

# Nutzung und Akzeptanz von QR-Codes



## QR-Codes haben sich etabliert, werden aber vielfach aus mangelndem Interesse nicht genutzt.

- Durch die steigende Verbreitung von Smartphones, wachsen auch die Nutzerzahlen von QR-Codes in den letzten zwei Jahren von 14% auf 29%. Mit QR-Codes können Marketeers also einen immer größeren Anteil der Bevölkerung potentiell erreichen.
- Aber: Innerhalb der Gruppe der Smartphone-Besitzer steigt die Nutzung nur unwesentlich. Der Anteil der Personen, die QR-Codes regelmäßig nutzen, geht sogar leicht zurück.
- Hauptgründe für die Nicht-Nutzung sind mangelndes Interesse an der Technologie und den Inhalten. Im Gegensatz zu 2012 ist das Wissen über die Technologie weniger wichtig.
- Mit anderen Worten: Die technische Infrastruktur wird immer besser, es gelingt Content-Providern allerdings bislang noch zu selten, Interesse an den hinter dem QR-Code liegenden Informationen zu wecken.

## Die folgenden Dinge sollten beim Einsatz von QR-Codes beachtet werden.

### Add value!

Ein QR-Code muss immer zusammen mit einem klaren Nutzenversprechen kommuniziert werden. Es muss klar sein, was der User für seinen Aufwand erhält.

### Keep your promise!

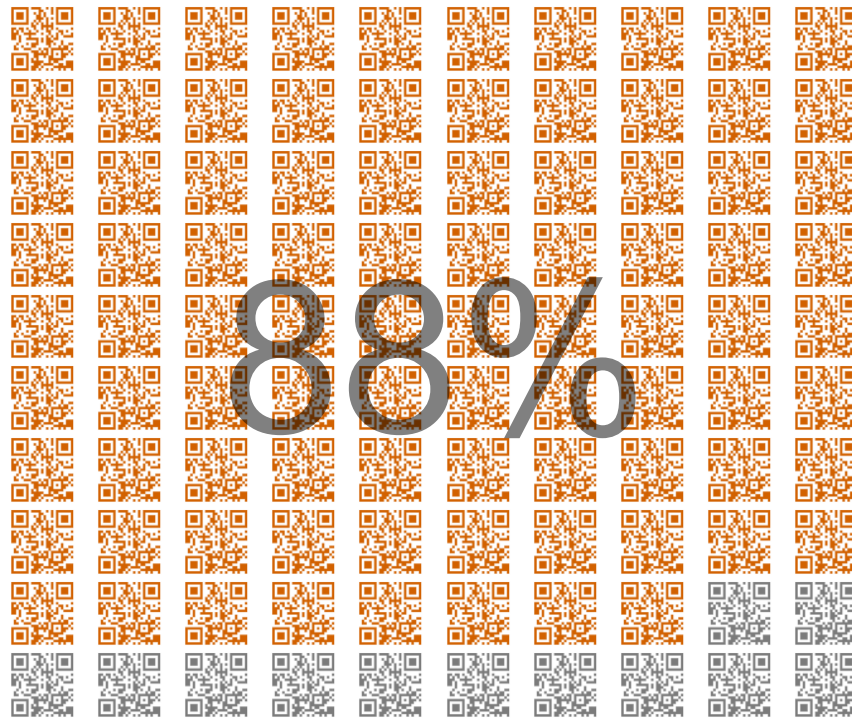
Die Informationen hinter dem QR-Code müssen halten, was sie versprechen. Ansonsten besteht die Gefahr, dass Enttäuschungen negativ auf die Wahrnehmung des Absenders einzahlen.

### Make it mobile!

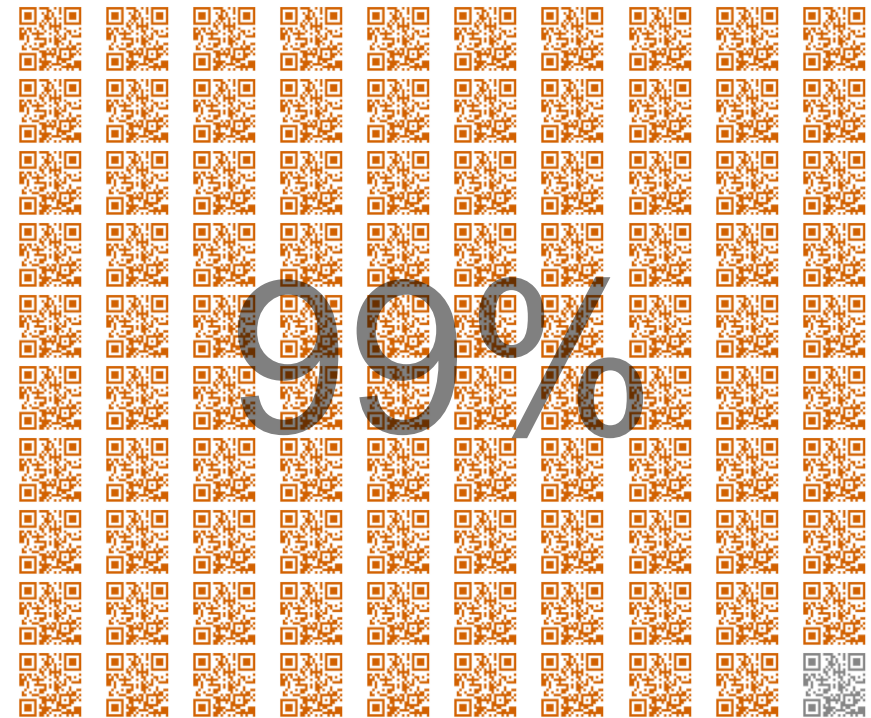
QR-Codes werden mit mobilen Endgeräten gescannt. Deshalb müssen die dahinterliegenden Informationen ebenfalls mobil optimiert dargestellt werden.

Fast jeder Deutsche hat schon einmal einen QR-Code gesehen, 2012 waren es nur 88%.

Anteil der QR-Code Bekanntheit: 2012



Anteil der QR-Code Bekanntheit: 2014



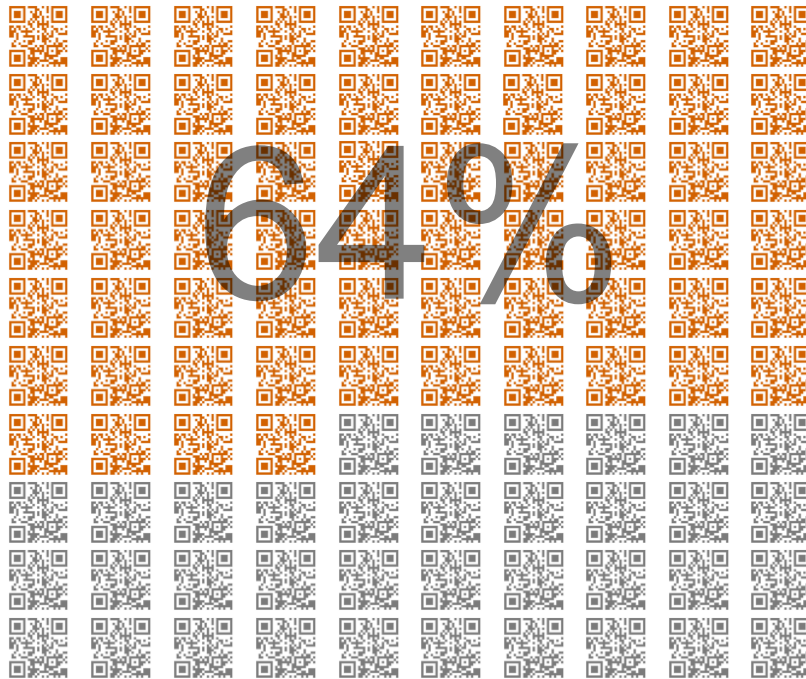
■ QR-Codes bekannt  
■ QR-Codes unbekannt

F1: Haben Sie diese Zeichen schon einmal gesehen und wissen Sie, was man damit machen kann?

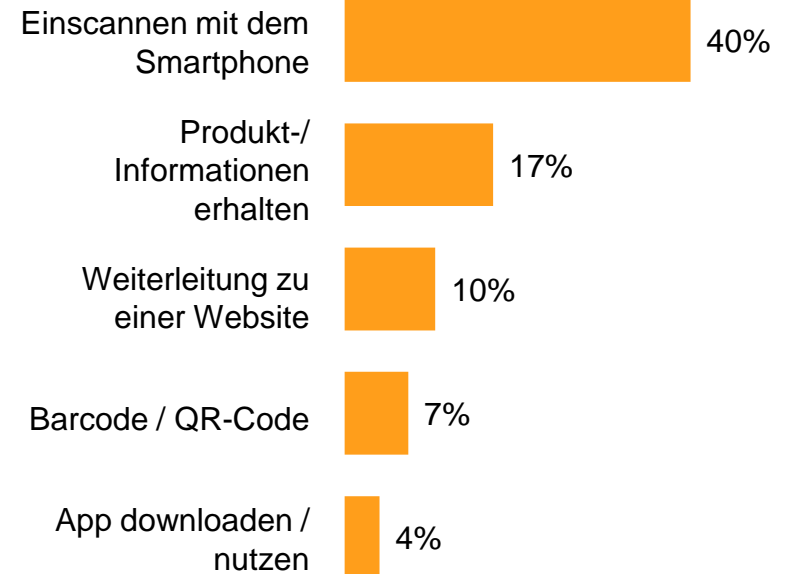
Basis: alle Befragten n=1.000

## Die Bekanntheit der Funktionen eines QR-Codes wächst: 64% wissen Bescheid, was man mit einem QR-Code machen kann.

Bekanntheit der Funktionen:



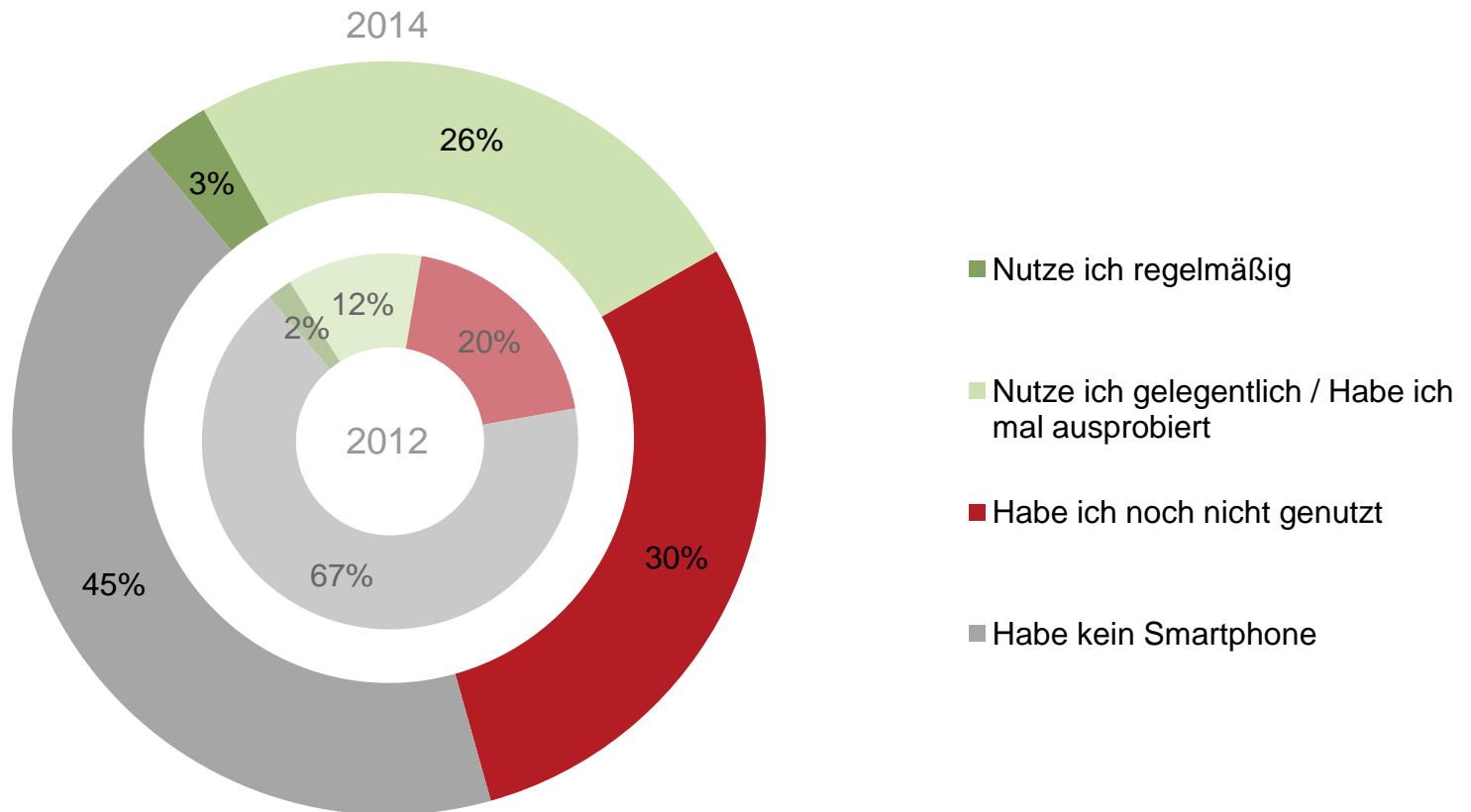
Was kann man damit machen?



F1: Haben Sie diese Zeichen schon einmal gesehen und wissen Sie, was man damit machen kann? (Darstellung der häufigsten Nennungen)

Basis: alle Befragten n=1.000

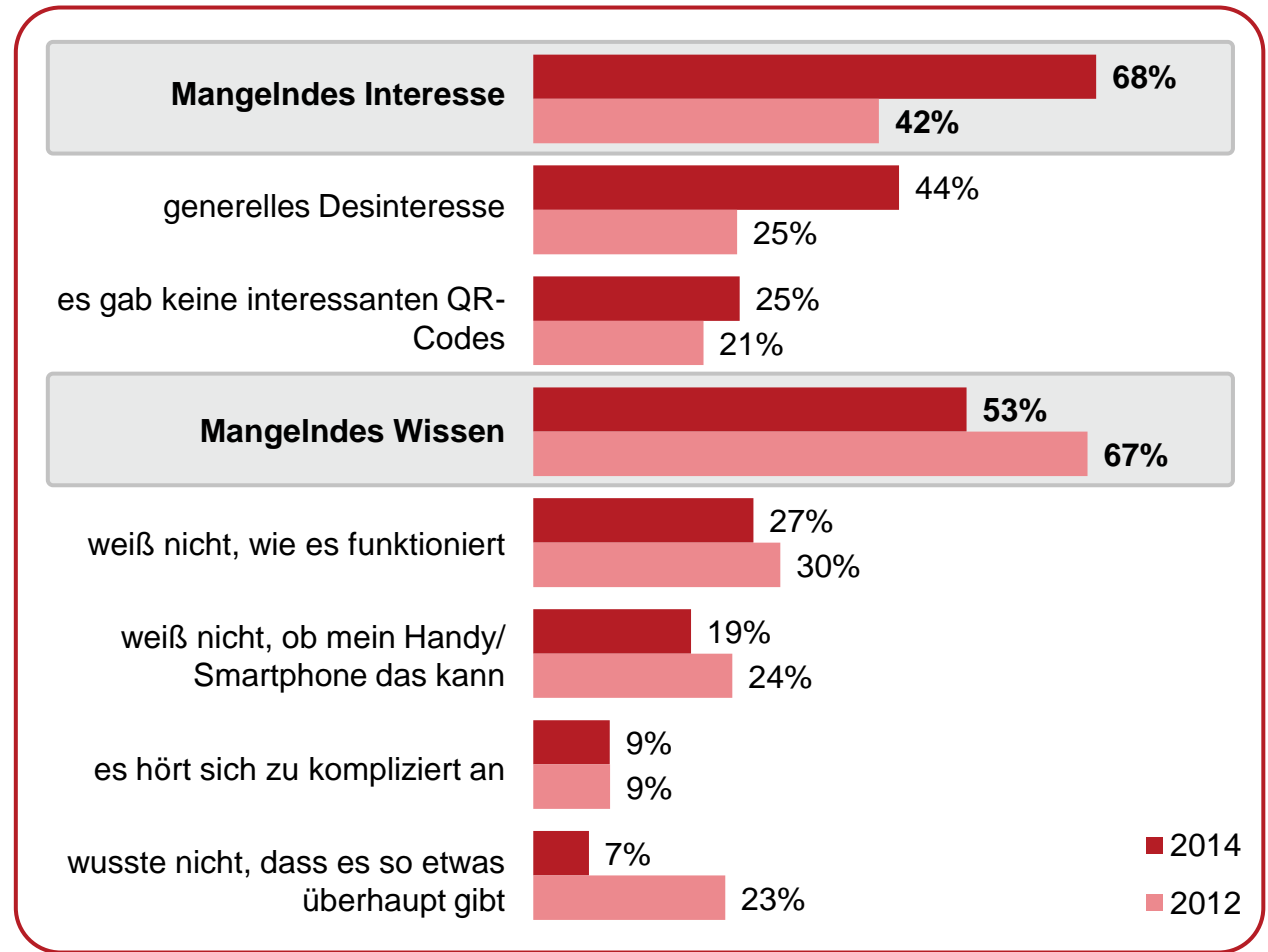
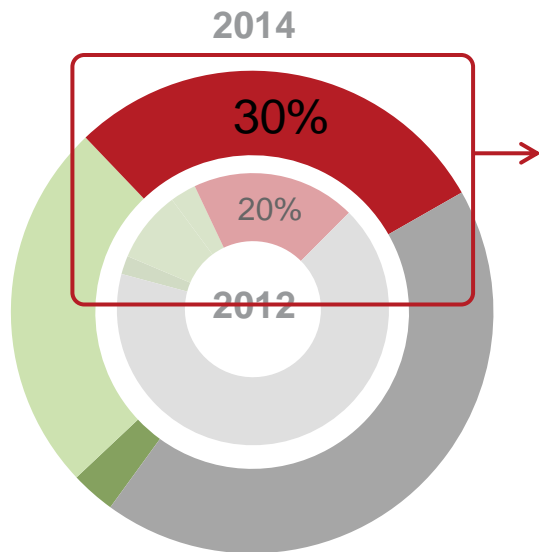
**29% nutzen QR-Codes zumindest gelegentlich. Anzahl regelmäßiger Nutzer stagniert, Wachstum vor allem bei gelegentlichen und Test-Nutzern.**



F2: Haben Sie einen solchen QR-Code schon einmal genutzt?

Basis: alle Befragten n=1.000, Smartphone-Nutzung nach derzeitiger Verteilung in Deutschland

Hauptgrund für die Nicht-Nutzung ist mangelndes Interesse, 2012 war es noch das mangelnde Wissen.



F2: Haben Sie einen solchen QR-Code schon einmal genutzt?

Basis: Nicht-Nutzer von QR-Codes n=180 (2014); n=195 (2012)

## Untersuchungsziele

- Entwicklung in der Nutzung und Akzeptanz von QR-Codes

## Methode

- Online-Befragung via Omnibus

## Zielgruppe

- Online-repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Wohnort
- gewichtet nach tatsächlicher Smartphone-Nutzung (Quelle: BITKOM)

## Stichprobe

- Je Befragungswelle n=1.000 Befragte

## Erhebungszeitraum

- 1. Welle: Frühjahr 2012
- 2. Welle: Sommer 2014



## SKOPOS

Institut für Markt- und  
Kommunikationsforschung GmbH & Co. KG  
Hans- Böckler- Straße 163  
50354 Hürth  
Phone: +49 (0) 2233 9988-0  
Fax: +49 (0) 2233 9988-111  
mail@skopos.de  
www.skopos.de



Follow us on

