

# NEWS

## De supersmarte supermarkt

Digital signage, de culinaire copiloot na werktijd

9 juni 2026, Tobias Engl



Na een lange werkdag is er nauwelijks tijd voor de vraag of kikkererwten of linzen beter passen bij de halve aubergine in de groentela. Toch wordt in Duitsland per hoofd van de bevolking jaarlijks zo'n 78 kilo voedsel weggegooid, grotendeels door gebrek aan planning, niet omdat het niet lekker is. Daar haakt een idee op in dat technisch dichterbij ligt dan velen denken... de verbonden supermarkt die meedenkt en meekookt.

De basisingrediënten bestaan al. Smart fridges van Samsung, Bosch en LG inventariseren hun inhoud, voorraadkasten worden dankzij beeldherkenning een intelligent magazijn, receptplatforms houden boodschappenlijstjes dynamisch bij. Wat ontbreekt, is het verbindende element, en precies dat gat dicht digital signage met ScreenWay in de winkel. Wie binnenstapt, zou discreet kunnen lezen: "U hebt thuis nog paprika, rijst en kip. Vandaag in de aanbieding: kokosmelk, koriander en limoenen - klaar is de Thaise curry voor € 4,80." Op het 4K-display bij de specerijen wisselt het beeld van affiche naar het bijpassende recept, met de aanwijzing waar de currypasta staat. De schermen reageren op tijdstip, voorraad en drukte. Op termijn, met uitdrukkelijke toestemming en binnen de kaders van de AVG en de EU AI Act, ook op de anonieme context vóór het scherm.

De eigenlijke charme zit in het retourkanaal. In een geïntegreerde smart kitchen werkt de voorraadlijst zichzelf bij. De verbonden weegschaal registreert de verbruikte 200 gram rijst, de koelkast ziet dat de kokosmelk op is. Bij de volgende boodschappenronde weet het systeem dus niet alleen wat er ontbreekt, maar ook wat er al is. Het resultaat: gerichtere aankopen, een versere voorraad en aan het eind van de dag precies de ingrediënten die echt nodig zijn.

Nog een stap verder gaat biometrische personalisatie. Wijst de smartwatch, vrijwillig gedeeld, op een verhoogde ijzerbehoefte, dan stelt het systeem linzen met spinazie en citroen voor. Niet omdat de marketing het pusht, maar omdat de combinatie het lichaam goeddoet. Vandaag werkt al een grove aanbevelingslogica op basis van activiteit, allergenen en zelfgekozen doelen; de fijnere, volledig biometrische afstemming moet technisch en regelgevend nog rijpen.

Waarom dan nog schermen in de winkel als de smartphone alles weet? Omdat ruim zeventig procent van de aankoopbeslissingen bij het schap valt, niet thuis. Het display op de versafdeling is het punt waar digitale aanbeveling en werkelijke beschikbaarheid samenkomen: "Vandaag vers: zalmfilet uit Noorwegen - past bij de broccoli in uw mandje." Dat is geen affiche meer, maar service. En voor de retailer de kans om versproducten tijdig en gericht te vermarkten, in plaats van overal hetzelfde op te hangen. Precies hier verbindt het Münchense bedrijf ScreenWay de hardware in de winkel met het voorraadbeheersysteem, apps en op termijn IoT-data. Zodat het scherm een copiloot wordt die op de situatie inspeelt.

De winst van deze koppeling is niet de techniek, maar de ontlasting. De winkel neemt de klant na werktijd het plannen, rekenen en combineren uit handen. Discreet, op de achtergrond, afgestemd op wat er thuis al staat. Voor de retail is dat het antwoord op stagnerende marges en een groeiend besef van de waarde van voedsel. En voor de klant wordt woensdagavond linzencurry-avond, omdat het display bij de ingang vriendelijk liet weten dat de linzen al weken op hun grote moment wachten. De supermarkt van de toekomst kookt niet zelf, maar denkt wel mee. En soms is dat precies het waardevolste ingrediënt van een goede maaltijd.