



Bild: InpuTech

Trendsetter mit eigenen Gesetzen

Von wegen klein: Geht es um DS, ist die Schweiz groß. Ihr Markt steht in der DACH-Region an zweiter Stelle. Und die Nachfrage ist rege.

Seit jeher ist die Schweiz sehr technologieaffin. Das betrifft auch den Digital Signage-Markt. Mit insgesamt 15 Prozent Anteil am DACH-Volumen ist das kleine Land relativ gesehen sehr groß. Und die Entwicklung hält an. Denn mit 20 Prozent Wachstum gilt die Schweiz als der dynamischste der drei Teilmärkte.

Hatte das Jahr 2013 zahlreiche kleine und mittelgroße Projekte sowie Piloten gesehen – kleinere Retail-Ketten und mittelständische Filialisten waren die Auftraggeber – kam es 2014 vermehrt zu Rollouts mittlerer und größerer Projekte. Deren Planungen waren zumeist im Vorjahr bereits angelaufen.

Nationale Player dominieren

Profitiert haben in diesen Fällen in erster Linie die

originär Schweizer Anbieter. Beispielsweise wurde im ersten Halbjahr 2014 das mit 900 Standorten größte Retail-Netz der Schweiz aufgebaut, das sich in den „k kiosken“ von Valora befindet. Damit hat die PoS-Werbung für Tabakwaren eine neue, zeitgemäße Plattform. Als Generalunternehmer konnte Screenfoodnet profitieren.

Übersichtlich ist der Softwaremarkt in der Schweiz: Wenige Anbieter teilen ihn sich auf. Als nationaler Champion ist Screenfoodnet der Top-Anbieter. Mit Navori gibt es ein zweites wichtiges Unternehmen, das in der Schweiz sitzt und international Bedeutung hat – hier vor allem in Asien und MENA.

Auch bei den Distributoren setzen die Schweizer auf Unternehmen aus dem eigenen Land. MobilePro und Littlebit sind die beiden Schwergewichte in diesem Bereich. Mit MobilePro hat allerdings auch

Österreichs wichtigster Distributor Omega/Panatronic einen Fuß in der Tür, weil MobilePro zur Omega-Gruppe gehört.

Die Integratorenlandschaft ist wiederum fest in eidgenössischer Hand: JLS Digital, Invertag und Habegger sind die Top 3. Während JLS als klassischer Full Service-Integrator vor allem in den vertikalen Märkten Retail und Banking unterwegs ist, ist Invertag im Transportbereich aktiv, besonders bei der SSB in den Zügen sowie an den Bahnhöfen. Habegger ist traditionell im Eventgeschäft gut vertreten. Viele stationäre Projekte einschließlich Leuchtturmprojekten wie der Ausstattung des Hallenstadions in Zürich gehören dazu.

Vertikale Märkte: unterschiedliche Impulse

Das Geschäft hat sich allgemein gut entwickelt. Beispiel Retail: Im Handel, der schon über eine Vielzahl von klassischen DS-Installationen verfügt, wurden 2014 und 2015 erste Pilotierungen mit Beacons vor-

genommen. Ein Zeichen dafür, dass Multichannel die Digitalisierung vorantreibt. Damit ist der Detailhandel, der mit 7 Prozent einer der wichtigsten Arbeitgeber in der Schweiz ist, offen für weitere Multichannel-Innovationen. Der Einzelhandel profitiert hier von der allgemein hohen Technologieaffinität der Schweizer Bevölkerung.

Crosschannel-Angebote im Bereich Food etwa gehen weg wie geschnitten Brot: Bereits 2013 bestellten die Schweizer Lebensmittel im Wert von 740 Millionen Franken direkt im Internet – laut GfK-Erhebungen deutlich mehr als in anderen Ländern. Schweizer Lebensmittelhändler verknüpfen deshalb früher als die LEH-Kollegen in Deutschland die Online- und Offlinewelt. Bei den Onlinetöchtern der Handelsketten Coop und Migros können Kunden seit einiger Zeit entscheiden, ob ihre Onlinebestellung direkt nach Hause oder an spezielle Abholstationen an Bahnhöfen oder in der Nähe von Autobahnen geliefert wird. Wichtig ist allerdings – nicht



InpuTech wurde 1993 gegründet und ist ein führendes Schweizer KMU mit den Kernkompetenzen in den Technologien Touchscreen Systeme, Digital Signage Anzeigen, Interaktive Terminals und Bedieneinheiten für die Gebäudeautomation.

Unsere Expertise ist in drei Geschäftsfelder eingeteilt:

- **Digitale Outdoor Kommunikation**
- **Digitale Schaufenster Kommunikation**
- **Digitale Indoor Kommunikation**

in diesen Bereichen sind wir Hersteller wie auch Generalimporteur von Hardware, Komponenten, Zubehör inkl. Service. Mit eigenem Lager und Logistik in der Schweiz sowie Deutschland, Engineering, Produktion, modernem Wartungs- und Reparatursystem, bedienen wir spezialisierte Handels- und OEM-Partner, Projektkunden, IT- und AV-Integratoren sowie Store- und Brandmanager, Architekten, Planer, Facility-Manager und spezialisierte Generalunternehmen.

 **INPU TECH**

InpuTech AG
Bahnhofstrasse 47
CH-8196 Wil ZH

Telefon +41 44 879 20 20
Fax +41 44 879 20 22

info@inpuTech.ch
www.inpuTech.ch

InpuTech SIGNAGE GmbH
Reiterweg 3
D-79771 Klettgau, Bühl

Telefon +49 7742 93631-20

info@inpuTech.de
www.inpuTech.de



DIGITAL SIGNAGE-MARKT SCHWEIZ

nur im Lebensmittelhandel –, dass der Kunde die für ihn relevanten Informationen in jedem beliebigen Kanal komplett und ohne Abstriche erhält und hierdurch einen Anbieter als die beste Wahl für seinen Einkauf wahrnimmt.

Auch Digital Signage an Tankstellen – in Deutschland kein Boom-Geschäft – ist in der Schweiz nach wie vor gefragt. Hier existieren diverse Forecourt-Netze, die aktiv gepflegt, modernisiert und ausgebaut werden. Mit Coop Pronto pilotierte 2015 ein Tankstellennetz auch Screens in Schaufenstern. Ebenfalls gab die Digitalisierung im öffentlichen Nahverkehr der Branche Impulse. Weniger dynamisch verlief die Entwicklung im Retail Banking. Hier gibt es traditionell eine hohe DS-Penetration. Aktuell liegt der Fokus bei Banken auf Multichannel-Projekten, sodass sich hieraus mittelfristig wieder mehr Bewegung ergeben kann.

Ein weiterer Trend, den es in dieser Ausprägung aktuell nur in der Schweiz gibt: Digital Signage in Education-Anwendungen. Hardwarehersteller, und besonders Vertreter der Displayindustrie, berichten übereinstimmend von mehr Projekten in diesem Bereich. Außerdem wird DooH weiter ausgebaut.

Schweizer in Deutschland, Deutsche in der Schweiz

In Deutschland sind Schweizer Branchenunternehmen tendenziell selten unterwegs. Wenn, dann oft mit eigenen Töchtern, die auf Euro-Basis arbeiten können. Doch trotz Franken-Stärke gibt es einen Austausch: Navori etwa hat 2014 seine Bemühun-

gen verstärkt und wird von einigen deutschen Händlern beziehungsweise Integratoren genutzt. Auch Spinetix hat sich in Deutschland als Lösungsanbieter etabliert. Hier ist es die Kombination aus Player und Software, die erfolgreich auch außerhalb der Schweiz vertrieben wird.

Und umgekehrt? Seit Ende 2013 hat die Schweizer Marke Victorinox ihren weltweiten Flagship- und Brandstores mit Digital Signage und LED Signage eine Neuausstattung spendiert. Hier konnte beispielweise netvico aus Deutschland punkten – bei Umsetzungen in der Schweiz, Deutschland sowie China. Besonders wichtig sind die grenz- (und währungsraum-) überschreitenden Geschäfte im Bereich Hardware. Das dürfte künftig so bleiben. Denn der Wechselkurs des Schweizer Franken zum Euro macht Cross Border Selling interessant. Es rentiert sich immer mehr, Hardware wie hochwertige Ultra HD-Screens oder größere Mengen von Large Format Displays im Euroraum einzukaufen, trotz aufwendiger Zollformalitäten. Statistisch sind diese Cross Border Deals schwer zu erfassen. Dennoch berichtet der Markt häufiger von ihnen.

Unter den drei DACH-Ländern gilt die Schweiz nach wie vor als das Land, in dem durch alle Branchen sehr viele Unternehmen von Digital Signage überzeugt sind. Bei neuen Technologietrends können die Eidgenossen zudem aufgrund schneller kompletter landesweiter Rollouts den Vorsprung wahren. Um allgemein als Motor für DACH zu gelten, ist der Markt zu klein und zu speziell. Aber Trendsetter ist die Schweiz ohne Zweifel auch weiterhin.

**TOP 10 DIGITAL SIGNAGE-INTEGRATOREN SCHWEIZ 2014
(NACH UMSÄTZEN)**

RANG	KATEGORIE*	UNTERNEHMEN	UMSATZ
1	FSI	JLS DIGITAL	10 - 15 Mio. EUR
2	TSI	Invertag	10 - 15 Mio. EUR**
3	TSI	Westiform	5 - 10 Mio. EUR
4	FSI	Habegger	5 - 10 Mio. EUR
5	TSI	Kilchenmann	2 - 5 Mio. EUR
6	FSI	ESAG	2 - 5 Mio. EUR
7	TSI	Bison IT Services	1 - 2 Mio. EUR
8	FSI	screenIMAGE Systems	1 - 2 Mio. EUR
9	TSI	SwissScreen	1 - 2 Mio. EUR
10	TSI	AVS Systeme	1 - 2 Mio. EUR

* TSI: Technical Service Integrator; FSI: Full Solution Integrator

** Gesamtumsatz enthält auch Hardwareumsätze

Anmerkung: Alle Angaben beruhen auf Meldungen der Unternehmen oder auf Schätzungen durch einen Fachbeirat.

Quelle: invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2015/16“