

> Innovation und Umwelt

Mit QR-Codes Kosten reduzieren

Die schnelle Verbreitung von Smartphones und Tablets macht die sogenannten Quick-Response-Codes (QR-Codes) auch für das Marketing interessant. Bereits im nächsten Jahr werden sich acht von zehn Käufern von Mobiltelefonen für ein Smartphone entscheiden. Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien

einem QR-Code zusammengefasst und auf die Rückseite gedruckt. Wird dieser Code eingescannt, kann der Nutzer alle Kontaktdaten direkt in sein Adressbuch übernehmen. Für die Kunden ist dieser Service praktisch und sicher, denn wie schnell wird durch einen Tippfehler beim Übertragen von Telefonnummern oder E-Mail-Adressen die Kommunikation be- und eventuell sogar verhindert.

Ein QR-Code kann zudem einen Link zu einer Homepage enthalten. Das ist beispielsweise bei einer Kampagne von großem Vorteil. Die erste Seite einer Homepage hat meist eine kurze Webadresse (URL) wie www.muster.de. Bei einer Werbemaßnahme würde jedoch nicht auf diese Seite verlinkt, sondern auf die Unterseite mit dem entsprechenden Sonderangebot. Auf einem Plakat oder in einem Flyer macht eine lange URL keinen Sinn. Wer kann sich schon eine Zeichenfolge mit mehr als 20 Buchstaben, Ziffern und Sonderzeichen merken?



Foto: © panthermedia.net – Tetiana Vitsenko

e.V. (BITKOM) rechnet damit, dass bereits im Jahr 2014 rund 70 Prozent aller Mobiltelefone Smartphones sein werden.

Eine sehr einfache und effektive Methode, QR-Codes einzusetzen, bieten Visitenkarten. Alle Informationen von der Vorderseite – Name, Post- und E-Mail-Adresse – werden in

Hier schafft ein QR-Code Abhilfe. In dem Quadrat ist der Link – ganz gleich wie lang – enthalten und auf dem Smartphone anklickbar. Wird dann noch eine Kurz-URL genutzt, kann der QR-Code sehr klein sein und passt problemlos auf eine Briefmarke. Das ist zum Beispiel für die Gestaltung eines Flyers ein wichtiger Vorteil.