



Digital Signage in 200 Filialen

Wie intelligent Digital Signage in Elektronik-Märkten eingesetzt werden kann, beweist eine Studie von Interdiscount. Und sie zeigt, welches Potential in DS steckt.

Interdiscount ist der größte Heimelektro-nik-Vollanbieter in der Schweiz. Mit rund 200 Filialen ist das Unternehmen flächen-deckend über alle Landesteile hinweg ver-treten, Kundennähe und ständige Innova-tionsbereitschaft sind Markenzeichen der über 40-jährigen Handelskette. Dafür bei-spielhaft ist, dass Interdiscount jetzt alle Filialen mit einem neuen Digital Signage System ausgestattet hat. So werden die Kunden an allen Standorten über neueste Angebote, Produkte oder andere Neuig-keiten immer aktuell informiert. Und dies auf einfachste Art und Weise von der Zent-rale aus gesteuert.

■ Die BluRay hat ausgedient

Bislang fand die Versorgung der Filialen mit Informations- und Werbebotschaften, die auf Displays gezeigt wurden, über die Einspielung von BluRay Discs statt. Einmal wöchentlich wurden diese von der Marke-tingagentur postalisch versandt, um dann anschließend vor Ort in den Filialen aufge-spielt zu werden. Dieser Weg war zeitauf-wändig und kostenintensiv, wenig flexibel und vor allem nicht mehr zeitgemäß – im Zeitalter von Digital Signage.

■ Digital Signage von easescreen

Die Lösung ist ein Digital Signage Projekt, das die Verwendung von BluRay Discs überflüssig macht. Das Projekt hatte eine Laufzeit von 1,5 Jahren und wurde in Zu-sammenarbeit mit verschiedenen Kompe-tenzpartnern entwickelt und realisiert. Mit im Team von Interdiscount waren die Mar-



Bilder wirken

ketingagentur „The Cover Media“ (TCM), die für Teile der Content-Erstellung zustän-dig ist, die Resin GmbH als ausführender Händler sowie die Kindermann GmbH, die als Distributor der Resin GmbH mit Rat und Tat, vor allem bei den technischen Services, zur Seite stand.

■ Zentrales Content-Management

Wichtigste Innovation bei dem Projekt war die Umstellung von dezentraler Content-Einspielung zu zentralem Content-Ma-nagement. Realisiert wurde das Projekt mit Digital Signage Komponenten von ease-screen. Die Installation der Player in den Filialen wurde von der Resin GmbH mit der Unterstützung von Kindermann durch-geführt. Der zentrale Management Server, der den Content auf die Player verteilt, steht in der Interdiscount Zentrale im schweizerischen Jegenstorf bei Bern. Im Vorfeld wurden mehrere Systeme getestet. Die Kriterien für die Entscheidung für die easescreen Lösung waren der logische

Aufbau, die sehr einfache und intuitive Bedienung sowie die Leistungsfähigkeit in der Verteilung des Contents. Schließlich galt es, sämtliche Displays in den rund 200 Filialen in der Schweiz zentral anzu-steuern. Zudem überzeugte das beste Preis-/Leistungsverhältnis.

In einem ersten Gespräch mit Franco Lo-catelli, dem Marketing-Kommunikations-leiter von Interdiscount, wurde das System zusammen mit Friedrich Resin (GF Resin GmbH, Binzen) und Hans Ueli Zürcher (TCM) vorgestellt, der seit mehr als 15 Jahren mit Interdiscount zusammen ar-beitet. Danach erfolgte eine Testinstallation in der Zentrale unter aktiver Begleitung durch Mirko Horbaschek, dem technischen Sup-port Engineer von Kindermann. Die Me-dientechnikspezialisten unterstützen bei allen größeren Digital Signage Projekten ihre Kunden und übernehmen auch die Einweisung bzw. Ersts Schulung. So wurde in Zusammenarbeit mit dem IT-Leiter von

easescreen Gold Player kamen zum Einsatz



Interdiscount, Thomas Christen, das System auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmt und die Hardware optimiert.

Die Player sind für den Online-Zugang und für die Bespielung der Displays mit HD-Content über HDMI zuständig.

„Wir haben uns für easescreen entschieden, weil Qualität von Hard- und Software überzeugten. Dazu kamen das hohe Fachwissen, die Erfahrung und die offene und transparente Kommunikation der beteiligten Partner“, sagt Franco Locatelli, Marketing-Kommunikationsleiter bei Interdiscount.

„Um 200 Filialen mit Inhalten bespielen zu können, muss ein Digital Signage System einfach zu bedienen, logisch aufgebaut und vor allem leistungsstark sein. Mit easescreen haben wir solch ein System bei Interdiscount installieren können“, kommentiert Friedrich Resin, Geschäftsführer Resin GmbH & Co.KG. „Das System bietet viel fürs Geld.“

Die endgültige Entscheidung fiel Anfang 2013, nicht zuletzt auf Empfehlung von Hans Ueli Zürcher, der über die POS Media, eine Division von TCM, für die Erstellung des Contents verantwortlich war und ist. Interdiscount erstellte daraufhin einen Projektplan, in dem es nicht nur darum ging, die Installation und die Einrichtung der Player und der Displays zu organisieren, es ging auch darum, den Support und den Austausch von Systemen zu gewährleisten, falls Systeme ausfallen. Die Installation der Gold Player und Lizenzen wurde von der Resin GmbH vorgenommen.

Der Content wird in Form von Werbespots einmal wöchentlich von der POS Media geliefert, der dann von Interdiscount eingepflegt wird. Punktuelle Veränderungen wie Spezialaktionen oder Sonderrabatte können aufgrund der einfachen Bedienung des Systems von Interdiscount selbst vorgenommen werden. Überhaupt kann die Marketingabteilung aufgrund der Funktionalität der Player jetzt viele Aufgaben selbst übernehmen. Außer dem Content-Management können beispielsweise auch Auswertungen für Abrechnungsmodelle für

zusätzliche Einspielungen von Werbekunden entwickelt werden.

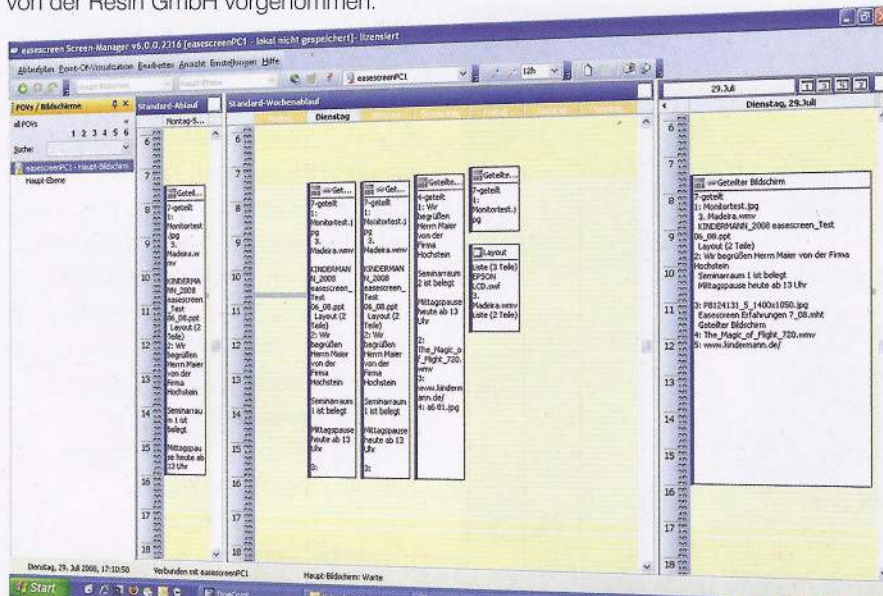
„Mit dem Digital Signage System von easescreen kann Interdiscount jetzt die Inhalte selbst einstellen und sogar zusätzlichen Content generieren, um kurzfristig auf Markterfordernisse reagieren zu können“, sagt Hans Ueli Zürcher, Inhaber von The Cover Media. „Die Erstellung und Lieferung der Spots erfolgt nach wie vor über unsere Agentur TCM.“

Die Software ist frei skalierbar und lässt sich somit den jeweiligen Anforderungen anpassen. Sie besteht typischerweise aus zwei Programmteilen, dem Screenmanager und dem POV-Client. Bei Interdiscount kommt aufgrund der Anzahl der Displays und der dezentralen Verteilung noch der Management Server zum Einsatz, der unter anderem die Verwaltung, Contentverteilung und -Überwachung übernimmt. Beim Screenmanager handelt es sich um die Redaktionssoftware mit der die Anzeigergeräte verwaltet, die Inhalte zusammengestellt und die Ablaufpläne erstellt werden. Der POV-Client wird auf den easescreen Playern installiert und hat die Aufgabe, die Abspieldpläne vollautomatisch auszuführen. Es können Clientgruppen gebildet werden, so dass sich der Pflege- und Verwaltungsaufwand reduziert.

„Mit easescreen sind wir sehr zufrieden. Das System läuft stabil und ist äußerst flexibel. Anpassungen können innerhalb kürzester Zeit vorgenommen werden. Wir verzeichnen kaum Ausfälle und können uns auf einen einwandfreien Support verlassen. Die zentrale Aufschaltung des Inhalts hat den Vorteil, dass in allen rund 200 Interdiscount Filialen das Gleiche gezeigt wird und die Inhalte immer aktuell sind“, ergänzt Franco Locatelli.

Fazit

Mit easescreen ist es gelungen, ein flächendeckendes Digital Signage System zu installieren, das einfach zu bedienen und flexibel ist, um individuell ausgestaltete Informationen den Kunden näher zu bringen. Dabei zeichnet sich das System obendrein durch ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis aus.



Screenshot einer Konfiguration