QR Codes sinnvoll nutzen

Praxiswissen für Weinbetriebe

Neufassung · 11. November 2026

Von Ihrem Druckprodukt zur passenden Information

Ein QR Code verkürzt den Weg vom gedruckten Werbemittel zu einer Internetseite. Er hilft, wenn das Ziel einen erkennbaren Zusatznutzen bietet und auf dem Smartphone funktioniert.

Mit dem Ziel beginnen

Auf einem Veranstaltungsflyer führt der Code direkt zu Termin, Preis und Anmeldung. Auf einer Weinliste kann er einen Bestellweg öffnen. Ein allgemeiner Link zur Startseite ist nur sinnvoll, wenn Besucher dort ohne Umwege das Gesuchte finden.

Vor dem Erstellen klären

☐ Die Zielseite enthält aktuelle Informationen und eine erkennbare nächste Handlung.

☐ Die Adresse bleibt unter unserer Kontrolle oder die Zuständigkeit ist verbindlich geklärt.

☐ Ein gebuchter QR Dienst verursacht keine unerwarteten Laufkosten und sperrt die Weiterleitung nicht nach einer Testphase.

☐ Neben dem Code steht verständlich, was nach dem Scannen erscheint.

Druck und Funktion testen

Verwenden Sie einen deutlichen Kontrast und lassen Sie rundherum eine freie Fläche. Für einen Standard QR Code sieht DENSO WAVE einen Rand von vier Modulen vor. Ein Modul ist eines der kleinen Quadrate des Codes.

Eine allgemeingültige Mindestgröße in Zentimetern gibt es für alle Anwendungen nicht. Datenmenge, Druck, Untergrund, Abstand und Kamera beeinflussen die Erkennbarkeit. Testen Sie das fertige Druckmuster mit mehreren Geräten aus dem tatsächlich vorgesehenen Abstand.

Werbemittel und Zieladresse

_____

Verantwortlich und letzter Funktionstest

_____

Nach der Veröffentlichung betreuen

Kontrollieren Sie Zielseiten nach Preisänderungen, Sortimentswechseln und Veranstaltungen. Lassen Sie abgelaufene Termine nicht ohne Erklärung stehen. Bei einer neuen Webadresse muss die alte Adresse weiterhin sinnvoll zum Inhalt führen.

Drei typische Fehler

Ein Code führt zu einem großen PDF, dessen Schrift auf dem Handy kaum lesbar ist. Besser ist eine kurze mobil nutzbare Angebotsseite.

Mehrere Codes stehen ohne Beschriftung nebeneinander. Besucher wissen nicht, welcher zur Anmeldung führt. Verwenden Sie einen klaren Zweck pro Code.

Nach einem Relaunch geht die alte Zieladresse verloren. Halten Sie die verwendeten Adressen in einer einfachen Liste fest und planen Sie Weiterleitungen mit ein.

Marketing und Pflichtangaben trennen

Diese Arbeitshilfe behandelt Marketinglinks. Ein QR Code für gesetzliche Zutaten- oder Nährwertangaben bei Wein hat andere Anforderungen. Eine werbliche Landingpage ist dafür nicht automatisch geeignet. Lassen Sie den konkreten Einsatz gesondert prüfen.

Prüfliste nach dem Druck

- ☐ Der Code ist auf dem endgültigen Material gut lesbar.
- ☐ Das Ziel öffnet direkt und funktioniert mobil.
- ☐ Die angebotene Aktion lässt sich abschließen.
- ☐ Eine verantwortliche Person überwacht die Zielseite.

Technische Grundlage DENSO WAVE QRcode.com Point for determining the code area.

Hinweise zu Codefläche und Freiraum

Vertiefung am Praxisbeispiel

Praxisfall: Vom Messeflyer zum passenden Angebot

Ein Weingut druckt einen Code mit der Beschriftung ‚Messeweine ansehen und bestellen'. Das Ziel ist eine mobile Seite mit genau den angebotenen Weinen und einem klaren Bestellweg. Ein Link zur allgemeinen Startseite würde den Suchaufwand nur verlagern. Verwenden Sie möglichst eine kurze Adresse unter Ihrer eigenen Domain. Diese kann bei einem späteren Systemwechsel weitergeleitet werden. [Q099, Q103]

Statisch und dynamisch verständlich unterscheiden

Ein statischer Code enthält beispielsweise unmittelbar eine Internetadresse. Diese Zeichenfolge lässt sich nach dem Druck nicht ändern. Eine Weiterleitung unter dieser Adresse kann aber zu einem neuen Ziel führen. Bei vielen als dynamisch beworbenen Codes übernimmt ein externer Dienst die Weiterleitung. Prüfen Sie dann Laufzeit, Kosten und Zugriff nach Vertragsende. Die Bezeichnung allein verrät nicht, ob Sie langfristig die Kontrolle behalten. [Q040, Q101, Q103]

Warum der Weißraum zum Code gehört

Die freie Fläche um einen Standard-QR-Code beträgt vier Module. Ein Modul ist eines der kleinen Quadrate. Liegt direkt daneben ein Bild oder eine Beschriftung, kann die Erkennung erschwert werden. Sehr lange Adressen erzeugen außerdem komplexere Codes. Größerer Druck oder weniger Inhalt können dann sinnvoller sein als eine dekorative Veränderung. Fehlerkorrektur ist eine technische Reserve und keine Zusage, dass ein überdeckter Code auf allen Geräten funktioniert. [Q099, Q100, Q116]

Ein aussagekräftiger Drucktest

Testen Sie das tatsächliche Etikett oder den Flyer in Endgröße. Prüfen Sie mehrere Smartphones, unterschiedliche Beleuchtung und den vorgesehenen Abstand. Ein Code auf einer gewölbten Flasche verhält sich anders als derselbe Code am Bildschirm. Notieren Sie Zieladresse, Druckprodukt, Testdatum und verantwortliche Person. Ein erfolgreicher Scan prüft noch nicht, ob die Zielseite verständlich und aktuell ist. [Q102, Q104]

Marketing und elektronische Pflichtangaben trennen

Für digitale Zutaten- und Nährwertinformationen gelten eigene Anforderungen. Die EU-Regeln enthalten insbesondere Vorgaben zu Verkaufs- und Marketinginformationen sowie zur Erfassung von Nutzerdaten auf der betreffenden elektronischen Darstellung. Eine normale Werbeseite mit Tracking ist deshalb kein automatischer Ersatz. Auch fremde oder überklebte Codes können ein Sicherheitsrisiko sein. Prüfen Sie Codes auf öffentlich zugänglichen Werbemitteln regelmäßig. [Q045, Q115]

Wenn Sie Unterstützung wünschen

Wir übernehmen Gestaltung, Zielseite und Prüfung des Codes im vorgesehenen Druckformat. Bei Pflichtinformationen auf elektronischen Weinetiketten stimmen wir die technische Lösung mit den fachlichen und rechtlichen Anforderungen ab.

Kontakt: info@dasteam.de

Quellen und Vertiefung

Redaktionell geprüft am 11. November 2026. Die Beispiele und Rechenfälle sind eigene, fiktive Übertragungen auf den Betriebsalltag. Quellen belegen Grundlagen und Einordnung. Sie sind keine Nachweise für die Ergebnisse der fiktiven Betriebe.

Q099 Point for determining the code area | QRcode.com | DENSO WAVE
https://www.qrcode.com/en/howto/code.html

Q100 Error correction feature | QRcode.com | DENSO WAVE
https://www.qrcode.com/en/about/error_correction.html?trk=article-ssr-frontend-pulse_little-text-block

Q040 FAQ | QRcode.com | DENSO WAVE
https://www.qrcode.com/en/faq.html

Q041 QRcode® invented by DENSO
https://www.denso.com/global/en/technology/qrcode/

Q101 Fragen und Antworten zum QR-Code-Manager | GS1 Germany
https://www.gs1-germany.de/hilfe-faq/qr-code-manager/

Q102 Barcodeprüfung von GS1: Damit die Barcodequalität stimmt
https://www.gs1-germany.de/produkte-services/barcode-pruefung/

Q103 QR-Code-Manager: Dynamische QR-Codes kreieren & verwalten
https://www.gs1-germany.de/produkte-services/qr-code-manager/

Q104 Geprüfte Qualität:
https://www.gs1-germany.de/fileadmin/gs1/basis_informationen/gepruefte_qualitaet_gs1_codes_im_check_2026.pdf

Q045 EUR-Lex - 52023XC01190 - EN - EUR-Lex
https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=OJ%3AC_202301190

Q115 Polizeiliche Kriminalprävention: Quishing
https://www.polizei-beratung.de/aktuelles/detailansicht/was-ist-quishing/

Q116 DENSO: Größe der Module
https://www.qrcode.com/en/howto/cell.html