

Online-Supermarkt: Allyouneed testet QR-Codes an Packstationen

✖ 16 DHL-Packstationen in Berlin sehen zurzeit etwas wunderlich aus. Denn die ganze Front ziert eine Fototapete des Lebensmittel-Onlinehändlers Allyouneed. Darauf abgebildet: Lebensmittel mit jeweils einem QR-Code, über den die Online-Shopper bestellen können.

Versuch macht klug. Also versucht sich auch Allyouneed an neuen Strategien, um den Versand von frischen Lebensmitteln zu pushen. Dies geschieht in Form einer Fototapete, die wie ein Marktstand gestaltet ist. Diese Tapete ist auf 16 Paketstationen von DHL in Berlin aufgebracht worden. Dort können Kunden dann per QR-Code direkt ein paar Lebensmittel bei der DHL-Tochter bestellen, wenn sie ihr Paket abholen. Die Lieferung des gesamten Einkaufs erfolgt dann zum Wunschtage, direkt an die Wohnungstür.

Die Idee, frische Lebensmittel über QR-Codes bestellbar zu machen, haben auch andere Anbieter getestet. Vorreiter war hierbei Tesco. Der Händler ließ QR-Tapeten in Seouler U-Bahn-Stationen anbringen. Olaf Kohlbrück von eTailment bewertet vergleichbare Aktionen bislang wie folgt:

“Derartige Tests mit QR-Wänden gibt es seit Jahren. PR-Effekt groß, Umsatz kaum messbar.”