

NEWS

Skillingsvisesangeren på messestanden

Sådan gør digital signage på messer 36 kvadratmeter tæppe til et sted, hvor man har lyst til at blive

15. juni 2026, Tobias Engl



Sabine, 41, har i ti år arbejdet med B2B-marketing hos en mellemstor maskinproducent og har i den tid rettet og i sidste øjeblik udskiftet flere bordskilte, end hun bryder sig om – inklusive den morgen, hvor nogen kl. 9.42 opdagede, at A0-plakaten stadig bar det gamle versionsnummer. Denne gang er det anderledes. På stand B22 har der siden i går aftes hængt seks skærme, og alle seks fortæller i dag det, som Sabine klokken halv syv i morges sendte med dem fra hotelværelset via sin laptop.

Den største, en LED-væg i standens front, kører et roligt loop: tre kundeudtalelser, en kort produktanimation og en live-tæller med antallet af maskiner leveret verden over. Ingen bliver stående hele loopet igennem, det ville være for meget forlangt, men alle, der går forbi, tager en detalje med sig. Et tal. Et ansigt. Sætningen »Siden 2003 i 47 lande«. Det er mere, end de fleste plakater nogensinde har præsteret. Ved rådgivningsbordene viser mindre skærme forskelligt indhold alt efter tidspunktet: om morgenen foredragsprogrammet, ved middagstid kortet til den stående frokost, om eftermiddagen demotiderne. Præcis kl. 14 skifter visningen automatisk til »Om lidt: Sebastian fra serviceteamet om predictive maintenance – midt på standen, 12 minutter«. Sebastian skal ikke minde nogen om noget, han skal bare være klar.

Bagerst ved loungen, hvor der står en espresso og to polstrede lænestole, kører en tredje skærm bevidst afdæmpet et diskret branding-loop i orkidé-look, uden salgspres. Det er skærmen til de samtaler, der ti minutter senere ender i et møde – eller i et høfligt »Vi vender tilbage«. Begge dele er i orden; skærme, der forstår det, er sjældne. Ved 11-tiden træder en af de administrerende direktører ind på standen, ser sig omkring og siger den sætning, marketingansvarlige sjældent hører: »Det ser helstøbt ud«. Sabine siger ingenting, Sabine gør ingenting; hun har om morgenen blot aktiveret fanen »Messedag 1«, som hun for to uger siden forberedte sammen med dag 2, 3 og 4.

Seks skærme, styret centralt, en særskilt plan for hvert tidspunkt på dagen, en nød-slide klar, hvis standen svigter. Hun kunne om nødvendigt lægge en prisændring ind på en stand i Tokyo fra Frankfurt, men det behøver ingen at vide i dag. Sidst på eftermiddagen indtræffer så det øjeblik, der ikke optræder i nogen messerapport og alligevel er den egentlige gevinst. En indkøber fra Sverige bliver stående foran LED-væggen, læser den svenske udgave af kundeudtalelsen – afspillet automatisk, fordi softwaren genkender ham på hans lanyard – og siger en sætning til sin kollega, hvis tonefald afslører, at han er blevet opmærksom. Tre minutter senere sidder han med en espresso hos Sebastian. Det er det lead, som intet Excel-ark havde forudsagt.

Netop det er den upåfaldende kunst ved digital signage på messer. Det handler ikke om hallens største LED-væg eller den mest larmende stand, men om indhold på det rette tidspunkt og det rette sted: foredragsprogrammer om morgenen, demoer om eftermiddagen, sprog efter den besøgende, rolige billeder i loungen, larmende i standens front. Alt kan vedligeholdes centralt, alt kører pålideligt i fire dage. I baggrunden, lige så stille som en velplanlagt stand, et stykke software, der koordinerer det hele ... indhold planlagt dag for dag, skærme styret synkront verden over, sprog afspillet automatisk, nødsituationer overskrevet på sekunder, uden at nogen skal jage gennem hallen med en USB-nøgle.

ScreenWay bygger digital signage-løsninger, der hjælper udstillere med at præsentere sig klogere, end den første messedag egentlig tillader. Stande, roadshows, showrooms, hybride events – altid med den tanke, at ingen besøgende til sidst roser skærmen, men den stand, han stod ved. Sabine kører hjem torsdag aften og vil fortælle derhjemme, at denne messe var »overraskende afslappet«. Helt sandt er det ikke, messer er aldrig afslappede, men hun kommer tættere på sandheden, end hun tror. Ingen skulle genoptrykke plakater, ingen skulle blive på standen bare for at forklare foredragsprogrammet, og i 47 lande kørte live-tælleren videre uden hendes indblanding. Også det er, helt nøgternt, det smukkeste nøgletal, digital signage kan levere.

Læs mere om, hvordan ScreenWay hjælper udstillere, arrangører og standbyggere med at iscenesætte deres messedeltagelse, på screenway.com.