

Platzierung & Kampagnenziele

Die nachfolgende Tabelle gibt einen kurzen Überblick über eine Vielzahl an möglichen Platzierungen von QR-Codes in Verbindung mit entsprechenden Kampagnenzielen und optimalen QR-Code-Größen. Diese Tabelle ist als Inspirationsgrundlage zu verstehen und stellt keineswegs die einzig möglichen Kombinationen dar.

Platzierung	Kampagnenziele	Min. Diagonale (cm)	Tipps
Drucksachen			
Rechnungen	Upsell, Lastschriftinzugsermächtigung, Support	2,5	
Briefbögen	Informationen, Upsell, Kontaktmöglichkeiten	2,5	
Visitenkarten	Kontaktmöglichkeiten, Social Media	2,5	
Broschüren	Angebote, Coupons, Informationen	2,5	
Flyer	Angebote, Coupons, Informationen	2,5	
Speisekarten	Informationen, Feedback, Social Media	2,5	
Plakate	Angebote, Coupons, Informationen	5 bis 15	
Print			
Magazine	M-Commerce, Informationen, Coupons	2,5 bis 15	
Zeitungen	M-Commerce, Informationen, Coupons	2,5 bis 15	
Kataloge	M-Commerce, Leadgenerierung, Informationen	2,5	
Außenwerbung			
Plakate/ Citylights	Angebote, Coupons, Informationen	15 bis 100	
Schaufenster			
Beschriftung	M-Commerce, Leadgenerierung, Coupons	30 bis 100	
Schilder	Coupons, Leadgenerierung, Informationen	10	
Exposés	Informationen, Leadgenerierung	10	
Preisschilder	M-Commerce, Informationen, Coupons	15 bis 30	
Digitalsignage	Informationen, Leadgenerierung, M-Commerce	unterschiedlich	1
Video			
TV-Spots	Informationen, Leadgenerierung, Social Media	unterschiedlich	1, 2
Youtube/ Internetvideos	Leadgenerierung, M-Commerce, Social Media	unterschiedlich	1, 2, 3
POS			
Aufsteller	Feedback, Social Media, Informationen	2,5 bis 10	
Plakate	Informationen, Angebote, Social Media	5 bis 15	

Preisschilder	M-Commerce, Informationen, Coupons	2,5	
Digitalsignage	M-Commerce, Informationen, Coupons	unterschiedlich	1
Umkleidekabinen	Informationen, Angebote, M-Commerce	5 bis 15	
Produkte			
Verpackungen	Informationen, UpSell, Crosssell	2,5 bis 5	
Produkt	Informationen, UpSell, Crosssell	2,5	4
Anleitungen/ Beipackzettel	Informationen, UpSell, Crosssell	2,5	
Merchandiseartikel			
Mousepads	Informationen, Angebote, Social Media	2,5 bis 10	
Tassen	Informationen, Angebote, Social Media	<3	4
Teller	Informationen, Angebote, Social Media	2,5 bis 7,5	4
Schreibunterlagen	Informationen, Angebote, Social Media	2,5 bis 10	
Kalender	Informationen, Angebote, Social Media	2,5 bis 5	

Legende:

1. Die QR-Code-Größe ist abhängig von der Auflösung des Videos sowie von den Maßen des anzeigenden Geräts.
2. Der QR-Code sollte möglichst durchgängig über die gesamte Länge des Spots an der gleichen Position eingeblendet sein.
3. Bei Internetvideos sollte der QR-Code ähnlich wie bei TV-Spots verwendet werden. Zusätzlich sollte der QR-Code noch 20 Sekunden oder länger am Ende des Videos eingeblendet werden. Idealerweise findet ein verbaler Call-to-(Scan-)Action im Videobeitrag statt.
4. Achten Sie bei gewölbten Gegenständen darauf, dass der QR-Code nicht zu groß ist, sonst kann er aufgrund der Verzerrung nicht mehr eingescannt werden.

QRtool ist Ihr Ansprechpartner in den Bereichen **WebApps**, **mobile Landingpages** und **QR Codes**. Sprechen Sie uns an oder besuchen Sie <http://QRtool.de> und wir beraten Sie gerne!

Version 2012.01.01