NEWS

Väggen som betalar sig själv

Hur skärmyta blir en intäktskälla

9 november 2026, Tobias Engl



En skärm i butiken kostar pengar, både i drift och vid inköp. Det många förbiser: samma yta kan också dra in pengar. Där det hittills bara visats egna meddelanden kan utrymme hyras ut till varumärken vars produkter ändå står på hyllan.

Principen är känd från storhandeln. En dryckestillverkare betalar för att dess produkt ska synas på skärmen vid lunchtid, ett mejeri gör reklam för sitt erbjudande precis när kunderna står vid kylhyllan. Handlaren säljer inte bara varor utan också uppmärksamhet, på rätt plats och vid rätt tidpunkt.

Styrningen stannar i huset. Vilket varumärke som syns när bestämmer operatören, och mellan de betalda inslagen fortsätter de egna erbjudandena att rulla. Tid på dygnet, veckodag och plats kan styras var för sig, så att frukosterbjudandet visas på morgonen och aperitifen på kvällen.

I många reklamnätverk blir en profil av kunderna kvar – här inte. ScreenWay spelar ut kampanjerna lokalt och räknar visningarna på plats, utan att några personuppgifter flödar. Varumärket får sitt underlag, gästernas integritet förblir orörd.

Så bär tekniken med tiden sina egna kostnader, ibland mer än så. En utgift blir en yta som arbetar, och skärmen förtjänar sin plats på egen hand.

© ScreenWay | www.screenway.com

© ScreenWay | www.screenway.com