

große chance

In kürzester Zeit haben sich Kundenbedürfnisse geändert. QR-Code, iBeacon und RFID und genießen immer größere Akzeptanz und eröffnen Firmen die Chance, sich neu zu positionieren.

www.abcmagazin.de

Benjamin Zierock | Aug 16, 2017

QR-Code

QR-Codes (englisch für „Quick Response“, „schnelle Antwort“) bezeichnen zweidimensionale Strichcodes, welche die Denso Wave im Jahr 1994 entwickelte. Anfang der 80er stiegen die Anforderungen der Automobilindustrie an maschinenlesbare Codes. Sie sollten mehr Informationen auf kleinerer Fläche unterbringen und geringe Anforderungen an Lesegeräte stellen, und sie sollten funktionieren, wenn sie teilweise verschmutzt oder zerstört sind.

QR-Codes sind im Grunde kleine Datenspeicher, die bis zu einer halben DIN-A4-Seite Text fassen. Die Informationen sind verschlüsselt in einem Muster aus hellen und dunklen Punkten. Eine bestimmte Abfolge erzeugt einen definierten Wert, etwa einen Buchstaben oder eine Zahl. Besonders häufig kommen QR-Codes in der Werbung und in Zeitungen vor. Dort stehen sie vor allem für komplizierte oder lange Internetadressen. Der Nutzer muss nur den Code vor die Kamera des Handys oder Notebooks halten, um die gewünschten Infos zu bekommen.

RFID

Radio Frequency Identification (RFID) ist ein drahtlos arbeitendes Verfahren zur Auszeichnung und Identifikation von Waren, Objekten, Personen und Nutztieren. Es ist ein elektronisches Verfahren, das berührungslos arbeitet und die Warendaten über eine gewisse Entfernung mit Funk, induktiver oder Resonanz-Kopplung überträgt. Ein RFID-System besteht aus dem Datenträger, das sind die RFID-Tags, einer Antenne und dem RFID-Lesegerät.

iBeacon

Der kompakte Bluetooth-Sender versorgt Nutzer mit Informationen und leitet diese beispielweise in Gebäuden ans Ziel. iBeacons können selber keine Push-Benachrichtigungen auf Empfangsgeräte senden, Nutzerdaten sammeln oder speichern.

Kern der iBeacon-Technologie sind kleine Geräte von der Größe einer Streichholzschachtel, welche mit Strom betrieben und an Objekten installiert werden können. Auch Smartphones können als Empfänger fungieren und sind attraktiv für Unternehmen, die zum Beispiel iPads als Informationszugriff ähnlich wie Apple in seinen Stores einsetzen. Tags werden in Warenwirtschaftssystemen und der Logistik eingesetzt, ebenso im Personenbereich für die Zugangskontrolle und im Electronic Ticketing, in der Tieridentifikation oder in Kraftfahrzeugen als Wegfahrsperr, in der Erfassung von Maut und der Erstellung von Verkehrsprofilen und auch auf Smartcards. RFID unterstützt Hersteller, Lieferanten, Speditionen und Distributoren in der Logistik, der Optimierung der Lagerhaltung und der Rechnungslegung.