

NEWS

Die Zukunft gehört den Bildschirmen, die man nicht sieht

Smart Glass - die Ära der unsichtbaren Revolution ist wenn die Hardware verschwindet

24. April 2026, Tobias Engl



Es ist Samstagmorgen, halb zehn. Eine Kundin schlendert an einer Modeboutique vorbei, bleibt kurz stehen - und schaut. Im Schaufenster erscheinen sanft animierte Bilder: das neue Sommerkleid in drei Farben, kombiniert mit passendem Zubehör, darunter ein Sonderrabatt, gültig nur heute. Die Scheibe selbst wirkt unberührt, klar, einladend. Und doch arbeitet sie. Was wie eine Szene aus einem Zukunftsfilm klingt, ist heute Realität. Transparente OLED-Displays verwandeln Glasflächen in lebendige Kommunikationsträger - ohne den Raum zu belasten, ohne Sichtlinien zu blockieren, ohne die Atmosphäre zu stören.

Digital Signage hat in den vergangenen Jahren eine bemerkenswerte Reife erreicht. Der globale Markt wurde 2024 auf rund 29 Milliarden US-Dollar geschätzt und soll bis 2035 auf über 57 Milliarden wachsen. In Europa liegt das jährliche Wachstum bei über 17 Prozent. Doch die eigentliche Revolution ist nicht das Wachstum - es ist die Qualität. Moderne Displays sind schärfer, heller und energieeffizienter als je zuvor. Und mit dem Aufkommen transparenter Technologien wird das Display selbst unsichtbar: Die Botschaft tritt in den Vordergrund, der Träger tritt zurück.

Ein Schaufenster, das gleichzeitig durchsichtig und beispielbar ist - das ist keine Magie. Das ist der aktuelle Stand der Technik.

Transparente OLED-Screens, wie sie seit 2024 von LG und Samsung in kommerziellen Größen bis 77 Zoll angeboten werden, erreichen eine Transparenz von 40 bis 55 Prozent bei gestochen scharfer 4K-Auflösung. Sie lassen sich in Schaufensterscheiben integrieren, als Kühlvitriolen-Türen einsetzen oder als Raumteiler in Büros und Hotels verwenden. Daneben öffnen transparente LED-Mesh-Screens, die bis zu 90 Prozent des Lichts durchlassen, ganz neue Möglichkeiten für Gebäudefassaden und Großflächen. Und seit Herbst 2025 gibt es eine weitere Kategorie: sogenannte Hololuminescent Displays, die gewöhnliches 2D-Videomaterial in lebensechte 3D-Hologramme umwandeln - ohne Spezial-Software, ohne 3D-Pipeline. Wer solche Screens sieht, bleibt stehen. Und genau das ist der Punkt.

Warum stehen bleiben nicht genug ist - und wo Software den Unterschied macht

Ein beeindruckender Bildschirm ist ein guter Anfang. Aber erst die richtige Software macht aus einem teuren Glasrahmen einen echten Wettbewerbsvorteil. Hier setzt ScreenWay an. Die Plattform verbindet Displays aller Art - ob klassische LED-Wand, transparentes OLED-Panel oder Hologramm-Kiosk - mit den Daten und Systemen, die ein Unternehmen ohnehin schon nutzt. Buchungsverwaltung, Informationssystem, Kassensystem, Kalenderfunktion:

ScreenWay synchronisiert sich mit über 50 Integrationen und stellt sicher, dass der richtige Inhalt zur richtigen Zeit am richtigen Ort erscheint - vollautomatisch, ohne manuelle Eingriffe.

Was das konkret bedeutet: Ein Restaurantbetreiber ändert den Preis seines Tagesgerichts einmal in der Kasse - und der Menüscreen zeigt ihn in Sekunden korrekt an. Ein Hotel begrüsst anreisende Gäste beim Namen, weil ScreenWay das PMS-System auswertet. Eine Arztpraxis spielt im Wartezimmer automatisch Erklärungsvideos z.B. zu aktuellen Impfaktionen aus, sobald der Herbst beginnt. Und wenn in einem Büro der Feueralarm auslöst, übersteuert ScreenWay mit einem einzigen Klick alle Screens gleichzeitig - egal ob es einer, hundert oder tausend sind.

Die Plattform ist dabei bewusst so gestaltet, dass sie kein IT-Wissen voraussetzt. In unter 30 Minuten läuft der erste Screen. Über 300 branchenspezifische Vorlagen liefern sofort professionell wirkende Inhalte - ohne Agentur, ohne Grafikprogramm. Und wer wächst, muss nicht wechseln: ScreenWay verwaltet genau so entspannt ein einzelnes Display in einer Arztpraxis wie ein Netzwerk mit 1.000 Screens in 200 Filialen.

Die Frage ist nicht mehr, ob Digital Signage sich lohnt. Die Frage ist, ob man es sich leisten kann, damit zu warten.

Von heute nach 2050: Die Entwicklung, die längst begonnen hat

Was heute mit transparenten OLED-Screens und KI-gestützter Personalisierung beginnt, wird sich in den kommenden Jahren beschleunigen. Bis 2030 werden transparente Displays vom Premiumprodukt zum Standard - Schaufenster, Glastrennwände und Kühlvitriolen werden sich ganz selbstverständlich mit Content bespielen lassen. Der Markt für transparente Displays allein soll bis 2035 auf über 65 Milliarden US-Dollar wachsen, mit einem jährlichen Wachstum von mehr als 31 Prozent. Wenig später, um 2036, werden Augmented-Reality-Brillen zum Massenprodukt: Ab diesem Moment existieren für Unternehmen zwei parallele Informationskanäle - der physische Screen für alle Besucher und ein digitaler Overlay für Nutzer mit AR-Brille. Die Plattformen, die beide Kanäle aus einer Hand bespielen können, werden den Markt definieren. Und auf längere Sicht - um 2045 und darüber hinaus - löst sich der Begriff des Bildschirms ganz auf: Jede Oberfläche, jede Wand, jedes Fenster wird potenziell zum Informationsträger. Die Software, die das steuert, wird zur Betriebssystemschicht der physischen Welt.

ScreenWay ist für genau diesen Weg gebaut. Die Plattform denkt nicht in Geräten, sondern in Kanälen. Nicht in Screens, sondern in Botschaften. Wer heute mit ScreenWay beginnt - ob mit einem einzigen transparenten Display im Schaufenster oder mit einem vernetzten Filialnetz - positioniert sich für eine Entwicklung, die gerade erst Fahrt aufnimmt. Und wer noch wartet, schaut schon bald auf Mitbewerber, deren Schaufenster längst sprechen.