NEWS

Supersmart supermarked

Digital skilting, ettermiddagens kulinariske andrepilot

8. juni 2026, Tobias Engl



Etter en lang arbeidsdag er det knapt tid til å spørre seg om kikerter eller linser passer best til den halve auberginen i grønnsaksskuffen. Samtidig kastes det i Tyskland rundt 78 kilo mat per innbygger i året, mesteparten på grunn av manglende planlegging, ikke dårlig smak. Det er her en idé kommer inn som teknisk ligger nærmere enn mange tror … det tilkoblede supermarkedet som tenker og lager mat sammen med deg.

Grunningrediensene finnes allerede. Smartkjøleskap fra Samsung, Bosch og LG holder oversikt over innholdet sitt, matskap blir intelligente lagre via bildegjenkjenning, og oppskriftsplattformer oppdaterer handlelister dynamisk. Det som mangler, er bindeleddet, og nettopp dette hullet tetter digital skilting med ScreenWay i butikken. Den som går inn i butikken, kunne diskret få vite: «Du har fortsatt paprika, ris og kylling hjemme. I dag på tilbud: kokosmelk, koriander og lime – og vips har du thaicurry for 4,80 euro.» På 4K-skjermen i krydderavdelingen skifter motivet fra plakat til den passende oppskriften, med beskjed om hvor currypastaen står. Skjermene reagerer på tid på døgnet, varebeholdning og kundestrøm. På sikt, med uttrykkelig samtykke og innenfor rammene av GDPR og EU AI Act, også på den anonyme konteksten foran dem.

© ScreenWay | www.screenway.com

Den egentlige sjarmen ligger i returkanalen. I et integrert smartkjøkken oppdaterer forrådslisten seg selv. Den tilkoblede vekten registrerer de 200 grammene ris som er brukt, kjøleskapet registrerer den tomme kokosmelken. Ved neste handletur vet systemet altså ikke bare hva som mangler, men også hva som allerede finnes. Resultatet er mer målrettede innkjøp, ferskere forråd og ved dagens slutt akkurat de ingrediensene man virkelig trenger.

Et hakk videre går den biometriske personaliseringen. Hvis smartklokka, delt frivillig, antyder økt jernbehov, foreslår systemet linser med spinat og sitron. Ikke fordi markedsføringen presser på, men fordi kombinasjonen gjør kroppen godt. I dag fungerer en grov anbefalingslogikk basert på aktivitet, allergener og egne mål; den finere, fullt biometriske tilpasningen modnes fortsatt teknisk og regulatorisk.

Hvorfor da skjermer i butikken, når smarttelefonen vet alt? Fordi over sytti prosent av kjøpsbeslutningene tas ved hylla, ikke hjemme. Skjermen i ferskvareavdelingen er punktet der digital anbefaling og faktisk tilgjengelighet møtes: «Ferskt i dag: laksefilet fra Norge – passer til brokkolien i kurven din.» Det er ikke lenger en plakat, men service. Og for butikken er det sjansen til å markedsføre ferskvarer i tide og målrettet, i stedet for å plakatere i hytt og vær. Nettopp her kobler det München-baserte selskapet ScreenWay maskinvaren i butikken med lagerstyring, apper og på sikt IoT-data. Slik blir skjermen en situasjonsbestemt andrepilot.

Gevinsten ved denne sammenkoblingen er ikke teknikken, men avlastningen. Butikken tar planleggingen, kalkuleringen og kombineringen av hendene på deg etter jobb. Diskret, i bakgrunnen, tilpasset det som allerede står hjemme. For handelen er det svaret på stagnerende marginer og en økende bevissthet om verdien av mat. Og for kunden blir onsdag kveld til linsecurry, fordi skjermen ved inngangen vennlig minnet om at linsene har ventet på sin store opptreden i ukevis. Fremtidens supermarked lager ikke mat selv, men det tenker med. Og noen ganger er nettopp det den mest verdifulle ingrediensen i et godt måltid.

© ScreenWay | www.screenway.com