

NEWS

Przyszłość należy do ekranów, których nie widać

Smart glass – era niewidzialnej rewolucji zaczyna się, gdy znika sprzęt

24 kwietnia 2026, Tobias Engl



Jest sobotni poranek, wpół do dziesiątej. Klientka spaceruje obok butiku modowego, zatrzymuje się na chwilę i patrzy. W witrynie pojawiają się łagodnie animowane obrazy: nowa letnia sukienka w trzech kolorach, zestawiona z pasującymi dodatkami, do tego rabat specjalny, ważny tylko dziś. Sama szyba wygląda na nietkniętą, przejrzystą, zapraszającą. A jednak pracuje. Co brzmi jak scena z filmu o przyszłości, jest dziś rzeczywistością. Transparentne wyświetlacze OLED zamieniają szklane powierzchnie w żywe nośniki komunikacji, bez obciążania przestrzeni, bez blokowania linii widzenia, bez zakłócania atmosfery.

Digital signage osiągnął w minionych latach godną uwagi dojrzałość. Globalny rynek szacowano w 2024 na około 29 miliardów dolarów, a do 2035 ma urosnąć do ponad 57 miliardów. W Europie roczny wzrost przekracza 17 procent. Ale właściwą rewolucją nie jest wzrost. Jest nią jakość. Nowoczesne wyświetlacze są ostrzejsze, jaśniejsze i bardziej energooszczędne niż kiedykolwiek. A z nadejściem technologii transparentnych sam wyświetlacz staje się niewidzialny: komunikat wychodzi na pierwszy plan, nośnik się cofa.

Witryna, która jest jednocześnie przezroczysta i zdalna do wyświetlania. To nie magia. To aktualny stan techniki.

Transparentne ekrany OLED, oferowane od 2024 przez LG i Samsunga w komercyjnych rozmiarach do 77 cali, osiągają transparencję 40 do 55 procent przy krystalicznie ostrej rozdzielczości 4K. Można je integrować w szyby witryn, stosować jako drzwi witryn chłodniczych lub używać jako ścianki działowe w biurach i hotelach. Obok tego transparentne ekrany LED mesh, przepuszczające do 90 procent światła, otwierają zupełnie nowe możliwości dla fasad budynków i wielkich powierzchni. A od jesieni 2025 jest kolejna kategoria: tak zwane wyświetlacze hololuminescencyjne, zamieniające zwykły materiał wideo 2D w realistyczne hologramy 3D, bez specjalnego oprogramowania, bez pipeline'u 3D. Kto widzi takie ekrany, zatrzymuje się. I dokładnie o to chodzi.

Dlaczego zatrzymanie się nie wystarcza i gdzie oprogramowanie robi różnicę

Imponujący ekran to dobry początek. Ale dopiero właściwe oprogramowanie robi z drogiej szklanej ramy prawdziwą przewagę konkurencyjną. Tu zaczyna ScreenWay. Platforma łączy wyświetlacze wszelkiego rodzaju (czy klasyczną ścianę LED, transparentny panel OLED, czy kiosk holograficzny) z danymi i systemami, których firma i tak już używa. Zarządzanie rezerwacjami, system informacyjny, system kasowy, funkcja kalendarza:

ScreenWay synchronizuje się z ponad 50 integracjami i zapewnia, że właściwa treść pojawia się we właściwym czasie we właściwym miejscu, w pełni automatycznie i bez ręcznych ingerencji.

Co to znaczy konkretnie: restaurator zmienia cenę dania dnia raz w kasie, a ekran menu pokazuje ją poprawnie w sekundy. Hotel wita przyjeżdżających gości po nazwisku, bo ScreenWay odczytuje system PMS. Praktyka lekarska emituje w poczekalni automatycznie filmy objaśniające np. o aktualnych akcjach szczepień, gdy tylko zaczyna się jesień. A gdy w biurze uruchamia się alarm pożarowy, ScreenWay jednym kliknięciem nadpisuje wszystkie ekrany jednocześnie, obojętnie czy jest ich jeden, sto czy tysiąc.

Platforma jest przy tym świadomie tak zaprojektowana, że nie zakłada wiedzy IT. W mniej niż 30 minut działa pierwszy ekran. Ponad 300 branżowych szablonów dostarcza od razu profesjonalnie wyglądające treści, bez agencji i bez programu graficznego. A kto rośnie, nie musi zmieniać: ScreenWay zarządza równie spokojnie pojedynczym wyświetlaczem w praktyce lekarskiej jak siecią 1000 ekranów w 200 filiach.

Pytanie nie brzmi już, czy digital signage się opłaca. Pytanie brzmi, czy można sobie pozwolić na czekanie.

Od dziś do 2050: rozwój, który dawno się zaczął

Co dziś zaczyna się od transparentnych ekranów OLED i wspieranej SI personalizacji, przyspieszy w nadchodzących latach. Do 2030 transparentne wyświetlacze staną się z produktu premium standardem. Witryny, szklane ścianki działowe i witryny chłodnicze będzie się zasilac contentem zupełnie naturalnie. Sam rynek transparentnych wyświetlaczy ma do 2035 urosnąć do ponad 65 miliardów dolarów, z rocznym wzrostem ponad 31 procent. Nieco później, około 2036, okulary augmented reality staną się produktem masowym: od tego momentu dla firm istnieją dwa równoległe kanały informacji: fizyczny ekran dla wszystkich gości i cyfrowy overlay dla użytkowników z okularami AR. Platformy, które potrafią zasilać oba kanały z jednej ręki, zdefiniują rynek. A w dłuższej perspektywie, około 2045 i dalej, pojęcie ekranu rozpuszcza się zupełnie: każda powierzchnia, każda ściana, każde okno staje się potencjalnie nośnikiem informacji. Oprogramowanie, które tym steruje, staje się warstwą systemu operacyjnego świata fizycznego.

ScreenWay jest zbudowany dokładnie na tę drogę. Platforma nie myśli urządzeniami, lecz kanałami. Nie ekranami, lecz komunikatami. Kto dziś zaczyna ze ScreenWay, czy z jednym transparentnym wyświetlaczem w witrynie, czy z połączoną siecią filii, pozycjonuje się na rozwój, który dopiero nabiera tempa. A kto jeszcze czeka, wkrótce patrzy na konkurentów,

których witryny od dawna mówią.