

Mobile Tagging, ein neuer Trend in der Automatischen Identifizierung?

Zunehmend sieht man junge Leute rumlaufen, die mit ihrem Handy Bilder von 2D-Barcodes machen. Wozu das Ganze? Gibt es hier eine neue Möglichkeit für die Anwendung der 2Dcode-Technologie? Oder ist es irgend ein Spaß? In der Szene läuft das Ganze unter dem Begriff Mobile Tagging.

Mobile Tagging - Was ist das?

Schon der Begriff ist wieder ein Kunstwort. Mobile steht hier für das mobile Telefon. Der Tag ist ein Code, der irgendwo aufgebracht wird. Für das Mobile Tagging benötigt man aber etwas mehr. Das Handy muss über eine Kamera verfügen. Dazu kommt eine Bildverarbeitungssoftware, die das Auslesen der Codes ermöglicht. Eigentlich beruht das Verfahren auf einer grundlegenden Wirkung der automatischen Identifizierung. Daten werden erfasst, ausgelesen und eine Aktion wird in Gang gesetzt. Die Tags können sich überall befinden. Da es sich hier um vorrangig um Marketingaktionen handelt, sind die Codes auf Plakaten, Anzeigen, T-Shirts, Visitenkarten, ja sogar Tätowierungen soll es geben. In den Tags befindet sich im Normalfall eine URL. Das Mobiltelefon fotografiert den Code, eine entsprechende Software dekodiert den Inhalt und stellt die Verbindung mit dem Internet her. Das Handy muss internetfähig sein. Auf dieser Internetseite findet der Nutzer dann nähere Informationen, Hinweise zu Bestellungen usw. Eine mühsame Eingabe der Internetadresse entfällt. Kommt uns das alles nicht irgendwie bekannt vor? Schließen Sie Ihren 2D-Scanner per USB an Ihren Rechner an. Rufen Sie Ihren Webbrowser auf und markieren Sie anschließend die Titelzeile. Jetzt scannen Sie bitte folgenden Code:



Data Matrix "www.ident.de"

Es funktioniert. Muss ja auch, ist ja nichts anderes als eine Tastatureingabe, nur eben automatisiert.

Mobile Tagging - Welchen Nutzen bringt es?

Zunächst ist es mal ein Verfahren für alle die, die eine automatische Eingabe der manuellen Eingabe per Tastatur vorziehen. Man vertippt sich nicht so leicht und es geht natürlich auch schneller. Bloß, das kann ein einfacher Barcodescanner auch. Der Vorteil, so man ihn nutzen will, besteht in der Verfügbarkeit der Geräte. Ein Fotohandy ist heutzutage sehr weit verbreitet, auch ein Webcam findet sich in vielen Haushalten, ein Barcodescanner sicher eher nicht. Wenn auch neuere Generationen von Mobiltelefonen inzwischen mit Barcodelesern ausgerüstet sind, ist das Fotohandy doch weiter verbreitet. Die zusätzlichen Informationen, die dann über den Zugang zur Webseite abgerufen werden, bringen sicher auch für den Anwender einen größeren Nutzen. Man hat diese Informationen ohne großen Umweg und ohne großen Zeitaufwand zur Verfügung. Seien es zusätzliche Informationen über Bestellmöglichkeiten für Karten von Events, Verkaufsstarts und Bezugsmöglichkeiten von CD's oder schlicht Verbraucherinformationen bei Lebensmitteln. Eine sehr praktische Anwendung ergibt sich Bereich ÖPNV. Die Fahrpläne an der Haltestelle besitzen eine Codierung. Mittels Fotohandy fotografieren und im Handumdrehen hat man den aktuellen Fahrplan, die nächste Bahn auf dem Handy, incl. Verspätungen, Zugausfällen usw. Mobile Tagging bietet die Möglichkeit dass Leistungsanbieter und Verbraucher in Echtzeit miteinander kommunizieren könne.

Mobile Tagging - Welche Codes werden verwendet?

Am einfachsten wäre es, standardisierte Barcodes zu verwenden. Sowohl Data Matrix als auch QR Code werden benutzt. Diese Codes haben den Vorteil, dass Erstellung und Decodierung sehr einfach sind, die dafür nötigen Mittel vorhanden sind und z. T. auch als Free- oder Shareware zur Verfügung stehen. Somit stehen diese Codes einer großen Gemeinschaft zur freien Verfügung.

Gerade im Marketing ist es jedoch notwendig geeignete Mittel zu finden, die eine Alleinstellung oder eine Einzigartigkeit ermöglichen. Der Kunde soll eine enge Beziehung mit seiner Agentur eingehen. Deshalb wurden inzwischen eine Reihe weiterer 2D-Codes entwickelt, die es ermöglichen, eine enge Verbraucher-Kunden-Beziehung einzugehen. Der Anbieter entwickelt eine komplette Kampagne, die aus den entsprechenden Werbemittel wie Anzeigen, Plakaten, Flyern usw. besteht, die mittels eines neue entwickelten Codes direkt auf die extra dafür gestaltete Internetseite führt. Die entsprechende Bildverarbeitungssoftware gehört dazu und sie gibt es als Download auf der Webseite des Anbieters. Schon hier kann man den Erfolg der Werbekampagne messen. Da diese extra erstellten Codes nur eine bestimmte Zeit per Lizenz gültig sind kann eine zeitliche Begrenzung der Kampagne erfolgen und auch so wiederum der Erfolg gemessen werden. Nicht unwichtig für Firmen, die eine Erfolgskontrolle praktizieren. Einige dieser Codes haben eine weitere Eigenschaft. Neben dem Dateninhalt kann ich zusätzlich grafische Elemente in den Code einbinden. Egal ob das Firmenlogo, Logo der Veranstaltung oder andere grafische Elemente ermöglichen dem Nutzer die visuelle Zuordnung ohne den Inhalt des Codes zu kennen. Man ist also nicht versucht, einfach mal den EAN auf der Flasche zu scannen um so ins Internet zu gelangen. Die Nutzung von grafischen Elementen ermöglicht es ebenfalls die Kampagne zeitlich und auch territorial einzugrenzen. Damit habe ich eine weiter Möglichkeit der Erfolgskontrolle (Couponing lässt grüßen). Alles in Allem eine interessante Marketingmöglichkeit.

Mobile Tagging - Neue Entwicklungen

Neben den bekannten Data Matrix und QR Code besteht natürlich die Möglichkeit jeden anderen Barcode zu verwenden. Inzwischen ist eine Anzahl von Codes entwickelt worden, die ich hier kurz vorstellen möchte. Da das Gebiet sicher noch nicht abgeschlossen ist, kann diese Vorstellung nur unvollständig sein. Für weiter Informationen empfehle ich die 2D-Code-Fibel auf unserer Internetseite, die ständig aktualisiert wird:



Data Matrix "www.barcodat.de/seiten/wissen/2d_code_fibel.html"

BeeTagg

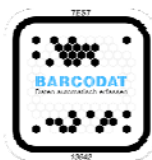


Bild BeeTagg

Entwicklung der schweizer Firma Connvision für das Mobile Tagging. Der Code wird in Printmedien platziert und beinhaltet eine URL. Der Code wird mit einem Fotohandy fotografiert und eine Software stellt dann die Verbindung zu einer Webseite her, auf der sich zusätzliche Informationen, Videos usw. befinden.

Mytago



1473 2580 3692 Bild Mytago

Entwicklung für das Mobile Tagging. Im Code verschlüsselt ist eine 12-stellige Zahl. In der linken oberen Ecke befindet sich eine Grafik. Zur Aufnahme des Codes benötigt man ein Fotohandy oder eine Webcam. Über eine Software wird dann eine entsprechende Webseite aufgerufen.

ShotCode



Bild ShotCode

ShotCode wurde 1999 an der Universität Cambridge entwickelt. Es ist ein kreisförmiger Code, der Daten für eine URL enthält. Mittels eines Fotohandys und entsprechender Software können dann zusätzliche Informationen abgerufen werden. Seit 2005 wird das System durch die Firma OP3 angeboten.

Trillcode



Bild Trillcode

Entwicklung der rumänischen Firma Lark Computers für das Mobile Tagging. Der Code wird in Printmedien platziert und beinhaltet eine URL. Der Code wird mit einem Fotohandy fotografiert und eine Software stellt dann die Verbindung zu einer Webseite her, auf der sich zusätzliche Informationen, Videos usw. befinden. Es existiert neben der normalen schwarz-weiß auch eine farbige Ausführung.

ZapCode

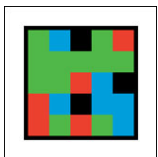


Bild ZapCode

Entwicklung der Firma SPH NewMedia Pte Ltd aus Singapur für das Mobile Tagging. Der Code ist quadratisch und hat 5 Reihen und 5 Spalten. Die Zellen sind Quadrate in den Farben rot, blau, grün und blau. Um den Code befindet sich ein weißer Begrenzungsrahmen. Verschlüsselt ist eine URL, mit der eine Webseite auf das Handy geladen wird, auf der weitere Informationen gegeben werden. Der Code hat eine Mindestgröße von 1 cm².

Eine besondere Entwicklung stellt in diesem Zusammenhang der V-Code dar. Hier werden mehrerer Matrizen in einem animiertem Gif übereinander gelegt, so dass der Ablauf von kompletten Video-Streams möglich sein soll. Auch hier gibt es die dazugehörige Software zum Download auf der entsprechenden Seite.