

Direkter Draht für Tippfaule

Merkwürdige Muster zieren immer häufiger Plakate, Zeitungen und Werbesendungen: QR-Codes. Die von Herstellern auf Poster, Magazine oder Verpackungen gedruckten Codes lassen sich per Handy einlesen und führen den User zu Zusatzinfos im Internet.



QR-Codes bieten neue Möglichkeiten im Service

Mittels gedruckter Codes bieten immer mehr Unternehmen Kunden zusätzlichen Service an und beschleunigen Geschäftsprozesse: Werkzeughersteller versehen ihre Geräte mit Codes, damit der Bediener schneller Kontakt zum Kundendienst aufnehmen kann. Die Schaffner der Bahn lesen Informationen auf den Tickets per QR-Codes (engl. Quick Response, „schnelle Antwort“) aus. Lufthansa bietet sie zum Selbstbedienungs-Check-in an, und Konsumgüterunternehmen nutzen den Barcodenachfolger als Lockmittel für Tippmuffel: per Handy den QR-Code auf dem Werbeplakat scannen und im Shop dann den Gutschein einlösen. Der Clou: Die codierten Daten sind redundant im QR-Code abgespeichert. Selbst wenn bis zu 30 Prozent zerstört sind, kann der noch richtig interpretiert werden. Gerade für den Einsatz in der Außenwerbung ist das von Vorteil, wenn zum Beispiel Plakate durch Wind und Wetter Schaden erlitten haben.