**Er fremtidens stregkode usynlig?**

Hurtigere scanning ved point-of-sale og adgang til et væld af dynamiske produktinformationer via mobilen. Der er innovation i detailhandlen.

**Med et digitalt vandmærke kan leverandører, handel og forbrugere alle opnå store fordele**

Det digitale vandmærke, DW Code, er en ny teknologi, hvormed man kan trykke en usynlig ”stregkode” overalt på et produkts emballage. Dermed er der en markant fysisk forskel til den traditionelle produktstregkode, EAN-13, som har skabt udfordringer for emballagedesignere gennem de 40 år, hvor den har været brugt i hele verdens detailhandel.

Ud over dette er der også en anden markant forskel: Fordi den indeholder et GTIN-varenummer, kan DW Code linke til informationer i en database, hvor produktinformationer kan ændres dynamisk. ”Dette vil helt klart give mere korrekte og opdaterede informationer til forbrugerne,” forudser Jane Wulff, Head of Standards and Implementation i GS1 Denmark. ”Og naturligvis åbner det helt nye perspektiver for mærkevareejere og handlen mht. hurtigt, billigt og effektivt at kunne ændre fx produktinformationer, ernæringsindhold og allergener eller oprette kampagner.”

Fordi stregkoden ikke sidder ét sted på produktet, som vi er vant til, bliver den også nemmere og hurtigere at scanne ved kassen. Og vi kommer ud over problemerne med at læse stregkoder, der er forkert placeret, fx i en svejsesøm eller rundt om et hjørne. Det vil være en fordel for både de professionelle kassemedarbejdere og for kunden, der benytter selv-scanning. Desuden vil det gavne dem, som anvender smartphones til at få oplysninger om produktet.

**Det sker lige nu i USA. Men hvad med i Danmark?**

Hos Arla ser man med interesse på DW Code: ”Det lyder meget spændende, og vi ser bestemt perspektiver i de muligheder, som DW åbner for. Blandt andet virker muligheden for dynamisk ændring i data tillokkende; i dag er det jo den fysiske emballage, der skal ændres, når vi vil tilpasse en kampagne. Vandmærke-stregkoden vil også gøre det muligt for os at opnå hurtigere og tættere ontakt med forbrugerne, fordi smartphones er blevet hvermandseje. Vi følger løbende den teknologiske udvikling, så vi er klar, når den rigtige løsning byder sig til. Vi har også blik for mulighederne i RFID og GS1 Datamatrix”, fortæller Jan Nørgaard, Sales Development Manager i Arla. ”Detailhandlen har brug for konstant at kunne udvikle sig uden at ødelægge systemer, der kører pålideligt og effektivt. Derfor synes vi, at DW Code repræsenterer en smart innovation i og med, at man tager den globalt udbredte identifikationsstandard for produkter, GTIN-varenummeret, og giver det mere værdi,” mener Jane. ”Vi forudser, at DW Coden vil supplere og ikke erstatte EAN-13 stregkoden”, slutter Jane.

**Fordele med den usynlige stregkode**

• Hurtigere gennem point-of-sale, fordi vand- mærke-stregkoden ikke skal rammes præcist: Den er alle vegne på produktet.

• Nemmere adgang til produktinformationer både før og efter køb: Med sin mobil kan forbrugeren hurtigt og nemt scanne produktet og blive linket til data kontrolleret af afsenderen.

• Billigere kampagner: De data, som den usynlige vandmærke-stregkode linker til, kan ændres dynamisk. Emballagen skal med andre ord ikke laves om, hvis fx en ny kampagne lanceres.

**Vil du vide mere om DW Code?**

Kontakt Jane Wulff, Head of Standards and Implementation i GS1 Denmark,  
på telefon 39 27 85 27 eller [jw@gs1.dk](mailto:jw@gs1.dk)