

NEWS

Fremtiden tilhører de skærme, du ikke kan se

Smart glass – den usynlige revolution begynder, når hardwaren forsvinder

24. april 2026, Tobias Engl



Det er lørdag morgen, halv ti. En kunde slentrer forbi en modebutik, stopper op et øjeblik og kigger. I udstillingsvinduet glider blødt animerede billeder frem: den nye sommerkjole i tre farver, kombineret med matchende tilbehør, og nedenunder en særrabat, der kun gælder i dag. Selve ruden ser uberørt ud, klar og indbydende. Og alligevel arbejder den. Det, der lyder som en scene fra en fremtidsfilm, er virkelighed i dag. Transparente OLED-skærme forvandler glasflader til levende kommunikationsflader uden at fylde i rummet, uden at spærre for udsynet og uden at forstyrre stemningen.

Digital signage har i de seneste år nået en bemærkelsesværdig modenhed. Det globale marked blev i 2024 anslået til omkring 29 milliarder US-dollar og ventes at vokse til over 57 milliarder frem mod 2035. I Europa ligger den årlige vækst på over 17 procent. Men den egentlige revolution er ikke væksten. Det er kvaliteten. Moderne skærme er skarpere, lysere og mere energieffektive end nogensinde. Og med de transparente teknologier bliver selve skærmen usynlig: Budskabet træder frem, mediet træder tilbage.

Et udstillingsvindue, der på samme tid er gennemsigtigt og kan vise indhold. Det er ikke magi. Det er teknologiens nuværende state.

Transparente OLED-skærme, som LG og Samsung siden 2024 har tilbudt i kommercielle størrelser op til 77 tommer, når en gennemsigtighed på 40 til 55 procent med knivskarp 4K-opløsning. De kan integreres i butiksruder, bruges som døre i kølemontrer eller som rumdelere i kontorer og hoteller. Derudover åbner transparente LED-mesh-skærme, der lukker op til 90 procent af lyset igennem, helt nye muligheder for facader og storformater. Og siden efteråret 2025 findes der endnu en kategori: såkaldte Hololuminescent Displays, der forvandler almindeligt 2D-videomateriale til livagtige 3D-hologrammer uden specialsoftware og uden 3D-pipeline. Den, der ser sådanne skærme, stopper op. Og det er netop pointen.

Hvorfor det ikke er nok, at folk stopper op, og hvor softwaren gør forskellen

En imponerende skærm er en god begyndelse. Men det er først den rigtige software, der gør en dyr glasramme til en reel konkurrencefordel. Det er her, ScreenWay kommer ind. Platformen forbinder skærme af enhver art (hvad enten det er en klassisk LED-væg, et transparent OLED-panel eller en hologramkiosk) med de data og systemer, som virksomheden allerede bruger. Bookingstyring, informationssystem, kassesystem, kalenderfunktion:

ScreenWay synkroniserer med over 50 integrationer og sørger for, at det rigtige indhold vises på det rigtige sted på det rigtige tidspunkt, fuldautomatisk og uden manuelle indgreb.

Hvad betyder det konkret? En restaurantejer ændrer prisen på dagens ret én gang i kassesystemet, og menuskærmen viser den korrekt i løbet af sekunder. Et hotel byder ankomende gæster velkommen ved navn, fordi ScreenWay henter data fra PMS-systemet. En lægeklinik viser automatisk forklarende videoer i venteværelset, f.eks. om aktuelle vaccinationskampagner, så snart efteråret begynder. Og hvis brandalarmen går på et kontor, overtager ScreenWay med et enkelt klik alle skærme på én gang, uanset om der er én, hundrede eller tusind.

Platformen er bevidst udformet, så den ikke kræver it-viden. På under 30 minutter kører den første skærm. Over 300 branchespecifikke skabeloner giver straks professionelt udseende indhold, uden bureau og uden grafikprogram. Og vokser du, behøver du ikke skifte: ScreenWay håndterer lige så afslappet en enkelt skærm i en lægeklinik som et netværk med 1.000 skærme i 200 filialer.

Spørgsmålet er ikke længere, om digital signage kan betale sig. Spørgsmålet er, om du har råd til at vente.

Fra i dag til 2050: en udvikling, der for længst er begyndt

Det, der i dag begynder med transparente OLED-skærme og AI-understøttet personalisering, vil tage fart i de kommende år. Frem mod 2030 går transparente skærme fra at være et premiumprodukt til at være standard. Udstillingsvinduer, glasvægge og kølemontrer vil helt naturligt kunne vise indhold. Alene markedet for transparente skærme ventes at vokse til over 65 milliarder US-dollar frem mod 2035 med en årlig vækst på mere end 31 procent. Lidt senere, omkring 2036, bliver augmented reality-briller et masseprodukt: Fra da af har virksomheder to parallelle informationskanaler: den fysiske skærm for alle besøgende og et digitalt overlay for brugere med AR-briller. De platforme, der kan betjene begge kanaler fra én kilde, vil definere markedet. Og på længere sigt, omkring 2045 og derefter, opløses begrebet skærm helt: Enhver overflade, enhver væg, ethvert vindue kan blive informationsbærer. Softwaren, der styrer det, bliver operativsystemlaget i den fysiske verden.

ScreenWay er bygget til netop den vej. Platformen tænker ikke i enheder, men i kanaler. Ikke i skærme, men i budskaber. Den, der begynder med ScreenWay i dag, hvad enten det er med en enkelt transparent skærm i udstillingsvinduet eller med et netværk af forbundne filialer, positionerer sig til en udvikling, der først lige er ved at tage fart. Og den, der stadig venter, kigger snart over på konkurrenter, hvis udstillingsvinduer for længst er begyndt at tale.

