

NEWS

Framtiden tillhör skärmarna du inte ser

Smart glass – den osynliga revolutionen börjar när hårdvaran försvinner

24 april 2026, Tobias Engl



Det är lördag förmiddag, halv tio. En kund flanerar förbi en modebutik, stannar upp en stund och tittar. I skyltfönstret glider mjukt animerade bilder fram: den nya sommarklänningen i tre färger, kombinerad med matchande accessoarer, och därunder en extrarabatt som bara gäller i dag. Själva rutan ser orörd ut, klar och inbjudande. Och ändå arbetar den. Det som låter som en scen ur en framtidsfilm är verklighet i dag. Transparenta OLED-skärmar förvandlar glasytor till levande kommunikationsbärare – utan att tynga rummet, utan att skymma siktlinjer, utan att störa atmosfären.

Digital signage har under de senaste åren nått en anmärkningsvärd mognad. Den globala marknaden värderades 2024 till omkring 29 miljarder US-dollar och väntas växa till över 57 miljarder fram till 2035. I Europa ligger den årliga tillväxten på över 17 procent. Men den egentliga revolutionen är inte tillväxten. Det är kvaliteten. Moderna skärmar är skarpare, ljusstarkare och mer energieffektiva än någonsin. Och när transparenta tekniker gör sitt intåg blir själva skärmen osynlig: budskapet kliver fram, bäraren drar sig tillbaka.

Ett skyltfönster som är genomskinligt och samtidigt kan visa innehåll. Det är ingen magi. Det är dagens teknik.

Transparenta OLED-skärmar, som LG och Samsung sedan 2024 erbjuder i kommersiella storlekar upp till 77 tum, når en transparens på 40 till 55 procent med knivskarp 4K-upplösning. De kan byggas in i skyltfönster, användas som dörrar på kylmontrar eller fungera som rumsavdelare på kontor och hotell. Därtill öppnar transparenta LED-mesh-skärmar, som

släpper igenom upp till 90 procent av ljuset, helt nya möjligheter för fasader och stora ytor. Och sedan hösten 2025 finns ytterligare en kategori: så kallade Hololuminescent Displays, som förvandlar vanligt 2D-videomaterial till verklighetstroga 3D-hologram – utan specialprogramvara, utan 3D-pipeline. Den som ser sådana skärmar stannar upp. Och det är precis det som är poängen.

Varför det inte räcker att folk stannar upp – och var mjukvaran gör skillnaden

En imponerande skärm är en bra början. Men det är först rätt mjukvara som gör en dyr glasram till en verklig konkurrensfördel. Det är här ScreenWay kommer in. Plattformen kopplar ihop skärmar av alla slag (vare sig det är en klassisk LED-vägg, en transparent OLED-panel eller en hologramkiosk) med de data och system som ett företag redan använder. Bokningshantering, informationssystem, kassasystem, kalenderfunktion:

ScreenWay synkroniseras med över 50 integrationer och ser till att rätt innehåll visas vid rätt tidpunkt på rätt plats – helt automatiskt och utan manuella ingrepp.

Vad det betyder i praktiken: En restaurangägare ändrar priset på dagens rätt en enda gång i kassan, och menyskärmen visar det korrekt inom några sekunder. Ett hotell hälsar anländande gäster välkomna med namn, eftersom ScreenWay läser av PMS-systemet. En läkarmottagning visar automatiskt förklarande videor i väntrummet, till exempel om aktuella vaccinationskampanjer, så snart hösten kommer. Och när brandlarmet går på ett kontor tar ScreenWay med ett enda klick över alla skärmar samtidigt, oavsett om det är en, hundra eller tusen.

Plattformen är medvetet utformad så att den inte kräver några IT-kunskaper. På under 30 minuter är den första skärmen igång. Över 300 branschspecifika mallar ger direkt innehåll med professionell känsla – utan byrå och utan grafikprogram. Och den som växer behöver inte byta: ScreenWay hanterar en enskild skärm på en läkarmottagning lika avslappnat som ett nätverk med 1 000 skärmar i 200 filialer.

Frågan är inte längre om digital signage lönar sig. Frågan är om du har råd att vänta.

Från i dag till 2050: utvecklingen som redan har börjat

Det som i dag börjar med transparenta OLED-skärmar och AI-stödd personalisering kommer att ta fart under de kommande åren. Till 2030 går transparenta skärmar från premiumprodukt till standard. Skyltfönster, glasväggar och kylmontrar kommer helt självklart att kunna visa innehåll. Marknaden för transparenta skärmar väntas ensam växa till över 65 miljarder US-dollar fram till 2035, med en årlig tillväxt på mer än 31 procent. Strax därefter, runt 2036, blir AR-glasögon (augmented reality) en massprodukt: från det ögonblicket har företag två parallella informationskanaler – den fysiska skärmen för alla besökare och ett digitalt overlay för användare med AR-glasögon. De plattformar som kan förse båda kanalerna med innehåll från ett och samma ställe kommer att definiera marknaden. Och på längre sikt, runt 2045 och därefter, löses själva begreppet bildskärm upp: varje yta, varje vägg, varje fönster kan bli en informationsbärare. Mjukvaran som styr detta blir operativsystemet för den fysiska världen.

ScreenWay är byggt för just den här vägen. Plattformen tänker inte i enheter utan i kanaler. Inte i skärmar utan i budskap. Den som börjar med ScreenWay i dag, vare sig det är med en enda transparent skärm i skyltfönstret eller med ett uppkopplat butiksnät, positionerar sig för en utveckling som just har börjat ta fart. Och den som fortfarande väntar kommer snart att blicka mot konkurrenter vars skyltfönster sedan länge talar.