

“Gut, besser, am besten”  
Stadtmarketingtag Baden-Württemberg 2012  
Handelsverband Baden-Württemberg e.V.  
17. Dezember 2012, Stuttgart

## QR-Codes und Co. im Stadtmarketing – Entwerfen, realisieren, bewerten

Prof. Guido Kühn, Schwäbisch Hall und Dipl. Des. Heike Raap, Nürnberg

### Abstract

QR-Codes bieten in Verbindung mit Smartphones die Möglichkeit, orts- und zeitbezogene Informationen zusätzlich zum physisch wahrnehmbaren Raum abzurufen. Im Rahmen eines Hochschulprojektes, welches wir 2011 mit Studierenden der Fachhochschule Schwäbisch Hall durchführten, wurde untersucht, welche Potenziale diese Technologie hinsichtlich des Stadtmarketings bieten kann. Es wurden insgesamt sieben Entwürfe realisiert, in der Schwäbisch Haller Innenstadt installiert und bewertet. Erfahrungen und Erkenntnisse dieser Arbeit, sowie darauf basierende Handlungsempfehlungen für den Umgang mit QR-Codes, werden in diesem Artikel dargelegt.

### Inhalte

Das Rahmenprojekt und seine beteiligten Akteure	2
QR-Codes, wie sie funktionieren und welche Möglichkeiten sie bieten	3
QR-Codes im Stadtmarketing: Projekte und Erkenntnisse	4
Fragenkatalog als Hilfestellung bei Konzeption und Bewertung	10
Fazit – Vom Speziellen zum Allgemeinen	10
Bildnachweis, Kontaktdaten	11

## Das Rahmenprojekt und seine beteiligten Akteure

### Raus aus dem Elfenbeinturm

Im Sommersemester 2011 initiierten die Autoren gemeinsam mit der Stadt Schwäbisch Hall ein Hochschulprojekt an der Fachhochschule Schwäbisch Hall im Studiengang Mediendesign. Ziel war es, die Potenziale der QR-Code-Technologie hinsichtlich des Stadtmarketings auszuloten. Hierzu erarbeiteten acht Studierende des Studiengangs Mediendesign zahlreiche Vorschläge für den operativen Bereich des Stadtmarketings. Im Juli wurden schließlich 7 Projekte als Prototypen realisiert und in der Schwäbisch Haller Innenstadt installiert, erprobt und bewertet.

### Hilfestellungen

Didaktisch wurde das Projekt durch die Vermittlung von Methoden unterstützt, die auf die jeweils einzelnen Prozessphasen zugeschnitten waren. So lernten die Studierenden beispielsweise, wie man Kontext und Zielgruppen mithilfe der Szenarientechnik beschreiben und auf Stringenz überprüfen kann, wie man qualitative Informationen mittels Leitfadengesprächen gewinnt oder wie man Nutzwertanalysen erstellt, um Entwurfsalternativen zu bewerten.

### Dozenten

Prof. Guido Kühn, Heike Raap

### Studierende

Rafaela Breitenberger, Calvin Bynum, Christian Kleibert, Sebastian Losch, Felicitas Merz, Felix Müller, Rebecca Röger, Ramona Welzel

### Kooperationspartner

Anlagencafé, Schwäbisch Hall  
Büro für historische Bauforschung und Stadtsanierung, Gerd Schäfer, Schwäbisch Hall  
Flugplatzmuseum, Schwäbisch Hall  
Galerie Gerberturm, Schwäbisch Hall  
Gloria & Scala, Schwäbisch Hall  
Hällisch-Fränkisches Museum, Schwäbisch Hall  
Hohenloher Freilandmuseum, Wackershofen  
Kunstverein Schwäbisch Hall  
Lichtspielhaus, Schwäbisch Hall  
Schwerpunkt Glück, Schwäbisch Hall  
Stadtarchiv, Schwäbisch Hall  
Tatjana Kruse, Autorin, Schwäbisch Hall  
Eigenbetrieb Touristik und Marketing Schwäbisch Hall  
Unverzichtbar, Schwäbisch Hall  
Verlagsgruppe Droemer Knauer, München

### Evaluierende Gespräche mit folgenden Vertretern der Stadt Schwäbisch Hall

Dr. Karin Eiße-Kraft, Zentrale Steuerung, Gleichstellungs- und Ehrenamtsbeauftragte  
Martin Kaspar, Zentrale Steuerung, persönlicher Referent des Oberbürgermeisters  
Robert Spoden, Eigenbetrieb Touristik und Marketing Schwäbisch Hall

## QR-Codes, wie sie funktionieren und welche Möglichkeiten sie bieten

### Zugang zu Informationen

Bei QR-Codes (Abkürzung für „Quick Response“) handelt es sich um zweidimensionale, maschinenlesbare Codes. Mit diesen lassen sich pro Code rund 4.000 alphanumerische Zeichen, also Buchstaben, Zahlen und Zeichen, speichern, die mithilfe einer Decodierungssoftware („Reader“) abgerufen werden können. Die Benutzung der Codes ist simple und weitgehend bekannt: man fotografiert den charakteristischen Code mit einem Smartphone, er wird decodiert und man bekommt Inhalte angezeigt. Diese Inhalte lassen sich unterschiedlich formatieren, so dass die Decodierungssoftware je nach Inhalt eine passende Aktion anbietet: dies kann etwa ein Kalender- oder Adressbucheintrag oder der unmittelbare Aufbau eines Telefonbucheintrags sein. Die häufigste Anwendung derzeit ist jedoch eine Sprunganweisung zu einer Internetadresse. In diesem Fall kann man alle technologischen Möglichkeiten des Internets nutzen, sollte aber darauf achten, dass die Darstellung der Inhalte an die Displays der meist mobilen Ausgabegeräte angepasst ist.

### Monitoring

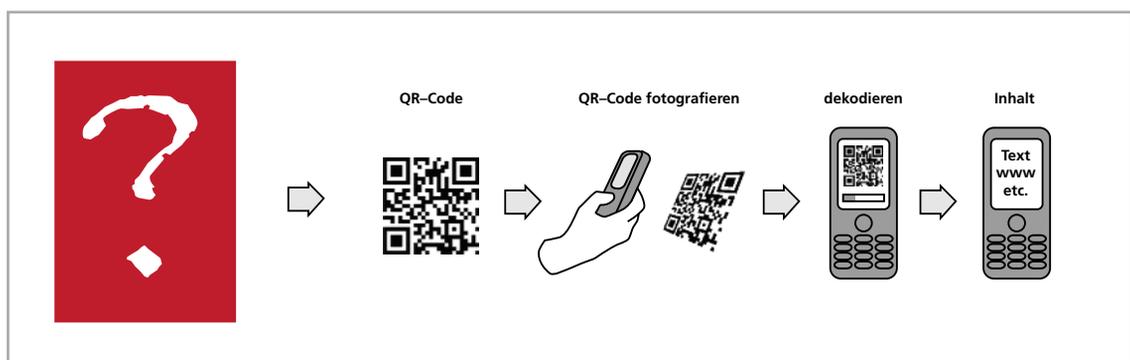
QR-Codes mit Online-Anbindung bieten im Gegensatz zu herkömmlichen Kommunikationsmedien wie etwa Druckwaren, Filmen oder Tondokumenten, weitreichende Möglichkeiten des Monitorings. So kann man feststellen, wann und wo jemand welchen Code genutzt hat, welches Smartphone, mit welcher Auflösung und mit welcher Spracheinstellung er hierzu nutzte, welche Tastatureingaben er machte und vieles mehr.

### Verbreitung

Die Zahl der Menschen, die ein Smartphone besitzen, steigt rasant und die Netzabdeckung verbessert sich stetig – bereits heute liegt die Netzabdeckung im Mobilfunk bei nahezu 100 Prozent. Diese beiden Tendenzen und der Umstand, dass viele der Reader im Internet frei als Download verfügbar sind und sich QR-Codes zudem kostengünstig erstellen lassen, führen dazu, dass sich diese Technologie sehr schnell verbreitet. Selbst viele, die diese Technologie nicht aktiv nutzen, wissen zumindest, dass sich hinter den grafisch markanten Quadraten Informationen verbergen.

### Die Crux

Der Prozess des Scannens von QR-Codes ist denkbar simpel, ebenso das Erzeugen der Codes selbst. Da die Technologie so einfach ist, scheinen viele zu meinen, ihr Einsatz sei es auch. In Folge dessen gibt es unglaublich viele inhaltlich undurchdachte und technologisch schlecht umgesetzte Anwendungen dieser Technologie.



*Das Erstellen und Nutzen des QR-Codes ist simple – die Konzeption und Bereitstellung der Inhalte jedoch nicht: hier werden Zeit und Hirn benötigt, hier entstehen die Kosten, hier lauert das unbekannte Tier, das es zu domptieren gilt.*

## QR-Codes im Stadtmarketing: Projekte und Erkenntnisse

### Allgemeines zu Projekten mit Einsatz neuer Technologien

Projekte, die sich mit dem Einsatz neuer Technologien befassen, können unter unterschiedlichen Voraussetzungen gestartet werden.

Der erste Fall geht davon aus, dass man ein Projekt thematisch bearbeitet und die neue Technologie ein gleichberechtigtes Mittel – neben all den tradierten Mitteln – ist um ein Ziel zu erreichen. Die Projektteilnehmer sind überzeugt, die Technologie und ihren Einsatz im Griff zu haben und deren Potenziale im Vergleich zu anderen Mitteln beurteilen zu können.

Hierbei handelt es sich jedoch um eine Idealvorstellung und wie bei Idealen üblich, kann man diese nur bis zu einem gewissen Grad erreichen. Liegt dieser Fall vor, ist ein besonderes Augenmerk darauf zu richten, dass man nicht aus einem Gefühl der Sicherheit heraus Fehler macht, indem man beispielsweise Erkenntnisse unhinterfragt vom Vertrauten auf die neue Technologie überträgt.

Im zweiten Fall, liegt die Entscheidung, dass die neue Technologie einzusetzen ist, bereits vor. Jemand Befugtes hat dies entschieden, sei es aus Imagegründen, persönlichen Vorlieben etc.. Unter diesen Voraussetzungen, muss besonders darauf geachtet werden, Anwendungen zu vermeiden, in denen die Technologie rein um der Technologie willen eingesetzt wird, ohne dass hieraus ein Mehrwert entsteht. Liefere es ganz ungünstig, könnte es gar passieren, dass nicht nur kein Mehrwert entstünde, sondern Dinge unnötig verkompliziert und verschlechtert würden. Bei Projekten, die aus Imagegründen vorangetrieben werden, herrscht zudem ein großer Druck auf allen Beteiligten: diese Projektergebnisse müssen nicht nur "gut" sein, sie sollen "glänzen".

Im dritten Fall, hat man erkannt, dass sich eine bestimmte Technologie durchsetzen wird. Es wird ein Pilotprojekt gestartet, um sich vorzubereiten. Dieses Pilotprojekt lässt die Möglichkeit des konstruktiven Scheiterns zu, d.h. die Möglichkeit aus Fehlern zu lernen. Dieses Lernen bezieht sich nicht nur auf die Inhalte, sondern auch auf Prozesse, wie etwa Verfahren der Abstimmung zwischen Projektbeteiligten.

Das Projekt, welches diesem Vortrag zugrunde liegt, stellte eine Mischung aus dem zweiten und dritten Fall dar. Anhand dreier Einzelprojekte wird im Folgenden gezeigt, wie sich QR-Codes konkret im Stadtmarketing einsetzen lassen und wo Potenziale liegen.

### Generelles zu den Entwürfen

Alle realisierten Entwürfe wurden für die Dauer von vier Wochen in der Schwäbisch Haller Innenstadt installiert. Die Bürger Schwäbisch Halls wurden über Artikel in der Tagespresse und auf der Homepage der Stadt Schwäbisch über jeden dieser Entwürfe informiert. Darüber hinaus wurde ihnen erläutert, weshalb sie in einem bestimmten Zeitraum vermehrt QR-Codes im Stadtbild finden würden und wie die Technologie der QR-Codes funktioniert.

## Glaube, Recht, Salz – Felicitas Merz und Christian Kleibert

Kooperationspartner:

- Büro für historische Bauforschung und Stadtanierung, Gerd Schäfer, Schwäbisch Hall
- Stadtarchiv, Schwäbisch Hall
- Hällisch-Fränkisches Museum, Schwäbisch Hall
- Eigenbetrieb Touristik und Marketing, Schwäbisch Hall

Die Studierenden entwickelten mit Unterstützung ihrer Kooperationspartner eine historische Entdeckungstour durch die Haller Innenstadt. Inhaltlich wählten sie die für Schwäbisch Hall bedeutsamen Themengebiete Glaube, Recht und Salz aus, die sie den Besuchern der Stadt und ihren Einwohnern auf interaktive und spielerische Weise nahebringen wollten. Oder wie Christian Kleibert und Felicitas Merz in ihrem Flyer aufforderten: „Werden Sie mit Ihrem Smartphone zum eigenen Reiseführer und urbanen Abenteurer.“ Es funktionierte wie folgt: Die Studierenden wählten für die drei Bereiche Glaube, Recht und Salz exemplarisch 10 Orte aus. An diesen brachten sie kleine Täfelchen an, auf denen QR-Codes zu sehen waren. Diese QR-Codes galt es zunächst zu entdecken und dann zu scannen, um an die dahinter verborgenen Informationen zu gelangen. Ein simples und motivierendes Prinzip: suchen und belohnt werden. Hinter den QR-Codes verbergen sich Erläuterungen über die Historie der Gebäude, bauliche Details, Bilder der Innenansichten etc.. Über das Vorhandensein dieser kleinen quadratischen Codes und deren Benutzungsweise informierten ein Faltblatt, das zur kostenfreien Mitnahme in der Touristeninformation auslag, sowie Beschreibungen, die an den ohnehin vorhandenen Informationstafeln angebracht worden waren. Die Orte konnten von den Stadtentdeckern willkürlich und spontan aufgesucht werden. Zudem gab es die Möglichkeit, sich über eine zugehörige Internetseite vorab eine individuelle Tour zusammenzustellen.



*Zwei urbane Abenteurer auf Entdeckungstour: mit Hilfe des Flyers haben sie das Gebäude lokalisiert, anschließend die QR-Codes gesucht und gefunden. Jetzt hieß es, die verborgenen Informationen abzurufen.*

**Glaube  
Recht  
Salz**  
Stadtgeschichte  
modern präsentiert

**Henkersturm**



Historische Informationen - Offline



Bilder vergangener Zeit - Online



Links oben: Beschilderung – der Nutzer konnte vor dem Scannen der Codes entscheiden, ob er online oder offline Informationen abrufen wollte

Rechts oben: Deckblatt des zugehörigen Flyers in zusammengefaltetem Zustand (dreiseitiger Wickelfalz)

Unten: Innenseite des Flyers mit Karte, auf der die einzelnen Stationen vermerkt waren

**DIE ENTDECKUNGSKARTE**

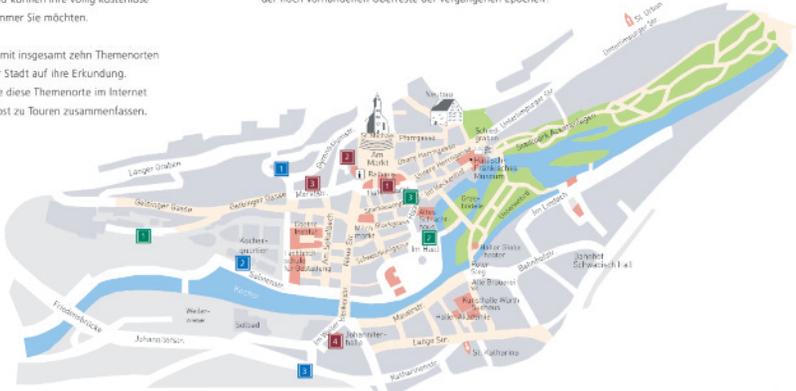
Willkommen auf den mittelalterlichen Spuren der Stadt Schwäbisch Hall. Die Themen Glaube, Recht und Salz sind von großer Bedeutung für diese Stadt.

Werden Sie mit Ihrem Smartphone zu Ihrem eigenen Reiseführer und urbanen Abenteuerer. Sie sind nicht zeitlich gebunden und können Ihre völlig kostenlose Tour starten, wann immer Sie möchten.

Drei Themengebiete mit insgesamt zehn Themenorten warten innerhalb der Stadt auf Ihre Erkundung. Alternativ können Sie diese Themenorte im Internet via Google Maps selbst zu Touren zusammenfassen.

An drei ausgewählten Orten haben Sie zusätzlich die Möglichkeit auf spielerische Weise selbst auf historische Spurensuche zu gehen. Suchen Sie die QR-Codes an den Gebäudedetails des Sulferturms, der ehemaligen Kirche St. Maria an der Schuppach und der St. Johann Kapelle und erfahren Sie spannende Informationen über die Bedeutung der noch vorhandenen Überreste der vergangenen Epochen.

Erfahren Sie beispielsweise durch vereinzelte QR-Codes, wohin das Tor unter dem Sulferturm früher führte und die Bedeutung der Löcher in den Wänden der alten Schuppachkirche.



<b>GLAUBE</b>	<b>RECHT</b>	<b>SALZ</b>
1. St. Jakobskirche	1. Hällisches Gefängnis	1. Salinengebäude
2. St. Maria	2. Hällisches Gefängnis	2. Haalamt
3. Schöntaler Kapelle	3. Scharfrichterturm	3. Keltische Saline
4. St. Johann		

Erstellen Sie Ihre eigene historische Entdeckungstour mit den Wegen zu den farblich gekennzeichneten Themenorten online auf Google Maps.

**WWW.STADTERKUNDUNG.DE.MS**

- Dieses Projekt zeigt, wie QR-Codes dazu beitragen können, dass sich Menschen mit Themen auseinandersetzen, die sie sonst kaum willentlich berühren würden: technikaffine Menschen werden spielerisch an Stadtgeschichte herangeführt. (Ein Lehrer meldete sich bei der Stadt und berichtete er hätte die Rundgänge abgelaufen und würde ihretwegen nun einen Ausflug mit seinen Schülern nach Schwäbisch Hall planen).
- Zufällige Einstiege sind möglich: "Oh, ein QR-Code, den scanne ich doch gleich einmal ..."
- Das im Schwäbisch Haller "Stadtleitbild 2010" verankerte Ziel die „Geschichte der Innenstadt stärker ins Bewusstsein rücken“ wird sehr gut unterstützt.
- Man hat zwar den Aufwand der Recherche (eine Erweiterung der Rundgänge ist zudem möglich), aber darüber hinaus erfordern diese interaktiven Stadtrundgänge kaum Wartung und Pflege, d.h. die Kosten sind gut kalkulierbar.

## Heute in Hall – Rafaela Breitenberger, Felix Müller und Ramona Welzel

Kooperationspartner:

- Anlagencafé, Schwäbisch Hall
- Flugplatzmuseum, Schwäbisch Hall
- Galerie Gerberturm, Schwäbisch Hall
- Gloria & Scala, Schwäbisch Hall
- Hällisch-Fränkisches Museum, Schwäbisch Hall
- Hohenloher Freilandmuseum, Wackershofen
- Kunstverein Schwäbisch Hall
- Lichtspielhaus, Schwäbisch Hall
- Schwerpunkt Glück, Schwäbisch Hall
- Unverzichtbar, Schwäbisch Hall
- Eigenbetrieb Touristik und Marketing Schwäbisch Hall

Die drei Studierenden nutzten die Technologie der QR-Codes, um sowohl den Haller Bürgern als auch Besuchern einen einfachen Zugriff auf tagesaktuelle Informationen zu Veranstaltungen im Großraum Schwäbisch Hall zu bieten. Sie bearbeiteten drei thematisch unterschiedliche Bereiche und gestalteten ein gemeinsames Event-Portal. Die QR-Codes, die den Zugang zum Portal ermöglichten, wurden in der Tageszeitung Schwäbisch Halls beworben, als Aufkleber auf die Stadttafeln aufgebracht und im Bereich „Clubs´n Events“ den Nachtschwärmern über ein Plakat dargeboten.



Scannte man einen der drei farbigen QR-Codes, wurde man direkt auf die Seite mit den themenspezifischen Angeboten geleitet.



Bereich: Clubs´n Events

Es war zwar schon spät, aber es stellte sich die Frage „Wo ziehen wir denn jetzt noch hin?“ Scannte man den QR-Code gelangte man zu aktuellen Hinweisen auf Veranstaltungen, die gerade parallel in den anderen, beteiligten Kneipen liefen, beispielsweise Live-Music.

- Wettbewerber im Gastronomiebereich werden zum Miteinander überzeugt und an einen Tisch gebracht – zum Nutzen der Besucher.
- Die Beteiligten pflegen die Inhalte in das benutzerfreundliche Portal selbst ein (geringer Kostenfaktor). Sie haben somit die direkte Kontrolle über ihre Daten und die Hemmschwelle, sich zu beteiligen, ist niedrig.
- Aktualität und Korrektheit sind unabdingbar: einmal enttäuschte „Hopper“ werden der Anwendung keine zweite Chance geben.

### Mordfall in Hall – Sebastian Losch und Rebecca Röger

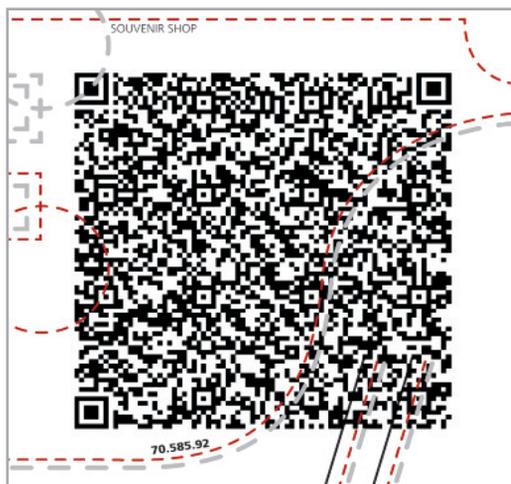
Kooperationspartner:

- Tatjana Kruse, Autorin, Schwäbisch Hall
- Verlagsgruppe Droemer Knauer, München
- Eigenbetrieb Touristik und Marketing Schwäbisch Hall

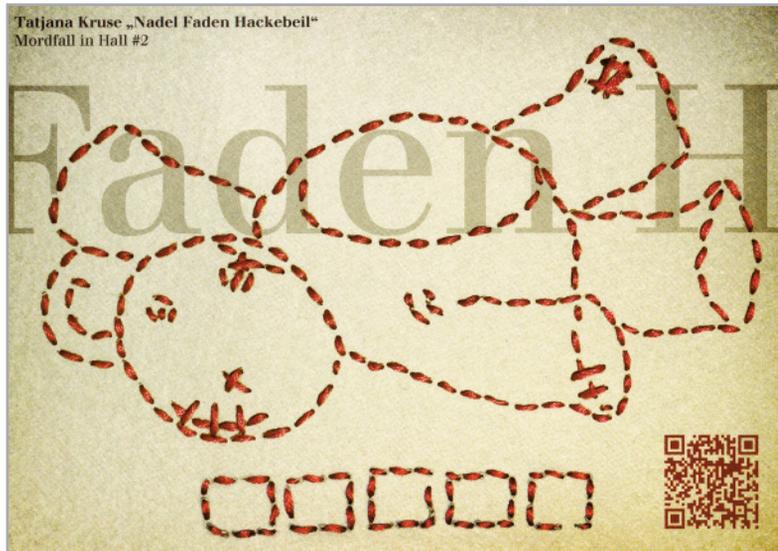
Bei Mordfall in Hall handelte es sich um ein “Krimi-Rundgang-Ratespiel”, welches auf den erfolgreichen Kriminalromanen von Tatjana Kruse basierte. Tatjana Kruse lebt und arbeitet in Hall, ebenso wie der Protagonist ihrer Bücher, ein frühpensionierter Kriminalkommissar, der eine heimliche Leidenschaft für das Sticken hegt.

Wichtiger Bestandteil dieses Entwurfes waren 1.500 Postkarten, die in sämtlichen Buchläden der Stadt ausgelegt wurden, sowie in der Stadtbibliothek, verschiedenen Cafés, Restaurants, Geschäften und an anderen stark frequentierten Orten in Schwäbisch Hall. Auf der einen Seite der Karten befanden sich ein Stadtplan, eine Spielanleitung und eine allgemeine Beschreibung der Funktions- und Benutzungsweise von QR-Codes. Die Karte führte den Spieler zu Schauplätzen des Romans. Dort musste er einen Code suchen, in dem eine Textpassage und ein Lösungsbuchstabe verschlüsselt waren. Die Lösungsbuchstaben aller Codes zusammen ergaben ein Lösungswort, das man auf der Karte eintragen konnte, um diese dann in eine Sammelbox zu werfen. Das Gewinnspiel endete mit einer Signierstunde und Lesung von Tatjana Kruse, bei der zugleich die Gewinner bekannt gegeben wurden.

- Die Bücher von Tatjana Kruse werden bundesweit gelesen (überregionale Wirkung).
- Autorin, Verlag, Buchhandel und Tourismusmarketing nutzen Synergieeffekte in der Werbung. (Das Tourismusmarketing der Stadt wendet sich gar an eine neue Zielgruppe: die der Lesenden.)



*Ein Beispiel der QR-Codes (Aufkleber), die die teilnehmenden “Ermittler” an den Schauplätzen vorfanden.*



Postkarte zu einem der drei Rundgänge mit den Feldern zum Eintragen des Lösungswortes



Rückseite der Postkarte mit Übersichtskarte der zu besuchenden Orte, Spielanleitung und Erklärung zur Entschlüsselung der QR-Codes



Sammelbox für die ausgefüllten Karten zur Teilnahme am Gewinnspiel

## Fragenkatalog als Hilfestellung bei Konzeption und Bewertung

In diesem Projekt wurde sowohl in der Konzeptionsphase als auch beim Bewerten der Entwürfe mit einem Fragenkatalog gearbeitet. In der Konzeptionsphase konnten die Fragen benutzt werden, um Ansprüche an einen Entwurf zu klären, ein Briefing zu erstellen. Später wurden sie in eine Nutzwertanalyse überführt, um die Entwurfsalternativen zu bewerten.

Das Aufstellen und das Arbeiten mit einem Fragenkatalog haben sich als äußerst nützlich erwiesen: allein die Diskussion über die Formulierung und die Bedeutung der einzelnen Fragen, hilft einem Team, der Komplexität des Themas gerecht zu werden und fördert eine reibungsärmere Kommunikation. Der Nutzen eines solchen Fragenkataloges für ein Team ist folglich entscheidend größer, wenn die Fragen mit dem Team durchgearbeitet, erörtert und angepasst werden, als wenn ein vorgefertigter Katalog lediglich abgearbeitet wird.

Der Fragenkatalog, der im Rahmen des vorliegenden Projektes entwickelt wurde, umfasste etwa 30 Fragen und war in drei Bereiche aufgeteilt: technologische, finanzielle und inhaltliche Aspekte.

### Technologische Aspekte

Die technologischen Aspekte sind verhältnismäßig leicht zu erfragen. Hier handelt es sich beispielsweise um die Scannbarkeit des Codes, u.a. bestimmt durch Größe, Kontrast und Anbringung. Ebenso fallen Fragen der Netzabdeckung und der Übertragungsgeschwindigkeit hierunter. Ein Tipp: Interessant und lehrreich in puncto Technologie sind zudem spezielle Internetseiten, auf denen die schlechtesten Anwendungen von QR-Codes gesammelt werden.

### Finanzielle Aspekte

Hier finden sich Fragen zu den Kosten der Realisierung von QR-Code-Projekten, von flankierenden Maßnahmen, Wartung, Pflege und eventuell notwendigen Schulungen von Mitarbeitern und Beteiligten.

### Inhaltliche Aspekte

Fragen dieser Kategorie sind beispielsweise: Ist eine klare Zielgruppe erkennbar? Wie plausibel ist es, dass diese angesprochen wird (Arbeiten mit Szenariotechnik und Personas)? Handelt es sich um einen nachhaltigen Entwurf? Oder wird in drei Jahren kein Hahn mehr danach krähen. Schließt der Entwurf Personen ohne Smartphone offensiv aus? Wie steht es mit der Barrierefreiheit und der "informationellen Grundversorgung"? Gibt es alternative "smartphonelose" Wege zur kodierten Information? Ist der Entwurf für Mehrsprachigkeit angelegt? Inwieweit unterstützt der Entwurf das angestrebte Image der Stadt? Etc. Die in diesen Fragen angesprochenen Punkte müssen nicht zwangsläufig alle erfüllt werden, aber sie müssen bedacht werden.

### Die Geister, die ich rief ...

Werden Bedürfnisse geweckt, die dauerhaft befriedigt werden müssen? Und will die Stadt dieses?

## Fazit – Vom Speziellen zum Allgemeinen

Einige Schlussfolgerungen wurden bereits bei den vorgestellten Projekten gezogen, andere Aspekte sind anhand der Beispiele aus dem Fragenkatalog deutlich geworden. Abschließend seien hier noch einmal ein paar allgemeinere Punkte zusammengefasst:

- QR-Codes sind ein Kommunikationsmittel, mit dem sich die analoge Welt mit der digitalen Welt verbinden lässt. Sie bieten einen präzisen und vom Kunden gesteuerten Zugang zu Informationen.

- Die Voraussetzungen für ihren Einsatz werden rasant besser, da die Anzahl der Smartphonebesitzer steigt und die mobilen Netze "schneller" werden.
- QR-Codes sind nicht direkt lesbar, also muss ihre sorgfältige Einbindung den Vermittler spielen bzw. den Anreiz bieten, sie decodieren zu wollen.
- Mit ihrem Reiz des Neuen und Hippen bieten sie auch jetzt noch die Möglichkeit, besondere Aufmerksamkeit auf ausgesuchte Informationen zu lenken. Man denke hier an das vorgestellte Projekt "Glaube, Recht, Salz", das Menschen an das Thema Stadtgeschichte heranzuführen vermag.
- Diese Potenzial sollte man nicht verbrennen, indem man die Erwartungshaltung der Nutzer enttäuscht, beispielsweise indem banale oder irrelevante Informationen kodiert werden. Ein QR-Code auf einem städtischen Bauschild beispielsweise, hinter dem sich lediglich ein Link zur allgemeinen Homepage "www.stuttgart.de" verbergen würde, könnte verärgern, da man ohnehin um solch simple Adressen weiß. Die Kodierung sogenannter "deep links" hingegen, die oftmals sehr lang sind und direkt zu sehr speziellen Informationen führen, kann sinnvoll sein. In diesem Fall könnte so ein Link direkt auf Seiten führen, die das Bauvorhaben erläutern.
- Hinter QR-Codes stehen oftmals komplexe Informationsarchitekturen. Diese zu gestalten erfordert transdisziplinäre Teams. Man benötigt sowohl Fachleute für die analogen als auch für die digitalen Belange, von soziologisch bewanderten Teammitgliedern einmal abgesehen. In jedem Fall aber Menschen, die in Systemen denken. Suchen Sie nach technologischen Spezialisten, die sich in Ihre Thematik hineinzudenken vermögen und die sich "strecken" wollen, um die Technologie dem Menschen anzupassen und nicht umgekehrt.

### Bildnachweis

Die Projektbilder wurden von den jeweiligen Studierenden angefertigt.  
Illustration "QR-Codes", Seite 3, Heike Raap, 2012

### Kontakt Daten

Dipl. Des. Heike Raap  
Pastoriusstraße 27  
90480 Nürnberg  
raap@raap-design.de  
www.raap-design.de

Prof. Guido Kühn  
Gelbinger Gasse 77  
74523 Schwäbisch Hall  
mail@guido-kuehn.de  
www.guido-kuehn.de