

möbel mahler



DAS GEHT NUR DIGITAL: Tagesaktuelle Kundenbotschaft bei Möbel-Mahler in Neu-Ulm

Außenwerbung im Wandel

deset Screen Solutions Wenn die großen Wirtschaftsunternehmen im Tech-Bereich wie Apple, Amazon, Netflix oder Google sich neuen Geschäftsfeldern widmen, dann ist es amtlich: Es ist Bewegung im Geschäft. Beim Thema Außenwerbung war lange Zeit nicht wirklich Neues zu vernehmen. Die Großen in Deutschland, die Walls, Decauxs und Ströers der Branche haben das Geschäft lange Zeit unter sich aufgeteilt. Ohne viel Bewegung. Jetzt hat allerdings, laut eines Artikels in der *Wirtschaftswoche* vor einigen Wochen, angeblich Google den Einstieg in den Außenwerbemarkt geplant.

Zu aller Überraschung neben den englischsprachigen Märkten der USA und Großbritanniens auch hier bei uns in Deutschland. Ein Bericht von

Peter Steinkirchner, der im August erschien, macht es deutlich: Google wird nicht anfangen im großen Stil Werbeplakate zu bedrucken. Mit Softwarelösungen wie der Un-

ternehmenssoftware Chrome Enterprise will der Datengigant es Agenturen und Medienunternehmen ermöglichen, digitale Webflächen intelligent und dynamisch zu bespielen.



DESET LED TECHNOLOGIE IM DAUEREINSATZ: die größte digitale Außenwerbeanlage in München am Stachus wird seit mehr als 5 Jahren erfolgreich und wartungsarm betrieben.

Die Auswertung von Googles Nutzerdaten bietet dabei einen klaren Wettbewerbsvorteil. In Städten und Ballungszentren gibt es deutschlandweit etwa 110 000 Bildschirme als potenzielle Werbeflächen, die überwiegend in Bahnhöfen, Flughäfen und Schaufenstern platziert sind. Meist handelt es sich hier um kleine bis mittelgroße LCD-Monitore.

Digitale Riesendisplays, wie man sie beispielsweise vom Times Square aus New York kennt, gibt es in Deutschland verhältnismäßig wenige. Nicht zuletzt, weil die Branchenführer ihr analoges Brot- und Buttergeschäft nicht unnötig durch Digitalisierung gefährden wollten.

Digitale Außenwerbung in Deutschland: David macht es Goliath vor

Ein Unternehmen aus Baden-Württemberg setzt hingegen

seit mittlerweile 15 Jahren auf den digitalen Trend und verkauft digitale Werbewände an deutsche Unternehmer. Die Kunden der deset LED GmbH sind überwiegend kleine bis mittelständische Firmen, die



INNOVATION MADE IN GERMANY: Ein mobiler LED-Video trailer bei einer Veranstaltung auf Rügen.

mithilfe digitaler Außenwerbung regionale Werbekunden bedienen oder mit Eigenwerbung gezielt ihre Umsätze steigern. Mit einem digitalen Billboard an einem gut frequentierten Standort können sich die Investitionskosten innerhalb von 2 bis 3 Jahren amortisieren, manchmal sogar schneller, so Geschäftsführer Birol Yilmaz. Der Schwabe kalkuliert genau und seine Kunden wissen es zu schätzen. Kürzlich habe ein Kunde sogar schon vor der Montage durch langfristige Werbeaufträge seine Kosten decken können. Solche Fälle sind natürlich die Ausnahme, aber das Geschäft der digitalen Außenwerbung wird immer lukrativer. Man erreicht einfach relativ leicht die Aufmerksamkeit einer großen Anzahl potenzieller Kunden und das Medium hat im Vergleich zur Online-Konkurrenz eine sehr hohe Kreditabilität.

Fotos: Unternehmen

„Der Outdoor-Bereich ist Benchmark für die Produktqualität“

Die lange Erfahrung des Mittelständlers spiegelt sich deutlich in der Qualität und der Zuverlässigkeit der Produkte wider. Qualitätsmanagement hat für den Geschäftsführer höchste Priorität, man wisse genau, welches Bauteil was kann, wo man Einsparungen machen kann und wo

nicht. Denn die Qualität eines Displays zeigt sich oft erst nach 1 bis 2 Jahren Betrieb im Dauereinsatz. Gerade der Outdoor-Bereich verzeiht auf Dauer keine Fehler: stark schwankende Temperaturen, direkte Sonneneinstrahlung, ständige Umwelteinflüsse wie Wind, Ruß, Nässe, Eis und Ungeziefer trennen die Spreu vom Weizen. Am Anfang sehen auch Billigprodukte einigermaßen gut aus, so Yilmaz. Erst mit

der Zeit machen sich bei minderwertigen Produkten durch ungleichmäßige Helligkeitsabnahme der LEDs, hohe Pixelfehlerdichte und Ausfälle von Einzelbauteilen gravierende Unterschiede bemerkbar. Das Unternehmen überlebte lange Zeit durch zufriedene, wiederkehrende Kunden, die sich über die Jahre ihr eigenes kleines digitales Werbenetzwerk aufgebaut haben. Der digitale Aufschwung

Unternehmensprofil deset Screen Solutions

Das Unternehmen hat sich in den frühen 2000er-Jahren einen Namen mit der Videokompressionssoftware Pocket-Video-Maker gemacht und mit daraus erzielten Gewinnen angefangen, in Stuttgart eigene LED-Videodisplays zu entwickeln. Komplett neukonzipierte Netzteile sowie ein ausgeklügeltes Ansteuerungssystem haben der deset LED GmbH auf der CEBIT eine Nominierung für den Innovationspreis Green IT eingebracht. Inzwischen hat der schwäbische Anbieter in Deutschland mit die meisten Displayanlagen im Outdoor-Bereich installiert und sein Produktportfolio auf mobile LED-Trailer, Display-Stelen und das nachhaltige Außenwerbekonzept LED Wintower erweitert. Mit 14 Mitarbeitern und 15 Jahren Branchenerfahrung gehört der Display-Lieferant zu den etabliertesten Anbietern. Hohe LED- und Bauteilqualität, robuste Gehäuse und langjährige Ersatzteilverfügbarkeit sowie dauerhafter Support sorgen für langfristige Zuverlässigkeit der Anlagen bei kalkulierbaren Kosten. Darüber hinaus bieten alle deset-Produkte TÜV-Zertifizierung, EMV-Konformität und marktführende Energieeffizienz. Über die Jahre hat sich der Fullservice-Anbieter maßgebliche Kompetenzen auch rund um die Videodisplay-Installation angeeignet. Hausinterne 3D-Planung, Statik- und Stahlbau-

spezialisten sowie eine Finanzierungspartnerschaft mit dem VR Bankenverein bieten deset-Kunden sorgenfreie Komplettlösungen aus einer Hand. Auch bei der Standort-

akquise und beim Durchlaufen des Genehmigungsprozesses sowie bei der Werbeflächenvermarktung steht die Firma ihren Kunden partnerschaftlich beratend zur Seite.

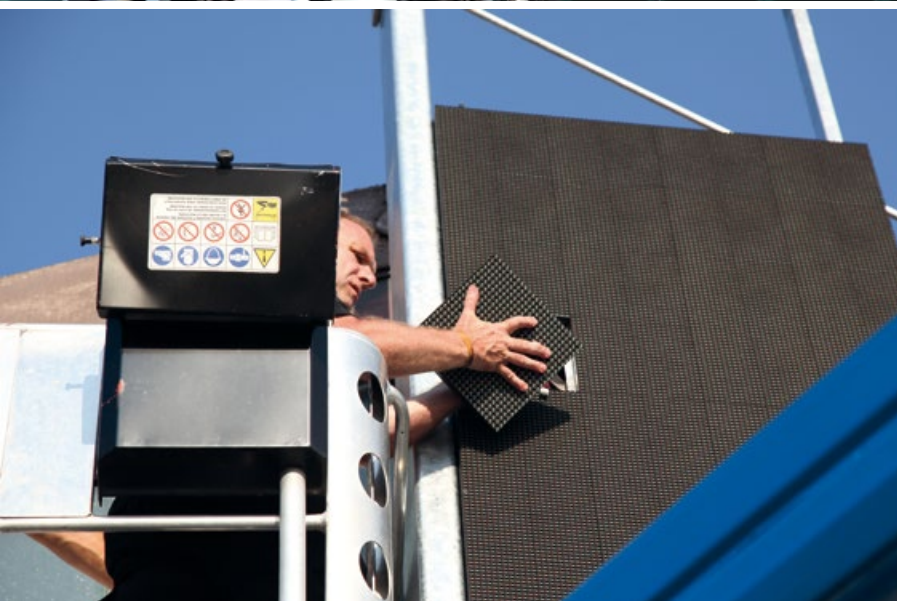


„Mit einem digitalen Billboard an einem gut frequentierten Standort können sich die Investitionskosten innerhalb von 2 bis 3 Jahren amortisieren, manchmal sogar schneller.“

BIROL YILMAZ,
Geschäftsführer deset Screen Solutions neben einem Modell des Wintowers im Showroom in Ludwigsburg.



Bei der Display Montage ist Präzision gefragt.



consult zusammengetan, um gemeinsam ein nachhaltiges Außenwerbekonzept zu verwirklichen, das Unternehmen und Kunden gleichermaßen handfeste Mehrwerte bietet. Der Wintower ist ein Werbeturm, der mittels Solarvollverkleidung und Windturbine den Strom für das integrierte LED-Display CO₂-neutral selbst produziert und dank integrierter E-Tankstelle als Pionier dem Zeitgeist

Man muss technologisch am Ball bleiben, sich mit neuen Ideen von Mitbewerbern abheben und sich gleichzeitig nicht dem Preisdumping von Billiganbietern unterwerfen.

im Außenwerbemarkt war allerdings erst in den letzten anderthalb Jahren so richtig zu spüren. Die jahrelange Erfahrung zahlt sich jetzt allerdings doppelt aus und selbst Großkonzerne holen sich gerne Rat für LED-Display-Lösungen aus Ludwigsburg.

Nachhaltig werben

Die Display-Schmiede, die das Geschäftshaus mit dem Volkswagen Originalteile Logistikzentrum und der Akademie für darstellende Kunst in Ludwigsburg teilt, hat vor Kurzem ihre Lagerfläche verdoppelt. Aber gefüllte Auftragsbücher und steigende Mitarbeiterzahlen

dürfen keinesfalls zum Höhenflug verleiten, so Daniel Frederick, Gründer und Hauptgesellschafter des Unternehmens.

Man muss technologisch am Ball bleiben, sich mit neuen Ideen von Mitbewerbern abheben und sich gleichzeitig nicht dem Preisdumping von Billiganbietern unterwerfen. Die Bewegung im Markt bringt auch viele Möchtegern-Spezialisten an den Start, die hoffen, sich mit billigen Produkten schnell ein paar Euro hinzuverdienen zu können. Aber Innovation und Kompetenz ist nun mal nicht umsonst. Erst vor Kurzem haben die Stuttgarter sich mit dem Solaranlagen-Spezialisten Solar-

der E-Mobilität voranschreitet. Die Kombination stromsparender LED-Technik und lokale Stromproduktion durch Wind- und Solarenergie ist ein einzigartiges Konzept, das für Aufmerksamkeit sorgt und jetzt auch „die Großen“ interessiert. Die nächste Installation für ein deutsches Mineralölunternehmen steht bereits im Kalender und unterstreicht den aktuellen Zeitgeist des Umdenkens. ■



HANS RÜBY,
Dipl.-Kfm.,
RÜBYMEDIA.