

NEWS

De marktzanger op de beursstand

Hoe digital signage (narrowcasting) op beurzen van 36 vierkante meter tapijt een plek maakt waar bezoekers graag blijven hangen

15 juni 2026, Tobias Engl



Sabine, 41, werkt al tien jaar in de B2B-marketing van een middelgrote machinebouwer en heeft in die tijd meer tafelstandaards gecorrigeerd en op het laatste moment vervangen dan haar lief is – inclusief die ochtend waarop iemand om 9.42 uur merkte dat de A0-poster nog het oude versienummer droeg. Deze keer is het anders. Op stand B22 hangen sinds gisteravond zes schermen, en alle zes vertellen vandaag wat Sabine ze om half zeven 's ochtends vanuit haar hotelkamer via de laptop heeft meegegeven.

De grootste, een LED-wand aan de kop van de stand, draait een rustige loop: drie klantverhalen, een korte productanimatie, een live-teller met het aantal wereldwijd geleverde machines. Niemand blijft de hele loop staan, dat zou te veel gevraagd zijn, maar iedereen die langsloopt, neemt een detail mee. Een getal. Een gezicht. De zin "Sinds 2003 in 47 landen". Dat is meer dan de meeste posters ooit hebben klaargespeeld. Aan de adviestafels tonen kleinere schermen afhankelijk van het tijdstip iets anders: 's ochtends het presentatieprogramma, rond het middaguur de kaart voor de staande lunch, 's middags de demotijden. Klokslag 14 uur springt de weergave automatisch op "Zo meteen: Sebastian van het serviceteam over predictive maintenance – midden op de stand, 12 minuten". Sebastian hoeft niemand eraan te herinneren, hij hoeft alleen klaar te staan.

Achterin bij de lounge, waar een espressomachine staat en twee fauteuils, speelt een derde scherm opvallend ingetogen een discrete brandingloop in orchideeënlook, zonder verkoopdruk. Dat is het scherm voor gesprekken die tien minuten later uitmonden in een afspraak, of in een beleefd "We laten van ons horen". Allebei prima; schermen die dat begrijpen, zijn zeldzaam. Rond 11 uur stapt een van de directeurs de stand op, kijkt om zich heen en zegt de zin die marketingverantwoordelijken zelden horen: "Het ziet eruit als één geheel". Sabine zegt niets, Sabine doet niets; ze heeft 's ochtends alleen het tabblad "Beursdag 1" geactiveerd, dat ze twee weken geleden samen met dag 2, 3 en 4 heeft voorbereid.

Zes schermen, centraal aangestuurd, voor elk dagdeel een eigen planning, een noodslide voor als de stand uitvalt staat klaar. Als het moet, zou ze vanuit Frankfurt een prijswijziging kunnen doorvoeren op een stand in Tokio, maar dat hoeft vandaag niemand te weten. Laat in de middag volgt dan het moment dat in geen enkel beursverslag opduikt en toch de eigenlijke winst is. Een inkoper uit Zweden blijft voor de LED-wand staan, leest de Zweedse versie van het klantverhaal – automatisch getoond, omdat de software hem aan zijn lanyard herkent – en zegt tegen zijn collega een zin waarvan de toon verraadt dat zijn aandacht is gewekt. Drie minuten later zit hij aan de espresso met Sebastian. Dat is de lead die geen enkele Excel-sheet had voorspeld.

Precies dat is de onopvallende kunst van digital signage op beurzen. Het gaat niet om de grootste LED-wand van de hal en niet om de luidruchtigste stand, maar om content op het juiste moment op de juiste plek: 's ochtends presentatieprogramma's, 's middags demo's, talen per bezoeker, rustige beelden in de lounge, luide aan de kop van de stand. Alles centraal te beheren, alles vier dagen lang betrouwbaar. Op de achtergrond, stil als een goed geplande stand zelf, software die het geheel coördineert ... content per dag inplannen, schermen wereldwijd synchroon aansturen, talen automatisch tonen, noodgevallen in seconden overschrijven, zonder dat iemand met een usb-stick door de hal hoeft te rennen.

ScreenWay bouwt oplossingen voor digital signage die exposanten helpen zich slimmer te presenteren dan de eerste beursdag eigenlijk toelaat. Stands, roadshows, showrooms, hybride evenementen, altijd met het idee dat aan het eind geen bezoeker het scherm prijst, maar de stand waar hij stond. Sabine rijdt donderdagavond terug en zal thuis vertellen dat deze beurs "verrassend ontspannen" was. Helemaal waar is dat niet, beurzen zijn nooit ontspannen, maar ze komt dichterbij de waarheid dan ze denkt. Niemand hoefde posters na te drukken, niemand hoefde op de stand te blijven alleen om het presentatieprogramma uit te leggen, en in 47 landen liep de live-teller zonder haar toedoen door. Ook dat is, heel nuchter bekeken, het mooiste kengetal dat digital signage kan leveren.

Meer over hoe ScreenWay exposanten, organisatoren en standbouwers ondersteunt bij de inscenering van hun beursdeelname, leest u op screenway.com.