**Presseinformation**

Es begann mit einem einfachen Beep

**Vor 50 Jahren wurde der allererste Barcode in einem Supermarkt gescannt.  
Jetzt steht die neue Generation bereit.**

**Köln, 29. April 2024.** Erste Playmobilfiguren zogen ins Kinderzimmer ein, die deutsche Fußball-Nationalmannschaft holte den WM-Titel im eigenen Land, und ABBA betrat mit Waterloo beim Grand Prix Eurovision de la Chanson die große Bühne. 50 Jahre liegen diese unvergessenen Ereignisse zurück, und die Digitalisierung nahm zugleich ihren Lauf. Am 26. Juni 1974 wurde nämlich in einem Marsh-Supermarkt in Ohio, USA, der Barcode auf einem Kaugummi der Marke Wrigley's Juicy Fruit zum ersten Mal gescannt. Dies war der Beginn des automatisierten Kassierens und der Grundstein für eine der prägenden Technologien des 20. Jahrhunderts.

**Die Relevanz des Kaugummis: So fing es an**

Jedes Kind kennt den Barcode. Genauer: das allseits vertraute Piepen, wenn Produkte an der Kasse eingescannt werden. Aber wie kam es überhaupt dazu? Um die Geschichte hinter dem Barcode ranken sich seit jeher allerhand Mythen. Eine Erzählung besagt, dass der US-amerikanische Ingenieur Norman Joseph Woodland Ende der 1940er-Jahre mit dem Finger einige senkrechte Striche in den Sand von Miami malte. Vorausgegangen seien Gespräche mit seinem Kompagnon Bernard Silver über die Beschleunigung der Warenerfassung an Kassen.

Und rund zwei Jahrzehnte nach der Patentanmeldung ertönte am 26. Juni 1974 tatsächlich erstmals das „Beep“ beim Scannen einer Zehnerpackung Kaugummi. Der Ton stammte seinerzeit von IMB und blieb bis heute unverändert. In Deutschland sorgte der Barcode erstmals im Jahre 1977 auf einer Gewürzmischung für Furore. Mittlerweile wird der Barcode täglich zehn Milliarden Mal weltweit auf Produkten gescannt.

**Die Erfolgsstory des Barcodes: bleibt alles anders**

Letztendlich veränderte der erste Barcode-Scan die Art und Weise, wie wir einkaufen, Handel betreiben und Informationen verarbeiten, für immer. Noch heute verbindet das Scannen des Barcodes an der Kasse ein physisches Produkt mit produktbegleitenden Informationen entlang der gesamten Lieferkette. Dies ermöglicht zum Beispiel, branchenübergreifend Waren lückenlos zu verfolgen, die Lagerhaltung zu verbessern oder Arbeitsaufwände zu optimieren.

Der 1994 vom japanischen Unternehmen Denso Wave entwickelte QR-Code basiert nach wie vor auf diesem Prinzip, ist mit über 7.000 möglichen verschlüsselten numerischen Zeichen, sprich Zahlen, allerdings leistungsstärker. Darauf aufbauend können Nutzer:innen inzwischen über den Scan eines QR-Codes mit ihrem Smartphone zusätzliche Informationen abrufen, wie Herkunfts- oder Nachhaltigkeitsinformationen.

**Die neue Barcode-Generation: ein Code für alles**

Und die Erfolgsgeschichte geht weiter: Die Entwicklung der 50-jährigen Historie vom linearen Strichcode hin zum leistungsstärkeren, multifunktionalen QR-Code-Format läutet eine neue Ära der Informationsbeschaffung von und Interaktion mit den Teilnehmenden der Lieferketten ein – von Logistiker:innen oder Lagerist:innen über das Ladenpersonal bis hin zu den Verbraucher:innen. Es bedarf nur eines einzigen Codes, welcher dem stark gestiegenen sowie stetig wechselnden Informationsbedürfnis in Echtzeit zu Produkten gerecht wird.

Dies wird zukünftig durch eine neue Technologie möglich, die wie eine „Weiche“ orts- und zeitabhängig produktspezifische Informationen beim Scannen eines QR-Codes ausspielt. Verbraucher:innen werden so beispielsweise am Ladenregal zu einer Rabattaktion geführt, bekommen zuhause relevante Produkt-Tipps für den Gebrauch oder zu einem späteren Zeitpunkt wichtige Hinweise zur Reparatur oder richtigen Entsorgung. Und die Kasse erkennt beim Scannen vollautomatisiert, sollte das Verfallsdatum abgelaufen sein oder es einen Rückruf auf dem Produkt geben. Ein Code für alles eben.

„Gegenüber dem linearen Strichcode können diese dynamischen QR-Codes by GS1 deutlich mehr Daten enthalten. Dies macht die neue Generation von Barcodes umso interessanter für vielfältige Anwendungen in ganz unterschiedlichen Branchen und führt zu einer höheren Kundenzufriedenheit“, ist sich Thomas Fell, CEO von GS1 Germany, sicher. Ab 2028 soll der dynamische Barcode weltweit an allen Kassen lesbar sein. Und: Das Beepen bleibt erhalten!

Pressefoto: *Am 26. Juni 1974 wurde in einem Marsh-Supermarkt in Ohio, USA, der Barcode auf einem Kaugummi der Marke Wrigley's Juicy Fruit zum ersten Mal gescannt (Quelle: Wrigley/GS1).* Weitere Fotos und Pressematerial wie Infografik, Zahlen, Daten und Fakten u.v.m. hier im GS1 Germany Newsroom: [www.gs1.de/newsroom](https://www.gs1-germany.de/newsroom/pressemappe-50-jahre-beep/)

**GS1 Germany** – Es begann mit einem einfachen Beep.

1974 wurde in einem Supermarkt zum ersten Mal ein Barcode gescannt. Dies war der Beginn des automatisierten Kassierens – und der Anfang der Erfolgsgeschichte von GS1. Der maschinenlesbare GS1 Barcode mit der enthaltenen GTIN ist mittlerweile der universelle Standard im globalen Warenaustausch und wird zehn Milliarden Mal täglich auf Produkten gescannt. Die Standards von GS1 sind die globale Sprache für effiziente und sichere Geschäftsprozesse, die über Unternehmensgrenzen und Kontinente hinweg Gültigkeit hat. Als Teil eines weltweiten Netzwerks entwickeln wir mit unseren Kunden und Partnern gemeinsam marktgerechte und zukunftsorientierte Lösungen, die auf ihren Unternehmenserfolg unmittelbar einzahlen. Zwei Millionen Unternehmen aus 25 Branchen weltweit nutzen heute diese Sprache, um Produkte, Standorte und Assets eindeutig zu identifizieren, um relevante Daten zu erfassen und um diese mit Geschäftspartnern in den Wertschöpfungsnetzwerken zu teilen. GS1 – The Global Language of Business. [www.gs1.de](http://www.gs1.de)

Pressekontakt:

GS1 Germany GmbH

Stefan Schütz

Maarweg 133, 50825 Köln

Tel: 0221 94714-524

E-Mail: [stefan.schuetz@gs1.de](mailto:stefan.schuetz@gs1.de)

[www.gs1.de/newsroom](https://www.gs1.de/newsroom)