

Der bescheidene und überzeugte Barcode – seit fast 50 Jahren ein fester von Verbraucherverpackungen – wird bald durch einen robusteren und kräftigeren Nachfolger, der weit mehr Informationen über das Produkt im Inneren bietet.

- Die neuen „[2D“-Barcodes](#) werden unzählige Online-Extras (für Verbraucher) freischalten und die Bestandsverwaltung (für Einzelhändler) revolutionieren.
- If wir sie scannen, can wir das Feld, auf dem etwas angebaut wurde, die Fabrik, in der ein Kleidungsstück genäht wurde, die Nachhaltigkeitspraktiken des Unternehmens, das es hergestellt hat, oder die Waschanleitung erfahren.

Warum es wichtig ist: Die Technologie verspricht, die Produktsicherheit zu verbessern, uns mehr Transparenz über die Herkunft der von uns gekauften Artikel zu geben und unser Leben mit Vorschlägen zur Verwendung oder Zubereitung unserer Einkäufe zu verbessern.

- Geschäfte können sofort auf Produktrückrufe, reagierende Artikel identifizieren und aus den Regalen entfernen.
- Sie können Lebensmittel kennzeichnen, die sich ihrem Verfallsdatum nähern – und Rabatte anbieten, bevor sie ablaufen.
- Verbraucher erhalten Online-Zugriff auf eine Fülle nützlicher Daten – alles von Zutaten, Rezepten und potenziellen Allergenen bis hin zu Werbeangeboten und Informationen zum Recycling des Produkts.

Die Nachrichten vorantreiben: Im weltweiten Vorstoß namens „[Sunrise 2027](#)“ wechselt die Einzelhandelsbranche vom standardmäßigen 12-stelligen Barcode – dem Quadrat aus einem vertikalen Linien, das auf eine Verpackung gedruckt wird und sie am Kassenscanner zum „Piepen“ bringt – zu einer zweidimensionalen webfähigen Version .

- Die Bekämpfung wird von [GS1 US orchestriert](#), der gemeinnützigen Standardisierungsorganisation, die Barcode-Welt überwacht.
- In den Vereinigten Staaten werden UPC-Barcodes (Universal Product Code) durch einen neuen 2D-Typ ersetzt, bei dem Informationen sowohl auf der horizontalen als auch auf der vertikalen Achse codiert sind.

Wie es funktioniert: Im Gegensatz zum einfachen UPC-Barcode – ein Barebone-Arbeitstier, das auf praktisch jedem Verbraucherprodukt der Welt gedruckt ist – werden die 2D-Upgrades „Sie zu einem Erlebnis führen, das die Marke Ihnen bieten möchte“, sagt Carrie Wilkie , SVP von Standards und Technologie bei GS1 US.

- Produkte werden an der Kasse immer noch auf dieselbe Weise abgerufen, aber die aufgemotzten Barcodes eröffnen eine Welt voller Extras in Echtzeit – wie Treuepunkte, Spiele und Coupons.
- „Die Möglichkeit, beide Dimensionen dieses quadratischen QR-Codes zu codieren, gibt Ihnen die Möglichkeit, robustere Informationen als heute in UPC

unterzubringen, der nur eine kleine Anzahl von Zahlen aufnehmen kann“, sagt Wilkie zu Axios.

- Während der COVID-19-Pandemie haben wir uns mit einer Art von 2D-Barcodes vertraut gemacht: [QR-Codes](#) , die heute allgegenwärtige Zugänge zu [Restaurantmenüs](#) sind .

Auf der Rückseite erwarten die Geschäfte von den 2D-Upgrades enorme Verbesserungen bei der Bestandskontrolle.

- „[Da Marken und Einzelhändler mehr in KI und Robotik](#) investieren , brauchen sie diese in einem maschinenlesbaren Format“, sagt Wilkie.

Wo es steht: Puma ist das erste Unternehmen, das bekannt gibt, dass es 2D-Barcodes in seinen US-Geschäften und -Produkten verwendet, sagte Wilkie.

- Diese Codes verlinken auf Informationen über die Nachhaltigkeitsbemühungen von Puma und die Materialien in den Turnschuhen, die Sie kaufen.
- International werden 2D-Barcodes in Australien und Neuseeland für Frischeinformationen von Feinkost- und Fleischprodukten verwendet.
- In Japan used ein Einzelhändler sie, um Lebensmittel mit einer transparenten Haltbarkeit von weniger als drei Tagen "nach Bedarf zu rabattieren".

Hintergrundgeschichte: Der erste mit einem UPC gekennzeichnete Artikel wurde am 26. Juni 1974 im Marsh Supermarket in Troy, Ohio,[per](#) Smithsonian Magazine überprüfen .

- Clyde Dawson, der Forschungs- und Entwicklungsleiter des Supermarkts, zog eine Mehrfachpackung Wrigley's Juicy Fruit aus seinem Einkaufswagen und gab sie der Kassiererin Sharon Buchanan zum Scannen.
- „Er hat sich dafür entschieden, weil niemand sicher war, dass ein Strichcode auf etwas so Kleines wie eine Packung Kaugummi gedruckt werden kann“, heißt es in der Geschichte.

Was kommt als Nächstes: GS1 US hat gerade ein „Barcode-Fähigkeits-Testkit“ [herausgebracht, um Einzelhändlern dabei zu helfen, ihre Bereitschaft für den 2D-Umstieg zu bewerten.](#)

- Wir können davon ausgehen, dass wir bald mehr Produkte mit 2D-Barcodes (oder beiden Typen, wenn der Übergang voranschreitet) sehen werden.