

NEWS

Prihodnost pripada zaslonom, ki jih ne vidimo

Smart glass – doba nevidne revolucije se začne, ko strojna oprema izgine

24. april 2026, Tobias Engl



Sobotno jutro, pol desetih. Stranka se sprehodi mimo modnega butika, za hip obstane in pogleda. V izložbi se pojavijo nežno animirane slike: nova poletna obleka v treh barvah, kombinirana z ustreznimi dodatki, pod njo poseben popust, veljaven le danes. Sama šipa deluje nedotaknjena, jasna, vabljiva. In vendar dela. Kar zveni kot prizor iz futurističnega filma, je danes resničnost. Prozorni zasloni OLED steklene površine spreminjajo v žive nosilce komunikacije, ne da bi obremenili prostor, ne da bi blokirali poglede, ne da bi motili vzdušje.

Digital signage je v zadnjih letih dosegel opazno zrelost. Globalni trg je bil leta 2024 ocenjen na približno 29 milijard ameriških dolarjev in naj bi do leta 2035 zrasel na več kot 57 milijard. V Evropi letna rast presega 17 odstotkov. A prava revolucija ni rast. Je kakovost. Sodobni zasloni so ostrejši, svetlejši in energetsko učinkovitejši kot kdaj koli. In s prihodom prozornih tehnologij postane sam zaslon neviden: sporočilo stopi v ospredje, nosilec se umakne.

Izložba, ki je hkrati prozorna in predvabljava. To ni čarovnija. To je trenutno stanje tehnike.

Prozorni zasloni OLED, kot jih od leta 2024 v komercialnih velikostih do 77 palcev ponujata LG in Samsung, dosegajo prozornost od 40 do 55 odstotkov pri ostri ločljivosti 4K. Vgraditi jih je mogoče v izložbena stekla, uporabiti kot vrata hladilnih vitrin ali kot pregrade v pisarnah in hotelih. Poleg tega prozorni zasloni LED mesh, ki prepuščajo do 90 odstotkov svetlobe, odpirajo povsem nove možnosti za fasade stavb in velike površine. In od jeseni 2025 obstaja še ena kategorija: tako imenovani hololuminiscenčni zasloni, ki običajno 2D-videogradivo pretvarjajo v življenjske 3D-holograme, brez posebne programske opreme, brez 3D-cevovoda. Kdor take zaslone vidi, obstane. In prav to je bistvo.

Zakaj obstati ni dovolj in kje programska oprema naredi razliko

Impresiven zaslon je dober začetek. A šele prava programska oprema iz dragega steklenega okvirja naredi resnično konkurenčno prednost. Tu nastopi ScreenWay. Platforma povezuje zaslone vseh vrst (naj bo klasična LED-stena, prozorni OLED-panel ali hologramski kiosk) s podatki in sistemi, ki jih podjetje tako ali tako že uporablja. Upravljanje rezervacij, informacijski sistem, blagajniški sistem, koledarska funkcija:

ScreenWay se sinhronizira z več kot 50 integracijami in zagotavlja, da se prava vsebina pojavi ob pravem času na pravem mestu, povsem samodejno in brez ročnih posegov.

Kaj to konkretno pomeni: gostinec ceno svoje dnevne jedi enkrat spremeni v blagajni in menijski zaslon jo v sekundah prikaže pravilno. Hotel prihajajoče goste pozdravi po imenu, ker ScreenWay bere sistem PMS. Zdravniška ordinacija v čakalnici samodejno predvaja pojasnjevalne videe, npr. o aktualnih akcijah cepljenja, brž ko se začne jesen. In če se v pisarni sproži požarni alarm, ScreenWay z enim samim klikom prekrije vse zaslone hkrati, naj bo eden, sto ali tisoč.

Platforma je zavestno zasnovana tako, da ne predpostavlja IT-znanja. V manj kot 30 minutah teče prvi zaslon. Več kot 300 panožno specifičnih predlog takoj dostavi profesionalno delujoče vsebine, brez agencije in brez grafičnega programa. In kdor raste, mu ni treba menjati: ScreenWay enako sproščeno upravlja en sam zaslon v zdravniški ordinaciji kot omrežje s 1.000 zaslone v 200 podružnicah.

Vprašanje ni več, ali se digital signage splača. Vprašanje je, ali si lahko privoščimo čakati.

Od danes do 2050: razvoj, ki se je že zdavnaj začel

Kar se danes začenja s prozornimi zaslone OLED in personalizacijo s podporo umetne inteligence, se bo v prihodnjih letih pospešilo. Do leta 2030 bodo prozorni zasloni iz premium izdelka postali standard. Izložbe, steklene predelne stene in hladilne vitrine se bodo povsem samoumevno polnile z vsebino. Sam trg prozornih zaslonov naj bi do leta 2035 zrasel na več kot 65 milijard ameriških dolarjev, z letno rastjo več kot 31 odstotkov. Malo pozneje, okoli leta 2036, bodo očala obogatene resničnosti postala množični izdelek: od tega trenutka za podjetja obstajata dva vzporedna informacijska kanala: fizični zaslon za vse obiskovalce in digitalna prevleka za uporabnike z AR-očali. Platforme, ki lahko oba kanala oskrbujejo iz ene roke, bodo definirale trg. In dolgoročno, okoli leta 2045 in naprej, se pojem zaslona povsem razkroji: vsaka površina, vsaka stena, vsako okno postane potencialni nosilec informacij. Programska oprema, ki to krmili, postane plast operacijskega sistema fizičnega sveta.

ScreenWay je zgrajen natanko za to pot. Platforma ne misli v napravah, temveč v kanalih. Ne v zaslonih, temveč v sporočilih. Kdor danes začne s ScreenWayem, naj bo z enim samim prozornim zaslonom v izložbi ali s povezanim omrežjem podružnic, se pozicionira za razvoj, ki šele nabira hitrost. In kdor še čaka, bo kmalu gledal konkurente, katerih izložbe že zdavnaj govorijo.