Edekas digitale Einkaufswagen: So revolutioniert KI Ihren Einkauf in Berlin!

Edeka testet in Berlin digitale Einkaufswagen mit KI, die den Einkauf durch Produkterkennung und Navigation erleichtern.

Eichborndamm, 13403 Berlin, Deutschland - In Berlin wird ein neues Einkaufserlebnis erprobt: Edeka führt innovative digitale Einkaufswagen ein, die mit Tablets ausgestattet sind. Diese Maßnahme soll das Einkaufen effizienter und angenehmer gestalten. Der Edeka-Kaufmann Sören Görse hat in seiner Filiale am Eichborndamm 40 von 60 Einkaufswagen mit dieser Technologie ausgestattet. Die Entwicklung stammt von dem israelischen Start-up Catch, das eine Plattform erstellt hat, die Kunden digitale Unterstützung bietet, um ihren Einkauf schneller zu erledigen. Die Kunden haben die Möglichkeit, handgeschriebene Einkaufszettel einzuscannen, was die Produktsuche im Markt erleichtert und eine automatische Erkennung der Produkte ermöglicht. **Ruhr24 berichtet, dass** die Technologie die Kunden zudem direkt zu den Regalen führt, wo die Produkte platziert sind.

Der Testlauf der digitalen Einkaufswagen läuft bereits seit drei Monaten, und die Resonanz der Kunden ist durchweg positiv. Laut **t-online** schätzen die Nutzer besonders die digitale Unterstützung, die ihnen hilft, Einkaufslisten und Rezeptzutaten zu erkennen und somit den Einkaufsprozess erheblich zu vereinfachen. Darüber hinaus nutzen auch andere Edeka-Händler in der Region Minden bereits digitale Einkaufshilfen in mehr als 200 Märkten. Ein ähnliches Konzept wird von Rewe, das seit Frühjahr 2023 in Köln-Bickendorf getestet wird, verfolgt.

Technologische Innovation im Einzelhandel

Die Technologien hinter den digitalen Einkaufswagen basieren auf künstlicher Intelligenz (KI), die eine zentrale Rolle im Einzelhandel spielt. Laut einem Special von **Retail-News.de** nutzen 89 % der Einzelhändler bereits KI, häufig im Bereich Marketing, Kundenverhaltensanalyse und zur Optimierung von Lieferketten. Diese Technologien revolutionieren nicht nur den Kaufprozess, sondern fördern auch personalisierte Einkaufserlebnisse und intelligentere Prognosen im Handel.

Catch plant, die Plattform für digitale Einkaufswagen weiter auszubauen, um zusätzliche Funktionen wie personalisierte Werbeangebote und Coupons anzubieten. Diese sollen auf dem Einkaufsverhalten sowie der Tageszeit basieren und dabei die Anonymität der Kunden wahren. So könnte das digitale Einkaufserlebnis in naher Zukunft noch attraktiver gestaltet werden.

Es ist klar, dass die Integration solcher Technologien im Einzelhandel nicht nur den Einkauf vereinfachen soll, sondern auch eine Antwort auf die zunehmenden Anforderungen der Verbraucher nach effizienteren und anpassbaren Lösungen darstellt.

Details	
Ort	Eichborndamm, 13403 Berlin, Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.ruhr24.de• www.t-online.de• kispektrum.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de