

NEWS

Supersmart supermarket

Digital signage – vardagskvällens kulinariska andrepilot

9 juni 2026, Tobias Engl



Efter en lång arbetsdag finns knappt tid att fundera på om kikärtor eller linser passar bäst till den halva auberginen i grönsakslådan. Samtidigt slängs det i Tyskland omkring 78 kilo mat per person och år, det mesta på grund av bristande planering, inte för att det smakar illa. Här kommer en idé in som tekniskt ligger närmare än många tror ... den uppkopplade mataffären som tänker och lagar mat tillsammans med dig.

Grundingredienserna finns redan. Smarta kylskåp från Samsung, Bosch och LG inventerar sitt innehåll, skafferier blir intelligenta lager med hjälp av bildigenkänning, receptplattformar uppdaterar inköpslistor dynamiskt. Det som saknas är länken mellan dem, och just den luckan fyller digital signage med ScreenWay i butiken. Den som kliver in skulle diskret kunna få veta: "Du har paprika, ris och kyckling hemma. Dagens erbjudande: kokosmjölk, koriander och lime – så är thaicurryn klar för 4,80 €." På 4K-skärmen vid kryddhyllan byts motivet från affisch till ett passande recept, med besked om var currypastan står. Skärmarna reagerar på tid på dygnet, lagersaldo och kundflöde. På sikt, med uttryckligt samtycke och inom ramen för GDPR och EU:s AI-förordning (AI Act), även på det anonyma sammanhanget framför dem.

Den verkliga charmen ligger i returkanalen. I ett integrerat smart kök uppdaterar förrädslistan sig själv. Den uppkopplade vågen känner av de 200 gram ris som gått åt, kylskåpet registrerar den tomma kokosmjölken. Vid nästa inköp vet systemet alltså inte bara vad som fattas utan också vad som redan finns. Resultatet blir mer träffsäkra inköp, fräschare

förråd och när dagen är slut exakt de ingredienser man verkligen behöver.

Ett steg längre går den biometriska personaliseringen. Om smartklockan – frivilligt delad – tyder på ett ökat järnbehov föreslår systemet linser med spenat och citron. Inte för att marknadsföringen trycker på, utan för att kombinationen gör kroppen gott. I dag fungerar en grov rekommendationslogik utifrån aktivitet, allergener och egna mål; den finare, helt biometriska anpassningen mognar fortfarande, både tekniskt och regulatoriskt.

Varför då skärmar i butiken, när smartphonen vet allt? För att över sjuttio procent av köpbesluten fattas vid hyllan, inte hemma. Skärmen på färskvaruavdelningen är platsen där digital rekommendation och verklig tillgång möts: "Färskt i dag: laxfilé från Norge – passar till broccolin i din korg." Det är inte längre en affisch utan service. Och för handlaren är det chansen att marknadsföra färskvaror i tid och riktat, i stället för att affischera i klump. Just här kopplar Münchenföretaget ScreenWay ihop hardware i butiken med affärssystem, appar och på sikt IoT-data. Så att skärmen blir en andrepilot som läser av situationen.

Vinsten med den här uppkopplingen är inte tekniken utan avlastningen. Butiken tar över planerandet, kalkylerandet och kombinerandet från den trötta vardagskvällen. Diskret, i bakgrunden, anpassat efter det som redan finns hemma. För handeln är det svaret på stagnerande marginaler och en växande medvetenhet om matens värde. Och för kunden blir onsdagskvällen en linscurrykväll, eftersom skärmen vid entrén vänligt påminde om att linserna i veckor har väntat på sitt stora ögonblick. Framtidens mataffär lagar inte maten själv, men den tänker med. Och ibland är just det den mest värdefulla ingrediensen i en god måltid.