 (typ.), 220 (max.)	255 (typ.), 345 (max.)
Sonstige Funktionen	Option-Slot STv2	Dual-Option-Slot STv1, STv2	Dual-Option-Slot STv1, STv2	e-LED, STv2-Slot	e-LED, STv2-Slot



Diese V-Serie umfasst die preiswerteren Public Displays von NEC Display Solutions. Sie sind mit vielen Funktionen für Digital Signage-Anwendungen im Einzelhan-

del, für Tagungsräume, Videokonferenzen und andere Anwendungen konzipiert, bei denen ein 24-Stunden-Betrieb nicht notwendig ist.

P-Serie – Public Displays für höhere Anforderungen

	MultiSync® P402	MultiSync® P462	MultiSync® P552	MultiSync® P702
Bilddiagonale (Zoll/cm)	40/102	46/117	55/138,8	70/177,7
Leuchtdichte bei Lieferung (cd/m²)	500 (700 max.)	500 (700 max.)	500 (700 max.)	420 (600 max.)
Kontrastverhältnis	3.000:1	3.500:1	4.000:1	4.000:1
Auflösung (px)	1.920 x 1.080 bei 60 Hz	1.920 x 1.080 bei 60 Hz	1.920 x 1.080 bei 60 Hz	1.920 x 1.080 bei 60 Hz
Reaktionszeit (ms)	8 (grey-to-grey)	8 (grey-to-grey)	8 (grey-to-grey)	8 (grey-to-grey)
Leistungsaufnahme (W)	145 (typ.), 310 (max.)	155 (typ.), 315 (max.)	255 (typ.), 410 (max.)	155 (typ.)
Sonstige Funktionen	Dual-Option-Slot STv1, STv2	Dual-Option-Slot STv1, STv2	Dual-Option-Slot STv1, STv2	Dual-Option-Slot STv1, STv2



Zur P-Serie gehören Public Displays für den professionellen Einsatz. NEC gibt an, dass sie besonders zuverlässig und vielseitig einsetzbar sind und sich deshalb für alle Digital Signage-Anwendungen eignen, auch für den

24-Stunden-Betrieb. Sie verfügen unter anderem über Wärmemanagementfunktionen, Umgebungslichtsensor, Lautsprecher und Daisy-Chain-Schaltung mit DVI und DisplayPort.

X-HB-Serie – Public Displays für helle Umgebungen

	MultiSync® X462HB
Bilddiagonale (Zoll/cm)	46/117
Leuchtdichte bei Lieferung (cd/m²)	1.500 (bei < 26 °C)
Kontrastverhältnis	3.500:1
Auflösung (px)	1.920 x 1.080 bei 60 Hz
Reaktionszeit (ms)	8 (grey-to-grey)
Leistungsaufnahme (W)	320 (typ.), 490 (max.)
Besonderheiten	besonders helles Backlight
Sonstige Funktionen	Umgebungslichtsensor, Überhitzungsschutz, TileMatrix für Videowände, Option-Slot STv1



Der MultiSync® X462HB wurde speziell für den Einsatz in besonders hellen Umgebungen entwickelt. Außerdem verfügt er über einen Filter, dank dem man die Inhalte mit polarisierter Sonnenbrille erkennen kann – im Hoch- und Querformat.

Außerdem hat NEC Public Displays mit Spezial-eigenschaften im Angebot: Zum Beispiel der MultiSync® X462HB hat ein besonders helles Backlight, die XUN-Serie verfügt über ultra-schmale Rahmen sowie zahlreiche Funktionen zum Aufbauen von Videowänden und die XS-Serie ist sehr leicht und schmal gebaut.





Der MultiSync® X461UNV ist das Einstiegs-Videowandprodukt von NEC und eignet sich für Installationen mit weniger hohen Anforderungen in Bezug auf Helligkeit und Betriebsdauer, etwa im Einzelhandel oder an Rezeptionen.

X-UN-Serie – Public Displays für Videowand-Installationen

	MultiSync® X461UNV	MultiSync® X463UN	MultiSync® X551UN
Bilddiagonale (Zoll/cm)	46/117	46/116,8	55/138,8
Stegbreite (mm)	7,3	5,9	5,7
Leuchtdichte bei Lieferung (cd/m²)	390 (450 max.)	500 (700 max.)	500 (700 max.)
Kontrastverhältnis	3.000:1	3.500:1	3.500:1
Auflösung (px)	1.366 x 768 bei 60 Hz	1.920 x 1.080 bei 60 Hz	1.920 x 1.080 bei 60 Hz
Reaktionszeit (ms)	8 (grey-to-grey)	8	8
Leistungsaufnahme (W)	125 (typ.), 260 (max.)	120 (typ.), 260 (max.)	190 (typ.), 360 (max.)
Besonderheiten	Videowanddisplay für die Einstiegs-kategorie	Videowanddisplay für hohe Anforderungen, Direct-LED-Backlight	Videowanddisplay für hohe Anforderungen, Direct-LED-Backlight
Sonstige Funktionen	Umgebungslichtsensor, steuerbarer Lüfter, Option-Slot STv1	Umgebungslichtsensor, steuerbarer Lüfter, Dual-Option-Slot STv1, STv2	Umgebungslichtsensor, steuerbarer Lüfter, Dual-Option-Slot STv1, STv2



Die Displays der XS-Serie zeichnen sich durch die geringe Bautiefe von 43,3 Millimetern und durch ein geringes Gewicht aus.

X-S-Serie – besonders leichte und schmale Public Displays

	MultiSync® X401S	MultiSync® X461S	MultiSync® X551S
Bilddiagonale (Zoll/cm)	40/101,6	46/117	55/138,8
Bautiefe (mm)	43,3	43,3	43,3
Gewicht (kg)	14,9	18,9	23,9
Leuchtdichte bei Lieferung (cd/m²)	500 (700 max.)	500 (600 max.)	500 (600 max.)
Kontrastverhältnis	3500:1	3.000:1	4.000:1
Auflösung (px)	1920 x 1080 bei 60Hz	1.920 x 1.080 bei 60 Hz	1.920 x 1.080 bei 60 Hz
Reaktionszeit (ms)	8 (grey-to-grey)	8 (grey-to-grey)	8 (grey-to-grey)
Leistungsaufnahme (W)	110(typ.), 230(max.)	135 (typ.), 230 (max.)	155 (typ.), 250 (max.)
Besonderheiten	geringe Bautiefe und geringes Gewicht, Edge-LED-Backlight	geringe Bautiefe und geringes Gewicht, Edge-LED-Backlight	geringe Bautiefe und geringes Gewicht, Edge-LED-Backlight
Sonstige Funktionen	steuerbare Lüfter, Umgebungslichtsensor, Option-Slot STv2, Lautsprecher	steuerbare Lüfter, Umgebungslichtsensor, Option-Slot STv2, Lautsprecher	steuerbare Lüfter, Umgebungslichtsensor, Option-Slot STv2, Lautsprecher



Mit 82 Zoll Bilddiagonale und Abmessungen von 1,93 mal 1,14 Metern ist der MultiSync® LCD8205 der größte Monitor von NEC.



Speciality-Serie – das Größte unter den Public Displays

	MultiSync® LCD8205
Bilddiagonale (Zoll/cm)	82/207
Leuchtdichte (cd/m²)	600 (typ.)
Kontrastverhältnis	2.000:1
Auflösung (px)	1.920 x 1.080 bei 60 Hz
Reaktionszeit (ms)	8 (grey-to-grey)
Leistungsaufnahme (W)	680 (typ.), 900 (max.)
Sonstige Funktionen	Quer- und Hochformat möglich, Umgebungslichtsensor

Software- und Option Slot-Lösungen

*Zubehör für die
Public Displays von
NEC Display Solutions*



NEC Hiperwall

Mit Hiperwall bietet NEC eine Softwarelösung zum Spielen und Managen von Videowänden mit einer unbegrenzten Anzahl an Bildschirmen. Mit ihr kann man Content, der aus zahlreichen verschiedenen Quellen stammen kann, auf der Videowand zusammenführen und die Position und Größe der Kanäle auf dem Vollbild festlegen. Außerdem bietet Hiperwall Funktionen wie Zoom, Rotation und Transparenz, dank de-



nen der Nutzer seinen Loop flexibel gestalten kann. Der Content kann gespeichert, in Slideshows gruppiert und sofort abgespielt werden.

Das Hiperwall-Softwarepaket besteht aus bis zu vier Komponenten, von denen zwei obligatorisch sind: die Control Licence und die Display Licence. Die beiden weiteren sind optional; zum Beispiel die Streamer Licence, mit der gestreamte Inhalte gezeigt werden können.

Zum Aufbau einer Videowand mit Hiperwall benötigt jedes Videowanddisplay einen PC, der zum Beispiel in den Slot-In integriert ist. Ein zentraler Gigabit-Switch verbindet alle Komponenten miteinander. Server, Matrizen und Verteiler werden nicht benötigt.



STv1-kompatible Produkte

Folgendes NEC-Public Display-Zubehör lässt sich in die Rückseite aller Bildschirme von NEC Display Solutions mit STv1-Slot integrieren. Zu ihnen gehört zum Beispiel ein Teil der Displays der XUN-Serie.

Tuner (DVB-T + Analog + IPTV)

- >>> DVB-T-Tuner, analoger Tuner und IPTV-Modul in einem
- >>> mit Fernbedienung für Tuner und Display
- >>> Steuerung über das Netzwerk möglich
- >>> unterstützt Streaming von Content

CAT 5 Receiver-Lösung

- >>> ermöglicht das Übertragen von Full HD-Content über Entfernungen bis 110 oder 600 m
- >>> kompatibel mit Minicom DS Vision 3000 Serie (nur VGA)
- >>> vollintegrierte Einschublösung ohne Verkabelung
- >>> VGA-Ausgang zum Ansteuern eines zweiten Displays

DVI Daisy Chain Board

- >>> ermöglicht das Durchschleifen von DVI-Signalen in Videowänden mit max. 9 Displays
- >>> max. Auflösung von 1.920 x 1.080 px bei 60 Hz, ohne qualitativen Unterschied zwischen erstem und letztem Display
- >>> Kabellänge bis zu 3 m zwischen den Displays



STv2-kompatible Produkte

Diese Produkte sind mit allen NEC Public Displays direkt kompatibel, die über einen STv2 Slot verfügen; oder sie sind indirekt über einen DualSlot Adapter kompatibel, wenn sie über einen DualSlot verfügen.



	Slot-In PC mit Intel® Atom CPU	Slot-In PC mit Intel® Celeron™ 1,4 GHz	Slot-In PC mit Intel® Celeron™ 2 x 1,6 GHz
Prozessor	Intel Atom 2 x 1,6 GHz	Intel Celeron 1,4 Ghz B827E (Sandy Bridge)	Intel Celeron 2 x 1,6 GHz (Sandy Bridge)
Grafik	NM10 / Intel GMA 3600 HD	HM65 (Intel HD2000)	HM65 (Intel HD2000)
RAM	1 GB	2 GB	2 GB
Festplatte	SSD 32 GB (max. 256 GB)	SSD 40 GB (max. 256 GB)	SSD 40 GB (max. 256 GB)
Betriebssystem	Microsoft Embedded WS7E (vorinstalliert)	Microsoft Embedded WS7E (vorinstalliert)	Microsoft Embedded WS7E (vorinstalliert)
Optionale Auflösung	1.920 x 1.080 px bei 60 Hz	1.920 x 1.080 px bei 60 Hz	1.920 x 1.080 px bei 60 Hz
Weitere Auflösungen	auf Anfrage	auf Anfrage	auf Anfrage
Frontseitige Schnittstellen	2 x USB 2.0, SD-Karten-Steckplatz, RJ45 10/100/1.000 Mbit/s	2 x USB 2.0, SD-Karten-Steckplatz, RJ45 10/100/1.000 Mbit/s, Mini-DisplayPort-Ausgang, WLAN-Antenne (optional)	2 x USB 2.0, SD-Karten-Steckplatz, RJ45 10/100/1.000 Mbit/s, Mini-DisplayPort-Ausgang, WLAN-Antenne (optional), Audioaus/-eingang
Max. Leistungsaufnahme	11 W	17 W	35 W



Slot-In HDSDI Board 1.5G

- » vollständig integrierte, digitale HD-SDI-Schnittstelle
- » serieller, digitaler Videoeingang für bis zu 1,485 Gbit/s
- » durchgeschleiftes SDI-Ausgangssignal mit Taktrückgewinnung und Entzerrung
- » Auflösung des DVI-HD-Ausgabesignals entspricht dem SDI-Eingangssignal
- » Extraktion von Audiodaten

	Slot-In PC mit Intel® Core™ i5 2 x 2,5 GHz CPU	Slot-In PC mit Intel® Core™ i5 2 x 2,7 GHz CPU	Slot-In PC mit Intel® Core™ i7 4 x 2,1 GHz
Prozessor	Intel Core i5 2 x 2,5 GHz (Sandy Bridge) mit Intel Vpro	Intel Core i5 2 x 2,7 GHz 3610ME (Ivy) mit Intel Vpro	Intel Core i7 i7 4 x 2,1 (Ivy Bridge) mit Intel Vpro
Grafik	Intel QM67 (Intel HD 3000)	Intel QM77 / Intel HD 4000	Intel YM77 / Intel HD 4000
RAM	2 GB	4 GB	4 GB
Festplatte	SSD 40 GB (max. 256 GB)	SSD 64 GB (max. 256 GB)	SSD 40 GB (max. 256 GB)
Betriebssystem	Microsoft Embedded WS7E (vorinstalliert)	Microsoft Embedded WS7E (vorinstalliert)	Microsoft Embedded WS7E (vorinstalliert)
Optionale Auflösung	1.920 x 1.080 px bei 60 Hz	1.920 x 1.080 px bei 60 Hz	1.920 x 1.080 px bei 60 Hz
Weitere Auflösungen	auf Anfrage	auf Anfrage	auf Anfrage
Frontseitige Schnittstellen	2 x USB 3.0, SD-Karten-Steckplatz, RJ45 10/100/1.000 Mbit/s, Mini-DisplayPort-Ausgang, WLAN-Antenne (optional), Audioaus/-eingang	2 x USB 3.0, SD-Karten-Steckplatz, RJ45 10/100/1.000 Mbit/s, Mini-DisplayPort-Ausgang, WLAN-Antenne (optional)	2 x USB 3.0, SD-Karten-Steckplatz, RJ45 10/100/1.000 Mbit/s, Mini-DisplayPort-Ausgang, WLAN-Antenne (optional)
Max. Leistungsaufnahme	55 W	47,8 W	57,6 W



Slot-In HDSDI Board 3G

- » vollständig integrierte, digitale HD-SDI-Schnittstelle
- » serieller, digitaler Videoeingang für bis zu 2,970 Gbit/s
- » durchgeschleiftes SDI-Ausgangssignal mit Taktrückgewinnung und Entzerrung
- » Auflösung des DVI-HD-Ausgabesignals entspricht dem SDI-Eingangssignal
- » Farbenunterstützung bis zu 12 Bit
- » Extraktion von Audiodaten



Videowall-Lösungen von NEC

Viel mehr als nur ein großartiges Display

Die bewährte NEC Qualität verspricht Leistung und Zuverlässigkeit für eindrucksvolle Videowalls. Doch nicht nur die überlegenen Displays machen diese Lösung aus – die NEC Qualität umfasst auch alles, was dahinter steckt: Integrierte OPS Option Slot-Technologie mit Slot-in PCs, Mediaplayer und HD-SDI-Boards für grenzenlose Kreativität, umfangreiche Montage-Optionen, Interaktivität durch Touchscreen und Software für hochentwickeltes Content Management mit Hiperwall – Vertrauen Sie auf NEC für eine umfassende Lösung.

Weitere Informationen

www.nec-display-solutions.com



Copyright 2012 NEC Display Solutions Europe GmbH. Sämtliche Rechte bleiben ihren jeweiligen Inhabern vorbehalten. Alle Angaben sind ohne Gewähr, weder ausdrücklich noch stillschweigend. Irrtum und Änderungen vorbehalten.

Empowered by Innovation

NEC