

# OFF/ON SHORTCUTS

In den asiatischen Ländern sind QR-Codes allgegenwärtig. Nun erleben sie auch in den USA und Europa ein Comeback – teilweise in anderer Form und unter anderem Namen. Sie sind nicht nur eine Brücke zwischen Off und On. Sie bieten Shoppern einen schnellen Zugang zu Produkten, Informationen, Price-offs und Mehrwerten, den sie sonst so einfach nicht bekommen hätten.

PudelsKern.

## WAS IHN ANTREIBT

- In China haben WeChat und Alibaba ein ganzes Eco-System um QR-Codes herum gestrickt, das alle Phasen der Shopper Journey umfasst. Die Partnerschaft von Alipay mit Digital Wallets in Europa wird QR-Codes auch hier populärer machen.
- Social-Media- und Streaming-Plattformen wie Snapchat, Facebook und Spotify haben eigene QR-Codes entwickelt, die den Usern die Nutzung der Dienste erleichtern und von Marken als Customer Activation Tool genutzt werden.
- Seit 2017 sind QR-Code-Scanner entweder eine systemeigene Funktion von Smartphones (Apple) oder – meistens zumindest – als App vorinstalliert (Android).

## WARUM ER RELEVANT IST

- Ob sichtbar oder versteckt, gedruckt oder digital, den Einsatzmöglichkeiten von QR-Codes in welcher Form auch immer sind keine Grenzen gesetzt. Sie sind für jede Form von Content – bis hin zum Verkauf von Produkten – geeignet.
- Rückblickend sind QR-Codes ihrer Zeit voraus gewesen. Jetzt ist sie gekommen. In den vergangenen Jahren haben sich sowohl die zugrundeliegenden Technologien als auch die Art und Weise geändert, wie die Menschen sie nutzen.
- Durch die Einführung der Bonpflicht im Einzelhandel und die zunehmende Nutzung von digitalen Kassenzetteln werden QR-Codes auch hierzulande immer populärer.