

NEWS

Supersmart supermarket

Digital signage, kulinarčni sopilot večera po službi

9. junij 2026, Tobias Engl



Po dolgem delovnem dnevu ostane vprašanje, ali k polovici jajčevca v predalu za zelenjavo bolje pašejo čičerika ali leča. Pri tem se v Nemčiji na prebivalca letno zavrže približno 78 kilogramov živil, največji del zaradi pomanjkljivega načrtovanja, ne zaradi slabega okusa. Tam se začne ideja, ki je tehnično bližja, kot mnogi mislijo... povezani supermarket, ki misli in kuha zraven.

Osnovne sestavine že obstajajo. Pametni hladilniki Samsunga, Boscha in LG-ja popisujejo svojo vsebino, shrambe s prepoznavanjem slik postajajo pametna skladišča, receptne platforme dinamično vzdržujejo nakupovalne sezname. Kar manjka, je povezovalni element in prav to vrzel v trgovini zapira digital signage s ScreenWayem. Kdor stopi v trgovino, bi lahko diskretno izvedel: »Doma imaš še papriko, riž in piščanca. Danes v akciji: kokosovo mleko, koriander in limete - tajski curry je pripravljen za 4,80 €.« Na 4K-zaslonu oddelka začimb se motiv s plakata zamenja v ustrezen recept, z napotkom, kje stoji curryjeva pasta. Zasloni se odzivajo na del dneva, zalogo blaga in obisk. Perspektivno, z izrecno privolitvijo in v okviru GDPR ter evropskega akta o umetni inteligenci, na anonimni kontekst pred njimi.

Pravi čar leži v povratnem kanalu. V integrirani pametni kuhinji se seznam zalog posodablja sam. Povezana tehnika prepozna porabljenih 200 gramov riža, hladilnik registrira prazno kokosovo mleko. Pri naslednjem nakupu sistem torej ne ve le, česa manjka, temveč tudi, kaj že je. Rezultat so bolj ciljni nakupi, bolj sveže zaloge in na koncu dneva natanko tiste sestavine, ki jih človek res potrebuje.

Stopnjo naprej misli biometrična personalizacija. Če pametna ura, prostovoljno deljena, nakazuje povečano potrebo po železu, sistem predlaga lečo s špinačo in limono. Ne zato, ker marketing to potiska, temveč ker kombinacija telesu dobro dene. Danes deluje groba priporočilna logika po aktivnosti, alergenih in samopostavljenih ciljih; finejša, povsem biometrična uglasitev tehnično in regulatorno še zori.

Čemu potem še zaslone v trgovini, če pametni telefon vse ve? Ker več kot sedemdeset odstotkov nakupnih odločitev pade ob polici, ne doma. Zaslon v oddelku svežega je točka, kjer se digitalno priporočilo in resnična razpoložljivost srečata: »Danes sveže: lososov file iz Norveške - paše k brokoliju v vaši košari.« To ni več plakat, temveč storitev. In za trgovca priložnost, da sveže blago trži pravočasno in ciljno, namesto da pavšalno plakatira. Prav tu münchenško podjetje ScreenWay povezuje strojno opremo v trgovini z blagovnim poslovanjem, aplikacijami in perspektivno podatki IoT. Da iz zaslona nastane situacijski sopilot.

Dobiček te povezanosti ni tehnika, temveč razbremenitev. Trgovina večeru po službi odvzame načrtovanje, računanje in kombiniranje. Diskretno, v ozadju, uglašeno s tem, kar doma že stoji. Za trgovino je to odgovor na stagnirajoče marže in rastočo zavest o vrednosti živil. In za stranko sredin večer postane lečin curry, ker je zaslon pri vходу prijazno spomnil, da leča že tedne čaka na svoj nastop. Supermarket prihodnosti ne kuha sam, a misli zraven. In včasih je prav to najdragocenejša sestavina dobrega obroka.