NEWS

Die Wand, die sich selbst bezahlt

Wie aus Display-Fläche eine Einnahmequelle wird

9. November 2026, Tobias Engl



Ein Bildschirm im Laden kostet Geld, im Betrieb wie in der Anschaffung. Was viele übersehen.. dieselbe Fläche kann auch etwas einbringen. Wo bisher nur eigene Hinweise liefen, lässt sich Platz an Marken vermieten, deren Produkte ohnehin im Regal stehen.

Das Prinzip ist aus dem großen Handel bekannt. Ein Getränkehersteller zahlt dafür, dass sein Produkt zur Mittagszeit auf dem Schirm erscheint, eine Molkerei bewirbt ihre Aktion genau dann, wenn die Kundschaft am Kühlregal steht. Der Händler verkauft nicht nur Ware, sondern auch Aufmerksamkeit, am richtigen Ort und zur richtigen Zeit.

Die Steuerung bleibt im Haus. Welche Marke wann zu sehen ist, entscheidet der Betreiber und zwischen den bezahlten Einblendungen laufen weiter die eigenen Angebote. Tageszeit, Wochentag und Standort lassen sich getrennt bespielen, sodass das Frühstücksangebot morgens läuft und der Aperitif am Abend.

Bei vielen Werbenetzen bleibt ein Profil der Kundschaft zurück, hier nicht. ScreenWay spielt die Kampagnen lokal aus und zählt die Einblendungen vor Ort, ohne dass persönliche Daten fließen. Der Nachweis für die Marke entsteht, die Privatsphäre der Gäste bleibt unberührt.

So trägt sich die Technik mit der Zeit selbst, manchmal mehr als das. Aus einer Ausgabe wird eine Fläche, die arbeitet und der Bildschirm verdient sich seinen Platz selbst.

© ScreenWay | www.screenway.com