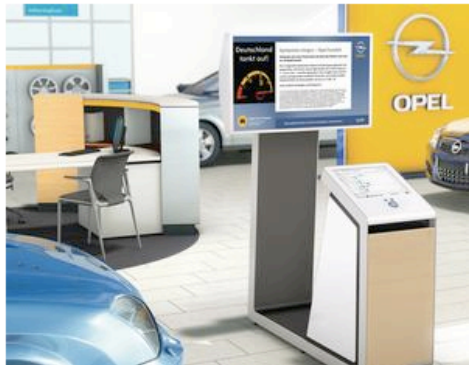


## General Motors setzt auf Digital Signage P

27.08.08 Der Automobilkonzern General Motors Europe setzt nach Pitch und sechsmonatiger Evaluierungsphase flächendeckend auf Digital Signage. Den Gesamterfolg gewinnt eine deutsche Agentur abseits der interaktiven Ballungsgebiete.



Opel Car Creator als Digital Signage System  
(Bild: Cybay)

General Motors Europe setzt künftig das Instore-TV-System Dingo der hannoverschen Agentur Cybay New Media in der PoS-Kommunikation ein. Cybay setzte sich dabei nach Pitch und sechsmonatiger Evaluierungsphase gegen den Wettbewerb durch und wird nun im Rahmen einer Konzernlizenz europaweit in der GM-Gruppe eingesetzt.

Dabei werden in der ersten Roll-Out-Phase 2008 die Opel Car Creator-Stationen von über 300 Open-Händlern in Deutschland mit

Aktionsinfos, TV-Spots und News über das Dingo-Netzwerk versorgt. So werden die integrierten LCD-Monitore zu einem neuen Kommunikationskanal in der Kundenansprache und ermöglichen Echtzeit-Marketing am Point of Sale.

"Dingo erlaubt uns ein Echtzeit-Marketing am Point-of-Sale", begründet Volker Brien, Direktor Marketing Mid-Europe Cluster die Entscheidung. Bei General Motors kommt die neue Version des Digital-Signage-Systems Dingo zum Einsatz, die komplett auf die Kommunikation über Web-Services setzt. (jg)



Der Bildschirm des Open Car Creators  
(Bild: Cybay)