



Digitale Touchscreen-Stelen als Außenwerbeträger und Stadtinformationssystem

Die Palette an zu vermittelnden Informationen von Städten und Gemeinden an unterschiedliche Zielgruppen wie Einwohner und Touristen ist sehr reichhaltig. Angefangen beim Kultur-, Veranstaltungs- und Eventprogramm über Fahrpläne des öffentlichen Nahverkehrs bis hin zu Adressen und Öffnungszeiten von Restaurants gilt es, den Informationsbedarf effizient und einfach zu stillen.



KLAUS TROX,

Gründer und Vorstand der Friendlyway AG. Spezialist für Self Service und digitale Out of Home-Anwendungen. Referent und Seminarleiter von internationalen Digital-Signage-Veranstaltungen. Initiator und Leiter des Emerging Kiosk & Digital Signage Labs.

Aufgrund des in den vergangenen Jahren stark veränderten Informationsverhaltens reichen Printmedien, statische Plakate und sogar das Internet für eine moderne Stadtkommunikation nicht mehr aus. Somit setzen bereits einige zentraleuropäische Städte auf eine digitale Informationsvermittlung per Touchscreen-System. Dieses neuartige Medium ist neben dessen eigentlichem Zweck ein wichtiger Enabler für unterschiedliche und neuartige Formen der digitalen Außenwerbung.

Die Vorteile zur Nutzung einer für den Außenbereich geeigneten Stele mit Display und Touchscreen zur Stadtkommunikation sind vielfältig. Die oben genannten Informationen werden genau dort bereitgestellt, wo sie relevant sind. Da ein mobiles Device zwar damit kombinierbar, aber in keiner Weise notwendig ist, werden keine Nutzer und Altersgruppen der riesigen Zielgruppe ausgeschlossen. Selbstverständlich kann der komplette Content auf Wunsch in allen Sprachen der Welt dargestellt werden.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Aktualität der Daten im System. Informationen sind in Sekundenschnelle für alle im Feld befindlichen Systeme korrigier- und anpassbar. Neben all diesen Punkten bleibt noch zu erwähnen, dass digitale Stadtinfor-

mationssysteme der beschriebenen Art sehr imageträchtig und einem modernen Stadtbild absolut zuträglich sind.

Die digitale Stele – Werbekanal und Stadtmöbel

Der Bogen zur Außenwerbung ist leicht geschlagen. Zunächst sind viele der durch den Nutzer des Außen terminals aktiv abgefragten Informationen kommerzieller Natur. Bei den über den Touchscreen gestarteten Anfragen handelt es sich oft um die Daten von Einkaufsmöglichkeiten, Veranstaltungen und Restaurants. Im Zuge der Abfrage des Nutzers können kontext- und lokationsbasierte Werbebotschaften übermittelt werden. Es entsteht die Möglichkeit zur Beeinflussung des Kaufverhaltens der Touristen und Bürger durch die Anzeige steuerbarer Hinweise oder der Verteilung von digitalen Coupons. Auf interaktiven Karten kann der nächste Weg zu Sehenswürdigkeiten, aber natürlich auch zum nächsten Fastfood-Restaurant oder dem nahe gelegenen Café dargestellt werden. Diese Art der kontextbasierten Werbung, teilweise mit reinem Empfehlungscharakter, hat einen sehr hohen Wirkungsgrad und wird durch die Nutzer dankend angenommen.

Fotos: Unternehmen

Ein derartiger Ansatz ist speziell für lokale Werbetreibende und Werbevermarkter interessant. Bei der Darstellungsform des Contents handelt es sich prinzipiell um klassische Web-Technologie, dahingehend sind vorhandene Werbeinhalte leicht auf den digitalen Terminalsystemen wieder verwendbar.

Städte und Gemeinden wiederum haben über diese lokationsbasierte Werbung die Möglichkeit zur teilweisen oder kompletten Refinanzierung der Betriebs- und Anschaffungskosten des Gesamtsystems. In diesem Zusammenhang spielen Agenturen, Werbevermarkter und das Stadtmarketing eine wichtige Rolle.

Die Errichtung von digitalen Stelen im öffentlichen Bereich erfordert in der Regel die Beteiligung der Städte und Gemeinden. In vielen Fällen genügen jedoch die benötigten personellen und finanziellen Mittel der Stadt- oder Gemeindeverwaltung zur Errichtung eines nachhaltigen Stadtinformationssystems nicht. In einem solchen Fall ist es für große Werbevermarkter interessant, die Hardware, Software und die Services im Zuge einer Stadtmöblierung bereitzustellen. Insbesondere große Städte vergeben Außenwerberechte durch Abschluss von langfristigen Verträgen. Es ist bereits seit vielen Jahren üblich, dass die Gegenleistung für Werbefläche und deren Bewirtschaftung nicht nur finanzieller Natur ist. Bushaltestellen, Parkbänke oder auch öffentliche WC-Anlagen werden durch große Außenwerbefirmen errichtet und instand gehalten. Der Einbezug der Installation und des Betriebs eines umfangreichen Stadtinformationssystems auf Basis eines digitalen Außenterminals ist höchst attraktiv für moderne und weltoffene Städte.

Wichtigste Zutat – ein elegantes und im Einsatz erprobtes Outdoor-Terminal

Die benötigte passende Hardware in Form einer in einem Gehäuse verbauten Display-Touchscreen-PC-Kombination muss zunächst einige Anforderungen erfüllen, um dem dargestellten Konzept eines Stadtinformationssystems im Außenbereich genüge zu tun. In diesem



PLUSPUNKT DESIGN
Die Stadtinformationssysteme überzeugen durch modernes Design.

Kontext ist insbesondere ein hoher Grad der Vandalismussicherheit und allgemein die Widerstandsfähigkeit gegenüber aller erdenklichen Wetterlagen zu nennen. Hierfür ist ein spezieller „through-glas“-Touchscreen erforderlich, der durch ein wasserdichtes ESG-Glas punktgenau bedienbar bleibt. Weiterhin ist gemeinhin bekannt, dass auf einem normalen Display, beispielsweise auf dem eines Notebooks, unter Sonneneinstrahlung kaum etwas erkennbar ist. Insbesondere bei einem System, welches Werbung transportieren soll, ist dies ein wichtiger Faktor. Somit müssen Terminals im Außenbereich mit besonders leuchtstarken „high-brightness“ oder auch transflektiven Displays ausgestattet sein, um gegen die starke Umgebungshelligkeit des Sonnenlichts anzukommen.

Zusätzlich zur eigentlichen Informationsvermittlung sollte das Terminal mit einer Notruffunktion ausgerüstet werden können. Per Knopfdruck wird ein Notruf abgesetzt, der lokal exakt bestimmbar ist. Dies vereint klassische Notrufsäulen wie sie beispielsweise an Bahnhöfen üblich sind mit einem Stadtinformationssystem.

Gängige Schnittstellen des Außenterminals zu mobilen Endgeräten sind in den Zeiten von Smartphones

unabdingbar geworden. Per Bluetooth oder W-LAN können derartige Geräte durch die digitale Stele angesprochen werden.

Friendlyway ist der Pionier im Bereich der für diesen Anwendungsfall erforderlichen Outdoor-Terminals. Das System Friendlyway arctic 32 ist bereits in vielen Metropolen und Städten in Deutschland, Spanien, der Türkei und Griechenland seit mehreren Jahren erfolgreich im Einsatz. In der Regel finden die Arctic-Systeme ihre Verwendung im Bereich der Stadt- und Gemeindeinformation. In eher kleineren Installationen sind diese jedoch auch als Wegfindungssysteme auf Konzern- oder Universitätsgeländen zu finden.

Im Zuge der kontinuierlich steigenden Nachfrage nach derartigen vandalismussicheren und wetterfesten Terminalsystemen bringt Friendlyway aktuell den Nachfolger auf den Markt: den Friendlyway grande 46.

Bei diesem Terminal handelt es sich um das absolute State of the Art-Gerät für den Außenbereich. Das höchst elegante Design kann in puncto Farbe und Branding optimal an die aufstellende Stadt angepasst werden. Wahlweise wird das System mit einem oder mit zwei (Touch-)Displays Rücken an Rücken angeboten. Die oben bereits dargestellten Voraussetzungen und dafür erforderlichen Komponenten sind alle optimal im Terminal integriert. Auf Wunsch können Optionen wie eine spezielle Outdoor-Kamera, Drucker, Soundsystem und W-LAN/Bluetooth in der Stele verbaut werden. Dank der 6mm VSG-Sicherheitsglasfront und dem Gehäuse aus Edelstahl ist es vor Übergriffen gut geschützt. Die integrierte Erschütterungssensorik würde eventuelle Beschädigungsversuche sofort an die passende Stelle melden.

Entscheidender Aspekt – die richtige Stadtinformations- und Wegeleit-Software

Für Bürger und Touristen interessante Informationen sind zuhauf in städtischen und kommerziellen Datenbanken vorhanden. All diese Beschreibungen von Restaurants, Hotels, Events, Sehenswürdigkeiten müssen mit der entsprechenden Wegbeschreibung interaktiv durch den Nutzer des Systems bequem abrufbar sein. Ein Umgebungsplan wird zur Anzeige des schnellsten

Wegs zum gewählten Ziel benötigt. Weiterhin muss natürlich die Werbung kontextbasiert und vollautomatisch einspielbar sein.

An dieser Stelle kommt die notwendige Stadtinformations- bzw. Wegfindungs-Software zum Tragen, welche den Betrieb eines digitalen Stadtinformationssystems schlichtweg erst ermöglicht. Die Standard-





software aus dem Hause Friendlyway beispielsweise setzt die verschiedenen Points of Interest aus bereits vorhandenen Datenbanken in Verbindung mit GeoInformationen. Über ein integriertes Content-Management-System können statische, also nicht automatisch eingeleseene Daten, stets erweitert und topaktuell gepflegt werden. Für besonders wichtige Mitteilungen besteht die Möglichkeit zur Nutzung eines Texttickers. Auch die Werbung wird durch das Programm auf unterschiedlichste Weise platziert. Die Administration geschieht über eine spezielle Oberfläche, mit deren Hilfe Werbekampagnen weit im Voraus geplant und konfiguriert werden können. Die Software ermöglicht weiterhin eine verteilte Redaktion, somit können unterschiedliche Mitarbeiter, Unternehmen und Werbetreibende dank eines intelligenten Rechtemanagements parallel arbeiten.

Eine höchst moderne und angenehm per Touchscreen steuerbare Benutzerschnittstelle sorgt für unkomplizierte Bedienung und hoher Akzeptanz. Selbstverständlich kann das komplette Design im Look and Feel der jeweiligen Gemeinde oder Stadt angepasst werden.

Wie bereits erwähnt, stellen auch mobile Endgeräte einen wichtigen Faktor zur Kommunikation mit Touristen und Bürgern dar. Jede Stadtinformations-Software muss die integrierten Kommunikationsschnittstellen wie Bluetooth oder W-LAN ansprechen können, um Inhalte wie Adressen oder Karten direkt aufs Mobiltelefon senden zu können. Für Werbetreibende ist eine derartige Funktion Voraussetzung für Couponing oder zur Verteilung von digitalem Werbe-Content.

Die Verbreitung wächst – dank Refinanzierung durch Werbung und kluger Konzepte

Stetig planen neue Städte und Gemeinden die Etablierung eines Outdoor-Terminal-basierenden Stadtinformationssystems. Die bereits angesprochene Refinanzierung durch Werbevermarktung und Stadtwerbeverträge spielt hierbei eine wichtige Rolle. Das System ist zum einen für lokale Werbevermarkter und sogar direkt für das werbetreibende Restaurant aufgrund des lokalen Bezugs interessant. Im Fall von sehr großen Städten werden, wie beschrieben, diese Terminal-Infrastrukturen oft durch international tätige Werbefirmen betrieben und mit Werbung befüllt. Speziell für die Touristen der kommenden Jahre werden Terminals mit mehrsprachigen Informationen passend zum konkreten Standort ein wichtiger Bestandteil der allseits beliebten Städtereisen sein.

Erprobte Lösungskonzepte bestehend aus Hardware, Software und weiteren Service-Dienstleistungen sind absolute Voraussetzung für ein funktionstüchtiges und erfolgreiches Stadtinformationssystem. Friendlyway gilt als langjähriger Innovationsführer im Markt der digitalen Terminalsysteme, ist weltweit am Markt präsent und verfügt über die komplette Lösungskompetenz. Somit ist die Friendlyway AG der optimale Ansprechpartner für Projekte der digitalen Außenwerbung oder der digitalen Stadtinformation jeder Art und Größe.

von Klaus Trox