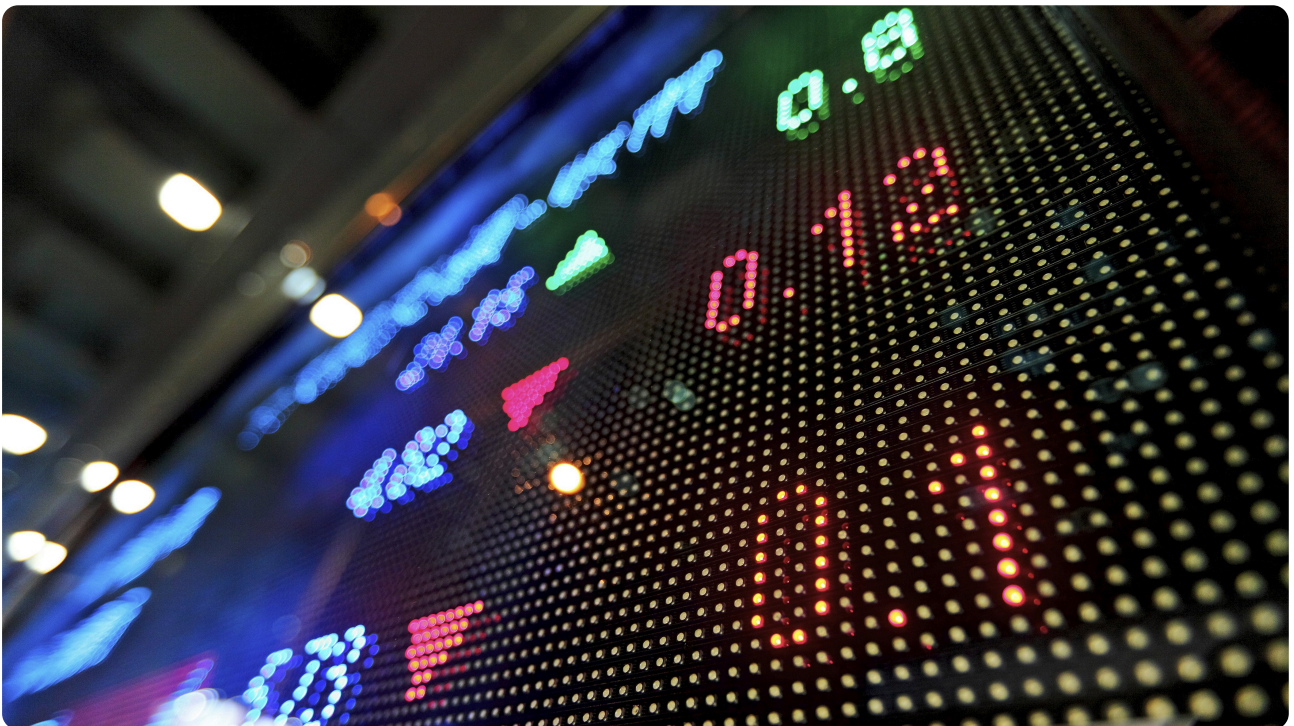


NEWS

Eine glanzvolle Bank baut auf wertvolles Vertrauen

Warum der modernste Berater Ihrer Bank ein Display ist

10. April 2026, Tobias Engl



In einer Ära, in der das Smartphone zur primären Bankfiliale geworden ist, stehen physische Finanzinstitute vor einer existenziellen Herausforderung. Statistiken zeigen, dass Kunden heute in über 80 % der Zeit keinen direkten Berater vor Ort antreffen, besonders in SB-Zonen oder während Stoßzeiten. Hier setzt moderne Digital Signage an: Sie ist weit mehr als nur ein Bildschirm an der Wand – sie ist das digitale Gesicht der Bank, das die Brücke zwischen anonymer Online-Welt und persönlicher Fachkompetenz schlägt. Durch den gezielten Einsatz von intelligenten Displays verwandelt ScreenWay die Filiale in einen interaktiven Erlebnisraum, der die Kundenbindung nachhaltig stärkt und die Effizienz vor Ort massiv steigert.

Der erste Kontaktpunkt beginnt oft bereits am Schaufenster. Hochleistungs-Displays mit extremer Leuchtkraft ziehen Passanten mit dynamischen Inhalten an, die weit über statische Plakate hinausgehen. Statt veralteter Papierposter präsentieren Banken hier Echtzeit-Informationen: Aktuelle Zinssätze, Währungskurse oder kurzfristige Immobilienangebote werden sekundengenau aktualisiert. Diese Agilität ist im Finanzsektor ein entscheidender

Wettbewerbsvorteil. Durch automatisierte Schnittstellen und professionelle Content-Management-Systeme entfällt der manuelle Aufwand für den Austausch von Werbemitteln komplett. Das spart nicht nur Druckkosten und schont die Umwelt, sondern garantiert auch, dass jede Filiale – egal ob regionaler Standort oder Hauptsitz – stets markenkonform und rechtlich aktuell kommuniziert.

Tritt der Kunde in die Filiale, übernimmt Digital Signage die Rolle eines smarten Gastgebers. Digitale Begrüßungsboards sorgen für eine professionelle Atmosphäre, während interaktive Wegeleitsysteme und digitale Türschilder für Orientierung sorgen. Besonders in Wartezonen entfaltet die Technologie ihr volles psychologisches Potenzial: Durch eine Mischung aus Infotainment, regionalen Nachrichten und wertvollem Finanzwissen wird die gefühlte Wartezeit drastisch verkürzt. Anstatt Frustration entstehen hier wertvolle Berührungspunkte für Cross-Selling und Upselling. Kurze, prägnante Erklärvideos zu komplexen Produkten wie Baufinanzierungen oder Altersvorsorge wecken Bedürfnisse und bereiten das anschließende Beratungsgespräch optimal vor.

Ein technischer Meilenstein ist dabei die Integration von künstlicher Intelligenz und Sensortechnik. Moderne Mediaplayer sind heute in der Lage, Inhalte basierend auf der Demografie des Betrachters in Echtzeit anzupassen – völlig anonym und datenschutzkonform. So erhält der junge Berufseinsteiger Informationen zum ersten Depot, während dem angehenden Hausbesitzer aktuelle Hypothekenmodelle präsentiert werden. Diese Personalisierung schafft Relevanz und zeigt, dass die Bank die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden versteht. Gleichzeitig bieten interaktive Kioske und Self-Service-Terminals die Möglichkeit, Informationen eigenständig zu vertiefen oder Termine direkt per Touch zu buchen, was das Personal entlastet und die digitale Souveränität der Kunden fördert.

Auch die interne Kommunikation profitiert massiv von dieser digitalen Transformation. In Mitarbeiterbereichen fungieren Bildschirme als „Digitales Schwarzes Brett“, das über interne News, Schulungen oder Sicherheitsrichtlinien informiert. Im Kern geht es jedoch um das höchste Gut der Branche: Vertrauen. Durch die konsistente, transparente und moderne Darstellung von Informationen signalisiert eine Bank Innovationskraft und Verlässlichkeit. Mit den Lösungen von ScreenWay setzen Finanzinstitute auf eine sichere, skalierbare Infrastruktur, die dank lokaler Zwischenspeicherung selbst bei Netzwerkunterbrechungen stabil bleibt. So wird Digital Signage zum unverzichtbaren Werkzeug, um die Filiale der Zukunft zu gestalten – als einen Ort, der informiert, begeistert und den persönlichen Kontakt wertvoll ergänzt.