

NEWS

Marknadssångaren i mässmontern

Hur digital signage på mässor gör 36 kvadratmeter heltäckningsmatta till en plats där man vill stanna

15 juni 2026, Tobias Engl



Sabine, 41, har i tio år arbetat med B2B-marknadsföring på en medelstor maskintillverkare och har under den tiden rättat och i sista minuten bytt ut fler bordsställ än hon vill minnas – inklusive den morgonen då någon klockan 9.42 upptäckte att A0-affischen fortfarande hade det gamla versionsnumret. Den här gången är det annorlunda. I monter B22 hänger sedan i går kväll sex skärmar, och alla sex berättar i dag det som Sabine skickade till dem från hotellrummet via laptopen klockan halv sju i morse.

Den största, en LED-vägg längst fram i montern, visar en lugn loop: tre kundröster, en kort produktanimation och en liveräknare över antalet maskiner som levererats världen över. Ingen stannar under hela loopen, det vore för mycket begärt, men alla som går förbi tar med sig en detalj. En siffra. Ett ansikte. Meningen "Sedan 2003 i 47 länder". Det är mer än de flesta affischer någonsin har åstadkommit. Vid rådgivningsborden visar mindre skärmar olika saker beroende på tid på dagen: på morgonen föredragsschemat, vid lunch kartan till den stående lunchen, på eftermiddagen demotiderna. Prick klockan 14 växlar visningen automatiskt till "Strax börjar: Sebastian från serviceteamet om prediktivt underhåll – mitt i montern, 12 minuter". Sebastian behöver inte påminna någon, han behöver bara vara redo.

Längst in vid loungen, där en espresso står framme och två stoppade fåtöljer väntar, visar en tredje skärm medvetet lugnt en diskret brandingloop i orkidéstil, helt utan säljtryck. Det är skärmen för samtal som om tio minuter mynnar ut i ett möte – eller i ett artigt "Vi hör av oss". Båda är i sin ordning; skärmar som förstår det är sällsynta. Vid elvatiden kliver en av vd:arna in i montern, ser sig omkring och säger den mening som marknadsansvariga sällan får höra: "Det ser helgjutet ut." Sabine säger ingenting, Sabine gör ingenting – hon har bara aktiverat fliken "Mässdag 1" i morse, som hon förberedde för två veckor sedan tillsammans med dag 2, 3 och 4.

Sex skärmar, centralt styrda, en egen plan för varje tid på dagen, en nödbild inlagd ifall montern skulle slockna. Hon skulle vid behov kunna skicka ut en prisändring till en monter i Tokyo från Frankfurt, men det behöver ingen veta i dag. Sent på eftermiddagen kommer så ögonblicket som aldrig syns i någon mässrapport men ändå är den verkliga vinsten. En inköpare från Sverige stannar framför LED-väggen, läser den svenska versionen av kundrösten – automatiskt visad eftersom programvaran känner igen honom på hans lanyard – och säger en mening till sin kollega vars tonfall avslöjar att han har blivit nyfiken. Tre minuter senare sitter han där med espresso och Sebastian. Det är leadet som inget Excelark förutspådde.

Just det är den oansenliga konsten med digital signage på mässor. Det handlar inte om hallens största LED-vägg och inte om den mest högljudda montern, utan om rätt innehåll vid rätt tid på rätt plats: föredragsscheman på morgonen, demos på eftermiddagen, språk efter besökare, lugna bilder i loungen, högljudda längst fram. Allt kan skötas centralt, allt håller i fyra dagar. I bakgrunden, lika tyst som en välplanerad monter, finns en programvara som samordnar det hela ... planerar innehåll dag för dag, styr skärmar synkront över hela världen, spelar upp rätt språk automatiskt och skriver över nödlägen på sekunder, utan att någon behöver rusa genom hallen med ett USB-minne.

ScreenWay bygger lösningar för digital signage som hjälper utställare att framstå klokare än den första mässdagen egentligen tillåter. Montrar, roadshower, showrooms, hybridevenemang – alltid med tanken att ingen besökare till slut berömmar skärmen, utan montern där hen stod. Sabine åker hem på torsdagskvällen och kommer att berätta att mässan var "förvånansvärt avslappnad". Helt sant är det inte, mässor är aldrig avslappnade, men hon är närmare sanningen än hon tror. Ingen behövde trycka om affischer, ingen behövde stå kvar i montern bara för att förklara föredragsschemat, och i 47 länder tickade liveräknaren vidare utan hennes inblandning. Även det är, helt nyktert sett, det vackraste nyckeltal digital signage kan leverera.

Läs mer om hur ScreenWay hjälper utställare, arrangörer och monterbyggare att iscensätta sina framträdanden på screenway.com.