



Werden die Strichcodes auf den Verpackungen bald verschwinden?

Nach mehr als fünfzig Jahren treuer Dienste soll der Strichcode bis 2027 verschwinden und durch den QR-Code ersetzt werden.

Strichcodes wurden 1974 in den USA eingeführt und sind seitdem auf allen Konsumgütern zu finden. Doch ihre Tage sind wohl gezählt. Bis 2027 sollen sie nach und nach durch QR-Codes ersetzt werden, bis die Einzelhändler die notwendigen Kassensmaschinen angeschafft haben. Während der Strichcode 13 Ziffern und damit 13 Informationen enthält, bietet der QR-Code bis zu 400 Ziffern. Der Strichcode oder Barcode gibt lediglich die Produktreferenz und den Preis an, während der QR-Code zahlreiche weitere Möglichkeiten bietet. Nämlich zum Beispiel Links zu Websites oder zu einem Bild, einem Video, einem PDF-Dokument oder einer Anwendung zum Herunterladen. Für viele Markenhersteller ist das ein Mittel, um die Produkte besser zu verkaufen.

Der QR-Code erleichtert auch die Rückverfolgbarkeit von Produkten und erleichtert die Verwaltung von Beständen, Rücksendungen oder unverkauften Produkten. Wenn der QR-Code zur „Identitätskarte“ eines Produkts wird, ist es einfacher, es weiterzuverkaufen, neu zu verpacken oder zu reparieren. Und der Verbraucher hat Zugang zu allen Informationen, die er braucht: Herkunft des Produkts, Zusammensetzung, Mindesthaltbarkeitsdatum bei Lebensmitteln oder Montageanleitung für Möbel aus einem Bausatz. Auch an der Kasse soll das Scannen noch schneller gehen als mit einem Strichcode.

Aber auch Hacker haben verstanden, wie sie den QR-Code für ihre Zwecke nutzen können. Nach dem gleichen Prinzip wie beim Phishing sind Betrügereien aufgetaucht, die als QRishing bezeichnet werden: Der QR-Code kann auf eine Website führen wo man versucht, dem Besucher wichtige Informationen zu entlocken. Aber wie bei einer E-Mail gilt auch hier: Wenn nach dem Einlesen eines böartigen QR-Codes keine weitere Aktion durchgeführt wird, besteht auch kein Risiko eines Datendiebstahls.