

## WIE NIET GEVONDEN WORDT, WORDT NIET GEKOZEN

Eenduidige productdata is de basis voor  
betrouwbare AI, digitale productinformatie  
en de toekomst van shopping.



### AI BESLIST MEE

**AI beslist mee over welke producten  
worden gevonden, vergeleken, aanbevolen  
en gekozen.**

De manier waarop consumenten producten vinden en kiezen is fundamenteel veranderd. Niet meer alleen via winkelschappen, webshops of zoekmachines. Ze gebruiken AI-assistenten, slimme zoekfuncties en apps om sneller tot een keuze te komen. Ook bedrijven gebruiken digitale systemen en AI om productinformatie te vinden, te beoordelen en te verwerken.

AI speelt een steeds grotere rol in de manier waarop informatie wordt geselecteerd, geordend, samengevat en gepresenteerd.

Daarmee verandert ook de vraag voor organisaties.

Niet alleen: is onze productinformatie beschikbaar?

Maar vooral: wordt onze productinformatie gevonden, begrepen en vertrouwd door de systemen die beslissingen ondersteunen?

### VAN ZICHTBAARHEID NAAR TRANSACTIE

In een digitale en AI-gedreven omgeving is vindbaarheid cruciaal. Want als AI-systemen, zoekmachines, social media en platforms productinformatie niet goed kunnen vinden, herkennen of vertrouwen, komt een product minder snel naar voren in vergelijkingen, aanbevelingen of geautomatiseerde keuzes. Dat raakt merken en retailers direct

Een AI-assistent die een product bestelt, kiest niet automatisch het merk met de grootste marketingcampagne. Hij kiest het product dat het beste past bij de vraag van de gebruiker. Daarvoor moet hij het product vinden, eenduidig kunnen identificeren en beschikken over gestructureerde productinformatie.

Daarbij draait het om vragen als: komt de informatie van de fabrikant of merkeigenaar? Is de informatie actueel, consistent en gestructureerd beschikbaar? Wordt overal dezelfde productidentiteit gebruikt? En is er een betrouwbare bron waar systemen op kunnen vertrouwen?

## AI VERTROUWT NIET VANZELF DE JUISTE BRON

**AI kan alleen vertrouwen op de informatie die het kan vinden, herkennen en interpreteren.**

Large Language Models (LLMs) en andere AI-systemen kunnen enorme hoeveelheden informatie verwerken. Maar zij weten niet automatisch welke productinformatie actueel, volledig of leidend is.

Wanneer informatie over hetzelfde product op verschillende plekken anders wordt beschreven, ontstaat ruis. Als er meerdere productbeschrijvingen beschikbaar zijn, is het onvoorspelbaar welke informatie de basis zal vormen voor een AI-systeem. Daardoor neemt het risico op onjuiste informatie toe. Organisaties kunnen de grip verliezen op hun eigen productverhaal. Niet omdat hun product niet goed is, maar omdat de informatie erover niet goed genoeg vindbaar, gestructureerd of eenduidig is.

## ZONDER DE JUISTE PRODUCTDATA GAAT AI GOKKEN

**Waar AI zorgt voor intelligentie, zorgt GS1 voor vertrouwen.**

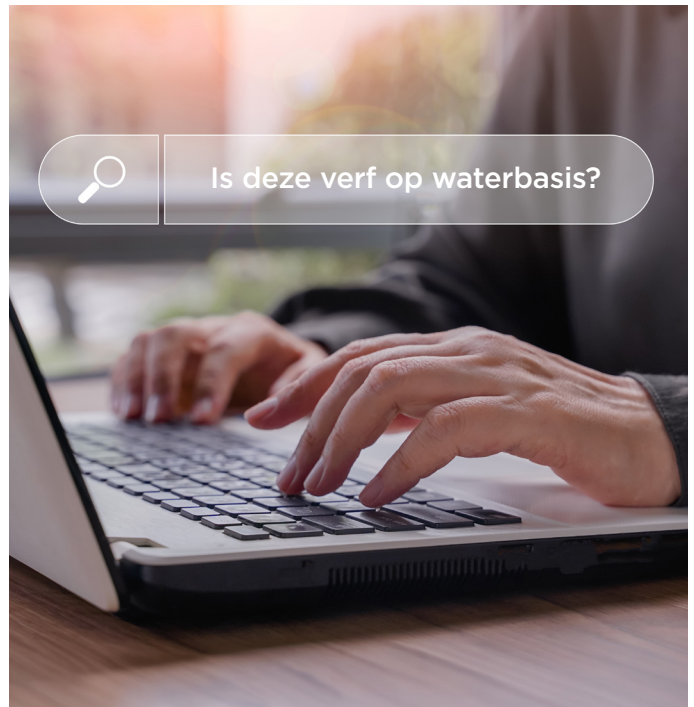
GS1 levert de bouwstenen die nodig zijn om productinformatie gestructureerd, vindbaar en bruikbaar te maken voor mensen én AI-systemen:

- Een unieke productidentiteit (GTIN) die wereldwijd herkenbaar is
- Eenduidige productinformatie die overal dezelfde betekenis heeft
- Productdata die door digitale systemen automatisch kan worden verwerkt
- Verifieerbare informatie waarvan de herkomst gecontroleerd kan worden
- Koppelingen tussen fysieke producten en actuele online informatie
- Inzicht in relevante informatie uit de keten, zoals herkomst, logistiek en duurzaamheid

Onder de motorkap betekent dit dat productdata niet alleen geschikt moet zijn voor mensen, maar ook voor machines. AI-toepassingen moeten informatie kunnen vinden, interpreteren en verifiëren.

GS1 biedt hiervoor een wereldwijd platform van afspraken, identificatiecodes en diensten waarmee organisaties producten consistent kunnen identificeren en informatie daarover kunnen delen.

Zo spreekt iedereen dezelfde data taal. Kijk voor meer informatie op [GS1.nl](https://www.gs1.nl)



## MEER TOEPASSINGEN, MEER EISEN

**Eenduidige productinformatie wordt steeds belangrijker voor digitale processen en besluitvorming.**

De behoefte aan betrouwbare productinformatie groeit. Consumenten willen weten wat ze kopen, waar het vandaan komt en of claims kloppen.

Retailers, marktplaatsen en andere handelspartijen zijn afhankelijk van gestructureerde productinformatie om producten te kunnen vinden, vergelijken, verkopen en controleren. Tegelijkertijd vragen overheden en toezichthouders om steeds meer digitale en controleerbare informatie over duurzaamheid, verpakkingen en circulariteit.

AI creëert de behoefte aan eenduidige productinformatie niet, maar vergroot de impact van ongestructureerde productinformatie. Waar productinformatie vroeger vooral bedoeld was voor mensen, wordt deze steeds vaker gebruikt door digitale systemen die informatie zoeken, vergelijken en interpreteren. Daardoor moet productdata niet alleen beschikbaar zijn, maar ook gestructureerd, vindbaar en bruikbaar zijn voor machines.

Wie productdata goed op orde heeft, blijft zichtbaar, relevant en betrouwbaar. Wie dat niet heeft, verliest grip op zijn eigen productverhaal.



## EEN PRODUCT, EEN TOEGANGSPOORT

**Via één digitale identiteit krijgt iedere doelgroep toegang tot relevante productinformatie.**

Veel mensen kennen GS1 van de streepjescode. Vanaf 2027 zal de streepjescode geleidelijk plaatsmaken voor de **QR Code powered by GS1**. Achter die QR-code zit **GS1 Digital Link**: een unieke digitale identiteit die gekoppeld is aan het product.

Die digitale identiteit vormt een toegangspunt naar betrouwbare productinformatie. De QR-code gebruikt de informatie achter de GTIN, een wereld-

wijd uniek identificatienummer. Deze kan worden aangevuld met extra productinformatie. Zo ontstaat één herkenbare bron die verschillende doelgroepen voorziet van informatie die voor hen relevant is.

Een consument ziet bijvoorbeeld ingrediënten, allergenen of gebruiksinformatie. Een toezichthouder krijgt toegang tot compliance-informatie. En een AI-assistent kan de juiste productinformatie herkennen, interpreteren en gebruiken zonder te hoeven gokken op basis van losse of onbetrouwbare bronnen.

Zo wordt GS1 Digital Link achter de QR-code de digitale toegangspoort naar actuele en betrouwbare productinformatie gedurende de hele levenscyclus van een product.

## BETROUWBARE AI BEGINT MET EENDUIDIGE PRODUCTDATA

**AI maakt gestructureerde productdata belangrijker dan ooit.**

In een wereld waarin machines informatie zoeken, interpreteren en gebruiken, is het essentieel dat productdata eenduidig, gestructureerd en betrouwbaar wordt gedeeld. Daar ligt de rol van GS1.

GS1 helpt organisaties om productinformatie zo te organiseren dat consumenten, bedrijven, overheden én AI-systemen erop kunnen vertrouwen. Niet door zelf AI te leveren, maar door ervoor te zorgen dat de productdata waarop AI vertrouwt, consistent, eenduidig en gestructureerd is.

Al meer dan 50 jaar helpt GS1 organisaties om productinformatie eenduidig te identificeren en te delen. Wat begon met de barcode, groeit uit tot een digitale infrastructuur voor vertrouwen in een wereld van AI.



### Over GS1

GS1 is al 50 jaar een neutrale, not-for-profit organisatie die bedrijven wereldwijd oplossingen biedt voor productherkenning en het delen van productdata. GS1 werkt elke dag samen met deelnemers en partners aan een universeel en toonaangevend systeem voor productdata. Het doel: met één scan toegang geven tot betrouwbare informatie over elk product, zodat mensen en organisaties de juiste keuzes kunnen maken. Door productdata toegankelijk te maken en te delen, helpt GS1 ondernemers om nu én in de toekomst succesvol te blijven ondernemen.

[GS1.nl/AI](https://GS1.nl/AI)