

NEWS

Tulevaisuus kuuluu näytöille, joita ei näe

Smart glass – näkymätön vallankumous alkaa, kun laitteisto katoaa

24. huhtikuuta 2026, Tobias Engl



On lauantaiamu, kello puoli kymmenen. Asiakas kävelee verkkaisesti muotiliikkeen ohi, pysähtyy hetkeksi ja katsoo. Näyteikkunaan ilmestyy pehmeästi animoituja kuvia: uusi kesämekko kolmessa värissä, yhdistettynä sopiviin asusteisiin, ja alla erikoisalennus, joka on voimassa vain tänään. Itse lasi näyttää koskemattomalta, kirkkaalta ja kutsuvalta. Silti se tekee työtä. Se, mikä kuulostaa tulevaisuuselokuvan kohtaukselta, on tätä päivää. Läpinäkyvät OLED-näytöt muuttavat lasipinnat eläviksi viestintäkanaviksi – kuormittamatta tilaa, peittämättä näkymiä ja häiritsemättä tunnelmaa.

Digital signage on kypsynyt viime vuosina huomattavasti. Maailmanlaajuisten markkinoiden arvoksi arvioitiin vuonna 2024 noin 29 miljardia Yhdysvaltain dollaria, ja niiden odotetaan kasvavan vuoteen 2035 mennessä yli 57 miljardiin. Euroopassa vuotuinen kasvu on yli 17 prosenttia. Varsinainen vallankumous ei kuitenkaan ole kasvu. Se on laatu. Nykyaikaiset näytöt ovat terävämpiä, kirkkaampia ja energiatehokkaampia kuin koskaan. Ja läpinäkyvien teknologioiden myötä itse näyttö muuttuu näkymättömäksi: viesti nousee etualalle, sen kantaja väistyy taustalle.

Näyteikkuna, joka on yhtä aikaa läpinäkyvä ja täytettävissä sisällöllä. Se ei ole taikuutta. Se on tekniikan nykytaso.

Läpinäkyvät OLED-näytöt, joita LG ja Samsung ovat vuodesta 2024 tarjonneet kaupallisissa, jopa 77 tuuman kokoluokissa, yltävät 40–55 prosentin läpinäkyvyyteen ja veitsenterävään 4K-tarkkuuteen. Ne voidaan integroida näyteikkunoihin, asentaa kylmävitriinien oviksi tai käyttää tilanjakajina toimistoissa ja hotelleissa. Lisäksi läpinäkyvät LED-mesh-näytöt,

jotka päästävät läpi jopa 90 prosenttia valosta, avaavat aivan uusia mahdollisuuksia rakennusten julkisivuille ja suurille pinnoille. Syksystä 2025 lähtien on ollut olemassa vielä yksi kategoria: niin sanotut Hololuminescent Displays, jotka muuttavat tavallisen 2D-videokuvan elävän näköiseksi 3D-hologrammeiksi – ilman erikoisohjelmistoa ja ilman 3D-tuotantoketjua. Joka näkee tällaisen näytön, pysähtyy. Ja juuri siitä on kyse.

Miksi pysähtyminen ei riitä – ja missä ohjelmisto ratkaisee

Vaikuttava näyttö on hyvä alku. Vasta oikea ohjelmisto tekee kalliista lasikehyksestä kuitenkin todellisen kilpailuedun. Tähän ScreenWay tarttuu. Alusta yhdistää kaikenlaiset näytöt (olipa kyse perinteisestä LED-seinästä, läpinäkyvästä OLED-paneelista tai hologrammikioskista) niihin tietoihin ja järjestelmiin, joita yritys jo muutenkin käyttää. Varaustenhallinta, tietojärjestelmä, kassajärjestelmä, kalenteritoiminto:

ScreenWay synkronoituu yli 50 integraation kanssa ja varmistaa, että oikea sisältö näkyy oikeaan aikaan oikeassa paikassa – täysin automaattisesti ja ilman käsin tehtäviä muutoksia.

Mitä tämä tarkoittaa käytännössä? Ravintoloitsija muuttaa päivän annoksen hinnan kerran kassajärjestelmään, ja ruokalistanäyttö näyttää oikean hinnan sekunneissa. Hotelli tervehtii saapuvia vieraita nimeltä, koska ScreenWay hyödyntää PMS-järjestelmän tietoja. Lääkärin vastaanoton odotushuoneessa alkaa syksyn tullen automaattisesti pyöriä selitysvideoita esimerkiksi ajankohtaisista rokotuskampanjoista. Ja kun toimistossa laukeaa palohälytys, ScreenWay ohittaa yhdellä klikkauksella kaikkien näyttöjen sisällön samanaikaisesti, oli niitä sitten yksi, sata tai tuhat.

Alusta on tarkoituksella suunniteltu niin, ettei se vaadi IT-osaamista. Ensimmäinen näyttö on käynnissä alle 30 minuutissa. Yli 300 toimialakohtaista mallipohjaa tuottaa heti ammattimaisen näköistä sisältöä ilman mainostoimistoa ja ilman grafiikkaohjelmaa. Eikä kasvaessa tarvitse vaihtaa: ScreenWay hallitsee yhtä vaivattomasti yksittäistä näyttöä lääkärin vastaanotolla kuin 1 000 näytön verkostoa 200 myymälässä.

Kysymys ei ole enää, kannattaako digital signage. Kysymys on, onko sinulla varaa odottaa.

Tästä päivästä vuoteen 2050: kehitys, joka on alkanut jo kauan sitten

Se, mikä tänään alkaa läpinäkyvillä OLED-näytöillä ja tekoälyavusteisella personoinnilla, kiihtyy tulevina vuosina. Vuoteen 2030 mennessä läpinäkyvistä näytöistä tulee premium-tuotteen sijaan standardi. Näyteikkunoihin, lasiseiniin ja kylmävitriineihin voidaan silloin itsestään selvästi syöttää sisältöä. Pelkästään läpinäkyvien näyttöjen markkinoiden odotetaan kasvavan vuoteen 2035 mennessä yli 65 miljardiin Yhdysvaltain dollariin, yli 31 prosentin vuosikasvulla. Hieman myöhemmin, noin vuonna 2036, lisätyn todellisuuden lasista tulee massatuote: siitä hetkestä lähtien yrityksillä on kaksi rinnakkaista tietokanavaa – fyysinen näyttö kaikille kävijöille ja digitaalinen kerros AR-lasien käyttäjille. Markkinoita määrittävät ne alustat, jotka pystyvät syöttämään sisältöä molempiin kanaviin yhdestä paikasta. Ja pidemmällä aikavälillä, noin vuodesta 2045 eteenpäin, koko näytön käsite hajoaa: jokaisesta pinnasta, seinästä ja ikkunasta voi tulla tiedon välittäjä. Sitä ohjaavasta ohjelmistosta tulee fyysisen maailman käyttöjärjestelmäkerros.

ScreenWay on rakennettu juuri tätä polkua varten. Alusta ei ajattele laitteita vaan kanavia. Ei näyttöjä vaan viestejä. Joka aloittaa ScreenWayn kanssa tänään – yhdellä läpinäkyvällä näytöllä näyteikkunassa tai verkotetulla myymäläketjulla – asemoituu kehitykseen, joka on vasta kiihtymässä. Ja joka vielä odottaa, katselee pian kilpailijoita, joiden näytekkunat puhuvat jo.