

Samsung präsentiert Smart Signage Displays für den Außeneinsatz

Werbetafeln im Schaufenster oder im Freien müssen besonders hohe Anforderungen erfüllen, damit sie die gewünschte Aufmerksamkeit erzielen. Mit der neuen OMD Smart Signage-Serie präsentiert Samsung zwei Display-Modelle, die eine außergewöhnlich hohe Helligkeit bieten und besonders robust gegenüber rauen klimatischen Bedingungen sind. Dank der hohen Strahlkraft, die sich den Lichtverhältnissen automatisch anpasst, stellen die Bildschirme Werbung auch bei Sonneneinstrahlung dar.



Samsung Smart Signage Display OMD-K (Bild: Samsung)

Außenwerbung ist nicht gleich Außenwerbung. Daher besteht die neue Outdoor-Display-Serie aus zwei Modellen: der OMD-K Variante, die äußerst widerstandsfähig ist und sich für Digital Signage im Außenbereich – etwa für Speisekarten am Drive-In-Schalter oder Wegweiser bei Veranstaltungen – eignet. Hierfür kann das Kit-Modell in entsprechende Gehäuse eingebaut werden. Das OMD-W Display hingegen ist speziell für Schaufenster ausgelegt. Daher ist die Rückseite dieser Modelle optisch so gestaltet, dass sie auch als Stand-alone-Lösung funktioniert. Beide Modellreihen sind in den drei Größen 46, 55 und 75 Zoll (116,84, 138,68 und 189 cm) verfügbar, sodass sie Einzelhändlern, Gastronomen und Event-Veranstaltern ausreichend Platz bieten, um Kunden und Gäste auf aktuelle Angebote und Informationen aufmerksam zu machen.

Mit einer Helligkeit von 2.500 nit übertrifft die Strahlkraft der neuen Serie Bildschirme, die nur in Gebäuden eingesetzt werden, um ein Vielfaches. Auch die hohe Kontraste von 5.000:1 trägt dazu bei, dass der Betrachter Animationen und Werbevideos selbst im Sonnenlicht einwandfrei wahrnimmt. Die Modelle bieten einen Blickwinkel von 178 Grad vertikal und horizontal, sodass Passanten Texte und Bilder im Vorbeigehen klar und deutlich erkennen. Ein Sensor passt die Helligkeit der Displays automatisch an die Lichtverhältnisse an, sodass die dargestellten Inhalte stets gut lesbar sind und der Anwender gleichzeitig Energiekosten spart.

Damit die Displays den hohen Temperaturen standhalten, die unter stundenlanger Sonnenbestrahlung entstehen, sind sie besonders robust ausgelegt. Durch den kaum sichtbaren Rand von nur wenigen Millimetern, können für große Werbeinstallationen auf Messen und in Shoppingmalls mehrere Bildschirme scheinbar nahtlos zu einer großen Videowall aneinandergesetzt werden.

Die neue Display-Serie verfügt über die Digital-Signage-Komplettlösung System on Chip 2.0: Ein Mediaplayer und eine Content-Management-Software sind zur Erstellung und Steuerung von Werbeinhalten direkt in die Bildschirme eingebettet. Dies soll die Installation und den Betrieb vereinfachen. Das webbasierte Content-Management-System MagicInfo Player S2 bietet über 200 Templates in branchenspezifischen Layouts, die Anwender nutzen können, um in wenigen Schritten ihre individuellen Inhalte zu erstellen. Falls sich das

Veranstaltungsprogramm spontan ändert oder die Tageskarte blitzschnell angepasst werden muss, können Einzelhändler und Veranstalter die Inhalte dank integriertem WiFi sogar drahtlos per Smartphone oder Tablet aktualisieren.

Weiterführende Links zur News

[PRAD Kaufberatung: Auswahl empfehlenswerter Monitore der Redaktion](#)

[Die meistverkauften Monitore bei Amazon](#)

[4K Ultra-HD-Monitor Samsung U32D970Q begeistert im Test](#)

[PRAD Weihnachtsgewinnspiel: Gewinne einen von drei Beamern](#)