

A digitális termékigazolvány már ma is megtérül

Miért nem szabadna a divatmárkáknak 2029-ig várniuk a termékútlevélek összeállításával és közzétételével, és mit jelent ez euróban kifejezve.

- **Téma:** A digitális termékigazolványok gazdaságossága és marketingelőnyei az uniós kötelezettség bevezetése előtt
- **Célközönség:** Vezetőség, marketing, termékmenedzsment, beszerzés, fenntarthatóság és informatika a ruházati és textilipari vállalatokban
- **Tartalom:** modellszámítás nyilvánosságra hozott feltételezésekkel, adattérkép, fázismodell, 90 napos terv
- **Állapot:** 2026. szeptember
- **Excel-kalkulátor:** Rendelkezésre áll a saját adatok beviteléhez és egyedi számítások elkészítéséhez
- **Megjegyzés:** Példaszámítás tájékoztató jelleggel. Nem minősül jogi, adóügyi vagy befektetési tanácsadásnak.

Mutató	Érték
Jelenlegi címkézés darabonként	0,50 €
Címkézés darabonként digitális termékigazolvánnyal	0,20 €
Éves megtakarítás	110 790 €

Számítási modell egy olyan márkára vonatkozóan, amelynek éves értékesítése 250 000 darab. Az összes feltételezést a 3. fejezetben és a mellékletben ismertetjük, és azokat saját adataival helyettesítheti.

Günter Reichelt, textilmérnök, elhivatott vállalkozó, a Transpareo igazgatótanácsának elnöke. 2026. augusztus/szeptember.

Contents

Miért nem érdemes várni?	4
Amit ebben a tanulmányban szeretnék bemutatni Önöknek	4
Az egyoldalas számla	5
Ami engem leginkább meggyőzött	6
1) Kiindulási helyzet: A kötelezettség várhatóan 2029-ben lép hatályba, az előnyök viszont azonnal jelentkeznek	6
1.1) Az ütemterv, ahogyan azt maga a Bizottság nevezi	6
1.2) A kötelezettség mögött rejlő lehetőség	7
1.3) Mennyibe kerül a kivárás?	8
2) Milyen adatokkal rendelkezik már ma	8
2.1) A termék azonosítása és alapvető jellemzői	9
2.2) Anyagok, fonalak és minőségek	9
2.3) Ápolás, viselés, javítás	10
2.4) Származás, gyártás és ellátási lánc	11
2.5) Tanúsítványok, megfelelés, fenntarthatóság	11
2.6) Kereskedelmi információk: az alulértékelt terület	12
3) Milyen gazdasági előnyökkel jár az átállás	12
3.1) A modellvállalat	13
3.2) A fizikai jelölés manapság	13
3.3) Fizikai jelölés termékigazolvánnyal	14
3.4) Három forgatókönyv	14
3.5) Mi fog történni a textiltímkézéssel?	15
3.6) Közvetett folyamat- és járulékos költségek	15
3.7) Visszaküldések: a legnagyobb egyedi hatóerő	16
3.8) Összes számla, beleértve a platformköltségeket is	17
3.9) Ha évente több mint két kollekciót mutat be	18
4) A termékútlevél szerepe a marketingben	19
4.1) Az egyetlen, teljes hatótávolságú kapcsolódási pont	19
4.2) Kombinációk és keresztértékesítés	19
4.3) Rendezvények, közösség, márkaélmény	20
4.4) A potenciális ügyfelek generálójá	20
4.5) Védjegyek és a hamisítás elleni védelem	22
4.6) Másodlagos piac és az érték megőrzése	22
4.7) Többnyelvűség és akadálymentesség	23
5) Milyen előnyökkel jár ez a szervezetük számára	23
5.1) Kezdjük egyszerűen azzal, ami kéznél van	23
5.2) Adatimport és integráció, valamint miért fontos az irány	24
5.3) Az adatállomány mint önálló érték	25
5.4) Azok a mutatószámok, amelyeket már az első naptól kezdve érdemes nyomon követni	26
6) A termékigazolványtól az uniós nyilvántartásig: pusztán formai kérdés	26

6.1) Mit is csinál valójában a regiszter?	27
6.2) A négy leggyakrabban hallott ellenvetés	27
6.3) Kockázatok, nyíltan megnevezve	28
6.4) A szolgáltató kiválasztásáról	29
7) Az első 90 nap	29
7.1) Három dolog, amit szeretnék átadni Önöknek	30
Melléklet: Az összes feltételezés áttekintése	30
A szerzőről	32
A Transpareo-ról	32

Miért nem érdemes várni?

Több mint ötvenhét éve foglalkozom vállalkozások felépítésével, ebből egy részét a textil- és divatiparban. Textilmérnökként – még ha ez már régen is volt – és sokrétű vállalkozói tapasztalatommal tudom, hogy mennyi pénzbe kerül az anyagok specifikálása és a gondozási jelölések összehangolása. Ezért írom ezt a tanulmányt, mint szenvedélyes vállalkozó és mint valaki, aki tudja, milyen hatással van a kalkulációra egy négyrétegű ápolási címkével ellátott szaténszalag.

A kiindulási helyzet ismert. Az Európai Bizottság a 2026. május 27-i DG GROW-prezentációjában bejelentette, hogy a textiliparra vonatkozó felhatalmazáson alapuló jogi aktus 2027 harmadik vagy negyedik negyedévében lép hatályba, a termékigazolvány kötelező alkalmazása pedig 2029-ben. A szokásos reakciókat számos beszélgetésből ismerem: kívánni, figyelni, majd két év múlva újra napirendre tűzni a kérdést.

Szerintem ez hiba, és nem is csekély.

A termékigazolvány hasznossága és gazdaságossága nem a kötelező jellegétől függ. Attól függetlenül, hogy rendelkeznek-e olyan termékadatokkal, amelyeket ma drágán nyomtatnak textilre, nagy ráfordítással fordítanak le, a maradék készletekben selejteznek, és amelyeket senki sem olvas el, mert a betűk túl kicsik. Ezek a költségek minden egyes nap felmerülnek, amíg várnak. A marketing szempontjából fontos előnyökről nem is beszélve.

Amit ebben a tanulmányban szeretnék bemutatni Önöknek

Először is: az adatok már régóta rendelkezésre állnak. Az anyagösszetétel, a fonalvastagság, a szövetszálak, az ápolási útmutatások, a gyártási hely, a méret, a szín és a kombinációs javaslatok megtalálhatók a PIM-rendszerben, az ERP-ben, a techpackekben és a tanúsítványmappákban. Tapasztalatom szerint egy igazán hasznos divattermék-adatlap körülbelül háromnegyede már most is kitölthető a meglévő adatokkal. Nem kell semmit kitalálniuk. Csak egy központi helyen kell összeállítaniuk az adatokat.

Másodszor: ez ma komoly pénzbe kerül Önnek. A 3. fejezetben szereplő számítási modellben ruhadarabonként 0,50 €-ra jutottam ki pusztán a címkék, akasztócímkék, mellékletek és azok felhelyezése tekintetében. Ebből reálisan 0,30 € takarítható meg, ami évi 250 000 darab esetén 75 000 €-t jelent, minden évben. Ha ehhez hozzáadjuk a fordítási költségeket, a címke-maradékok selejtezését, az átcímkézéseket és egy nagyon óvatosan becsült visszaküldések csökkenését, akkor papíron évi 110 790 €-t kapunk. Ez eladott darabonként 0,44 €-nak felel meg. Ez egy számítási modell. A pontos számadatok az Önök rendelkezésére állnak, és nagyjából hasonlóak lesznek.

Harmadszor, és ez számomra a legfontosabb: a ruhadarabon található QR-kód az egyetlen csatorna, amely valóban minden ügyfeléhez eljut. Nem csak a hírlevél-előfizetőket, nem csak az online vásárlókat, hanem azt a hölgyet is, aki Antwerpenben egy többmárkás üzletben vette meg a ruháját, és akiről a mai

napig semmit sem tud. A számításomban ez évi 150 000 darabot jelent, amelyek eddig nyomtalanul eltűntek a piacon. A nagyobb márkák esetében ez a szám milliókba rúg.

Negyedszer: Az EU-nyilvántartásba való feltöltés a megfelelő időpontban csupán formalitás lesz. A nyilvántartás 2026. július 20-tól működik, és azonosítókat és metaadatokat tárol; a termékigazolványokat magukat nem tárolja, amit gyakran félreértenek. A tényleges adatok a gazdasági szereplőnél, illetve annak szolgáltatójánál maradnak. A Transpareo teljes mértékben megfelel a (EU) 2026/1736 végrehajtási határozatban, amely 2026. július 15-én jelent meg a Hivatalos Lapban, hivatkozott harmonizált szabványoknak. Amikor a kötelezettség hatályba lép, Önnek ez percekben belül elintézhető lesz. A Transpareo az Ön nevében automatikusan elvégzi ezt a feladatot.

Az egyoldalas számla

Példaként szolgáltató vállalat: ruházati márka, 250 000 darabos éves értékesítés, körülbelül 1 200 termék-színkombináció, értékesítés kilenc EU-nyelvterületen, 40 százalékos online közvetlen értékesítés. Minden feltételezés nyilvános, és saját adataival helyettesíthető.

Haszonblokk	Éves hatás	Típus
Címkék, akasztócímkék, mellékletek, csomagolás	75 000 €	Költségmegtakarítás
Fordítás, átcímkézés, selejtezés, szolgáltatás	24 790 €	Költségmegtakarítás
Visszaküldések, csupán egy százalékpont alapján számolva	11 000 €	Költségmegtakarítás
Költségmegtakarítás részösszeg	110 790 €	0,44 € darabonként
1. év ráfordításai (platform, adatgyűjtés, QR-integráció)	-25 000 - -40 000 €	Beruházás
Nettó hatás már az első évben	+71 000 - +86 000 €	
Keresztértékesítésből származó fedezeti hozzájárulás a termékigazolvány révén	26 325 €	Többletbevétel
7 500 potenciális ügyfél, ebből 4 500 eddig névtelen állandó ügyfél	45 000 €	Médiaegyenérték

A számítás módszerét a 3. és 4. fejezet tartalmazza. A médiaekvivalens azt jelenti: az összeget, amelyet fizetett csatornákon keresztül kellett volna költenie ugyanannyi minősített potenciális ügyfél megszerzéséhez. Ez nem jelent pénzbeáramlást, ezért külön szerepel a kimutatásban.

Ami engem leginkább meggyőzött

Őszintén szólva nem a címkével kapcsolatos megtakarítás. Az persze jó, de csupán a projektet finanszírozza. Engem valami más győzött meg.

A termékek minden vállalat szívét jelentik. Ennek ellenére éppen ezekre a termékekre vonatkozó adatok szinte minden általam ismert vállalatnál szétszórtnak találhatók: egy részük az ERP-rendszerben, egy részük az egyes munkatársak Excel-táblázataiban, egy részük a beszállítóktól származó PDF-fájlokban, egy részük pedig két olyan ember fejében, akik előbb-utóbb nyugdíjba mennek. A terméknylvántartási kötelezettség arra kényszeríti Önt, hogy ezeket összevonja. Ez az az alkalom, amelyre sok vállalat évek óta várt, anélkül, hogy valaha is megkapta volna.

És ha ezek az adatok egyszer már strukturált formában egy helyen rendelkezésre állnak, akkor olyan lehetőségek nyílnak meg, amelyek korábban egyszerűen nem voltak lehetségesek: bármikor teljes egészében vagy részben vissza lehet őket játszani saját mesterséges intelligencia-modellek betanításához, ügynökalapú alkalmazásokhoz, beszerzési és gyártási tervezéshez, valamint kutatáshoz és fejlesztéshez – anélkül, hogy egyetlen passzolást is közzé kellene tenni. Erről bővebben az 5.3. szakaszban.

A tanácsom egy mondatban: Kezdje azokkal az adatokkal, amelyek már amúgy is a rendelkezésére állnak, és amelyekhez külön megkérdezés nélkül hozzáférhet. Ezekből tegye közzé az első katalógusokat. Gyűjteményről gyűjteményre bővítse az adatállományt. Így két-három év előnyt szerez a kötelezővé válásig, és ez idő alatt az átállás többszörösen is megtérül.

1) Kiindulási helyzet: A kötelezettség várhatóan 2029-ben lép hatályba, az előnyök viszont azonnal jelentkeznek

Az (EU) 2024/1781 számú ökodizájn-rendelet 2024 júliusától hatályban van. 2026 volt az az év, amikor az infrastruktúra élesben is működésbe lépett: Májusban nyolc CEN/CENELEC-szabvány jelent meg, július 15-én ezek közül hatot a (EU) 2026/1736 végrehajtási határozat alapján a Hivatalos Lapban harmonizáltként hivatkoztak, a két hiányzó szabvány tartalma pedig ismert. Július 20-án elindult az EU termékigazolvány-nyilvántartása. Ami még hiányzik, azok a termékcsoporthoz-specifikus felhatalmazáson alapuló jogi aktusok.

1.1) Az ütemterv, ahogyan azt maga a Bizottság nevezi

Időpont	Esemény	Mit jelent ez az Ön számára
2026 júliusa óta	Hivatkozás a harmonizált szabványokra, az uniós nyilvántartás működésbe lép	A technikai felépítés kialakult. Aki most csatlakozik, szilárd alapokra épít.

Időpont	Esemény	Mit jelent ez az Ön számára
2027. február	Első kötelezettség bizonyos akkumulátor-csoportokra az (EU) 2023/1542 rendelet szerint	A precedens. Ettől kezdve a termékigazolvány a piacon is valósággá válik.
2027. 3. és 4. negyedév	A textiliparra vonatkozó felhatalmazáson alapuló jogi aktus várható (DG GROW, 2026. május 27.)	Csak ekkor ismeri majd a végleges kötelező mezők listáját. A tartalom lényegében már most is meghatározott.
várhatóan 2029	Kötelező alkalmazás a textíliák és a ruházati cikkek esetében	Ettől kezdve a termékigazolvány a piacra lépés feltétele. Nincs termékigazolvány, nincs értékesítés az EU-ban.
ma ettől kezdve	Két-három év idő	Ez az Ön előnyös időszaka. Ez az időszak véget ér, méghozzá mindenki számára egyszerre.

1.2) A kötelezettség mögött rejlő lehetőség

Ezen a helyen szeretnék felvetni egy gondolatot, amely a vitában szinte teljesen háttérbe szorul.

A termékigazolványra vonatkozó kötelezettséget szabályozási terhelésként tárgyalják. Nézzük meg egyszer a másik oldalról is! Az elmúlt öt évtized során egyetlen olyan vállalatot sem láttam, amely saját kezdeményezésére indított volna olyan projektet, amelynek címe: „*Minden termékünkre vonatkozó adatot egy helyen gyűjtünk össze*”. Ráadásul a követelmények az idők folyamán folyamatosan változtak. Mindig volt valami sürgetőbb feladat. Az adatok így szétszórtnak maradtak: az anyagadatok a beszerzésnél, az ápolási útmutatások a minőségirányításban, a tanúsítványok a megfelelőségi mappákban, a mérettáblázatok a techpackben, a kombinációs javaslatok a marketingnél, a beszállítói címek pedig a könyvelésben.

A termékek minden vállalat szívét képezik. Ennek ellenére a velük kapcsolatos adatok a legtöbb vállalatnál a legrosszabbul szervezett adatállományt jelentik, mivel decentralizáltan tárolják őket. A termékútlevél hosszú idő óta az első olyan külső kezdeményezés, amely elég erős ahhoz, hogy ezen változtatson, és egyúttal jutalmazza is a munkát, mivel az eredményekből közvetlenül gazdasági és marketingbeli haszon származik.

A központilag rendelkezésre álló, strukturált termékadatokból olyan elemzések és intézkedések vezethetők le, amelyek korábban egyszerűen elképzelhetetlenek voltak, mivel senki sem tudta az adatokat egy pillanat alatt áttekinteni. Melyik fonálmínőség eredményez három szezonon át a legkevesebb reklamációt? Melyik festőüzem biztosítja a legstabilabb színértékeket? Melyik anyagkombináció korrelál melyik visszaküldési aránnyal? Az ilyen jellegű kérdésekre nem lehet választ adni négy részlegből származó öt Excel-fájllal.

1.3) Mennyibe kerül a kivárás?

Szempont	Ma indul	Csak 2028/2029-ben indul
Adatgyűjtés	fokozatosan, a kollekciók megjelenésének ütemében, a folyamatban lévő működés keretében	A projekt időnyomás alatt áll; a külső támogatás 2028-ban szűkössé és drágává válik, mert mindenki egyszerre kezd bele
Beszállítók	Az adatátadást több rendelési szezonra kiterjedően tárgyalják bele a keretszerződésekbe	Egyidejű újratárgyalás minden szállítóval, idő és alkupozíció nélkül
Címkeköltségek	a következő kollekciótól kezdve csökkennek	változatlanul folytatódnak, a modell esetben három év alatt körülbelül 225 000 €
Marketing	az első nyilvánosságra hozott kollekciótól kezdve hat	a kötelezővé válásig teljesen elmarad
QR-kód integráció	az amúgy is esedékes címkecserével együtt történik, a határköltiségek közel nulla	külön átállítás, adott esetben a raktáron lévő áruk újracímkezése
Verseny	Előny a tartalom, az ügyféladatok és az adatminőség terén	Döntetlen. Egy olyan kötelezettség, amelyet mindenki teljesít, már nem jelent érv

Ez az utolsó pont számomra fontos. Attól a pillanattól kezdve, hogy a termékigazolvány kötelezővé válik, mindenki rendelkezik vele. Ekkor már mindenki számára alapvető követelmény lesz. Az előny kizárólag abban az időintervallumban áll fenn, amely jelenleg még nyitott.

2) Milyen adatokkal rendelkezik már ma

Mielőtt a rendszerekkel foglalkozna, érdemes áttekintenie a jelenlegi helyzetet. Az alábbi áttekintések bemutatják, hogy mi áll általában már rendelkezésre a ruházati vállalatoknál, többnyire szétszórva a PIM-rendszerben, az ERP-ben, a techpackben, a laboratóriumi jelentésekben, a tanúsítványmappákban, a szállítói specifikációkban és a webáruházban. Ezek közül soknak már ma is nyomtatott formában kell szerepelnie a termékhez.

Azt javaslom, hogy ezeket a táblázatokat használják sablonként, és egy harmadik oszlopban jegyezzék fel, ki felel az egyes mezők frissítéséért. Ez a kérdés végül nehezebb megválaszolni, mint az, hogy hol található az adott mező.

2.1) A termék azonosítása és alapvető jellemzői

Adatmező	Jellemző forrás	Ma a terméken?
Cikkszám és modellszám, színkód, SKU	ERP / PIM	Címke, címkézés
GTIN / EAN, sorozat- vagy tételszám	ERP / törzsadatok	címkén lévő vonalkód
Kollekció, szezon, szállítási időszak	Kollekciótervezés	nem
Termékleírás, rövid leírás	PIM / webáruház	részben
Méret és méretrendszer (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / méret táblázat	Méretcímke
Szín, színnév, színszám, festési tétel	ERP / beszállítói specifikáció	Címke
Illeszkedés és szabás (Regular, Slim, Oversized)	Techpack / Webáruház	nem
Méret táblázat méretenként (mellbőség, derékbőség, hossz, ujjhossz)	Techpack / Mintajegyzőkönyv	nem
Modellméretek („A modell 1,78 m magas és M-es méretet visel”)	Fotózási jegyzőkönyv	nem
Termék súlya	Szállítási alapadatok	nem

2.2) Anyagok, fonalak és minőségek

Adatmező	Jellemző forrás	Ma a terméken szerepel?
Szálösszetétel százalékban összetevőnként	Beszállítói specifikáció / labor	Kötelező címke
Fonalvastagság (Nm, Ne, dtex), sodrat, fonaltípus	Műszaki leírás / szövőüzem	nem
Szövet- vagy hálótípus (jersey, twill, interlock, popeline)	Műszaki leírás	nem
Szövet súlya g/m ² -ben, szálsűrűség	Anyagadatlap	nem
Kikészítés (mercerizált, sanforizált, víztaszító)	Beszállítói specifikáció	részben címke
Bélés, betétek, vatta, töltőanyag	Alkatrészlista	Címke
Alkatrészecskék: gombok, cipzárok, zsinórok, díszítések	alkatrészlista	nem
Újrahasznosított anyagok aránya, bioalapú szálak aránya	beszállítói nyilatkozat	részben címke

Adatmező	Jellemző forrás	Ma a terméken szerepel?
A szál eredete (pl. pamut eredete)	ellátási lánc dokumentáció	ritkán
Színezék- és vegyi anyag osztályok, RSL-megfelelés	Vizsgálati jegyzőkönyv / labor	nem
Összehúzóerő értékek, dörzsállóság, bolyhosodási érték, fényállóság	Vizsgálati jegyzőkönyv	nem

2.3) Ápolás, viselés, javítás

Adatmező	Jellemző forrás	Ma a terméken?
GINETEX / ISO 3758 szerinti ápolási szimbólumok	Ápolási jelölés	Kötelező címke
Ápolási utasítások szöveges formában, többnyelvűen	Minőségirányítás	Címke / melléklet
Részletes mosási ajánlások (mosószer, töltet, háló)	Minőségirányítás	ritkán
Száritási, vasalási és tisztítási utasítások	Ápolási jelölés	Címke
Utasítások a színátvitelről, a bolyhosodásról, a zsugorodásról	Vizsgálati jegyzőkönyv	részben
Viselési ajánlások, alkalom, szezonális alkalmasság	Marketing / Webáruház	nem
Felöltési és kötési útmutatók (csavart ruha, nyak-kendő, sál)	Marketing / Videó	nem
Javítási útmutatások, foltozási és varrási útmutatások	Minőségirányítás	nem
Pótalkatrészek: pótgomb, pótfonal, cipzárhúzó	Alkatrészlista / Szerviz	mellékelve
Garancia- és reklamációs feltételek	Jogi osztály / Általános Szerződési Feltételek	ritkán

2.4) Származás, gyártás és ellátási lánc

Adatmező	Jellemző forrás	Ma a terméken szerepel?
Gyártási ország („Made in ...”)	Származási igazolás / vám	Kötelező feltüntetés
Ruhagyár, gyártó (1. szint)	Beszerezés / auditjelentések	nem
Szövőüzem, kötőüzem, festőüzem, kikészítő (2./3. szint)	Beszállítói térkép	nem
A gyártóüzem társadalmi és környezetvédelmi auditjai	Megfelelés / amfori BSCI, SA8000	nem
Gyártói azonosító és uniós kapcsolattartási cím (GPSR)	Jogi osztály	Kötelező adat
Importőr és forgalomba hozó	Vám / alapadatok	részben
Gyártási dátum és gyártási tétel	ERP / Megbízási adatok	ritkán

2.5) Tanúsítványok, megfelelés, fenntarthatóság

Adatmező	Jellemző forrás	Ma a terméken?
OEKO-TEX STANDARD 100, tanúsítványszám és érvényességi idő	Tanúsítványmappa	Címke
GOTS, OCS, GRS, RCS, beleértve a tranzakciós tanúsítványokat	Tanúsítványmappa	Címke
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Tanúsítványmappa	Címke
REACH- és POP-megfelelési nyilatkozatok	Megfelelés	nem
Biztonsági szabványok (pl. EN 14682 zsinórok gyermekruházatban)	Minőségirányítás	nem
Figyelmeztető feliratok (gyúlékonyság, apró alkatrészek, allergének)	Minőségirányítás	Címke
CO ₂ e-, víz- vagy energia-mutatók, amennyiben rendelkezésre állnak	Fenntarthatósági jelentés / LCA	nem
Visszavételi, újrahasznosítási és hulladékkezelési utasítások	Fenntarthatóság / Visszavétel	ritkán

Adatmező	Jellemző forrás	Ma a terméken?
A márka használtcikk- és viszonteladási programja	Marketing	nem

2.6) Kereskedelmi információk: az alulértékelt terület

Ez a kategória szabályozási szempontból teljesen irreleváns. Gazdasági szempontból viszont ez a legértékesebb. A cégnél már teljes mértékben jelen van: az online áruházban, a lookbookban, a marketing-naptárban, de a fizikai terméken eddig egyáltalán nem kerül kiemelésre, mert a címkén nincs rá hely.

Információ	Elérhető formátum:
Összeállítási javaslatok: illő felsők, nadrágok, cipők, kiegészítők	Lookbook, stílusútmutató, ajánlási logika az üzletben
A kampányfotózáson szereplő teljes összeállítás	Fotózási jegyzőkönyv, kampányanyagok
Termékvideók, 360 fokos nézetek, részletfelvételek	Médiaadatbázis
A márka története, a tervező nyilatkozata, a kollekció témája	Kollekciós tájékoztató, PR-anyagok
Ugyanazon modell további elérhető színei és méretei	PIM / Webáruház
Újrarendelési és utólagos vásárlási link, kívánságlista	Webáruház-rendszer
Üzletkereső, nyitvatartási idő, időpontfoglalás stílus tanácsadásra	Kiskereskedelmi alapadatok
Rendezvények: üzleti események, mintadarab-kiadások, javító kávézók, bemutatók	Marketingnaplár
Hűségprogram, hírlevél, közösségi hozzáférés	CRM
Vásárlói értékelések és felhasználók által létrehozott tartalom	Webáruház / közösségi média

Ha azon töpreng, mivel kezdje: ezzel a táblázattal. Ez az egyetlen, amihez nem kell egyetlen beszállítót sem megkeresnie.

3) Milyen gazdasági előnyökkel jár az átállás

Térjünk rá a lényegi kérdésre: mennyit lehet megtakarítani, ha a hagyományos adathordozók elmaradnak, és lényegében csak egy QR-kód marad a ruhadarabon? A számításomat szándékosan óvatosan és teljesen átlátható módon állítottam össze, hogy Önök is be tudják illeszteni a saját beszerzési feltételeiket. A következő táblázatokban szereplő minden szám vagy nyíltan feltüntetett feltételezés, vagy az előző sorokból következik.

3.1) A modellvállalat

Paraméter	Feltételezés
Éves értékesítés	250 000 ruhadarab
Választék	körülbelül 350 modell, körülbelül 1 200 cikk-szín kombináció
Kollekciók	2 főkollekció plusz 2 kiegészítő kollekció évente
Értékesítési piacok	DACH plusz hat további EU-ország, kilenc nyelv a gondozási címkén
Értékesítés	60 % hagyományos csatornák (saját kiskereskedelem és nagykereskedelem), 40 % D2C online
Online megrendelések	körülbelül 100 000 megrendelési tétel évente
Kosárérték	65 € nettó, fedezeti hozzájárulási arány 45 %

Ha a cégük évente hat, nyolc vagy tizenkét kollekcióval dolgozik – és manapság sok márka így működik –, akkor az alábbi számadatok mindegyike jelentősen javul, mivel a címkék nyomtatási példányszáma csökken, a selejtarány emelkedik, a fordítási ciklusok pedig gyakrabban ismétlődnek. A számítási modell ebben a tekintetben a kedvezőtlen esetet veszi figyelembe. Lásd ehhez a 3.9. szakaszt.

3.2) A fizikai jelölés manapság

Az ár tartalmazza az anyagot, a nyomtatást, a befejező munkákat, valamint a felragasztáshoz szükséges munkaidő arányos részét. Az árak a közepes árkategóriában, közepes példányszám esetén szokásos feltételeknek felelnek meg.

Tétel	darabonként	250 000 darab esetén
Márka- és nyakcímke, szőtt	0,045 €	11 250 €
Méretcímke	0,010 €	2 500 €
Ápolási és összetételi címke, kilenc nyelven, többbétegű	0,065 €	16 250 €
Kiegészítő címke: származás, tanúsítványok, figyelmeztetések	0,020 €	5 000 €
Fő címke, kétoldalas, díszített	0,110 €	27 500 €
Második címke: fenntarthatósági és márka történet	0,060 €	15 000 €
Zsinór, plomba, biztosítószál	0,030 €	7 500 €
Betétlap és füzet: ápolás és javítás	0,070 €	17 500 €

Tétel	darabonként	250 000 darab esetén
Összeállítás és felhelyezés (arányos munkaidő)	0,090 €	22 500 €
Mai összeg	0,500 €	125 000 €

3.3) Fizikai jelölés termékigazolvánnyal

Nem minden szűnik meg, és ezt én sem állítom. A szőtt márkajelölés megmarad, hiszen ez a márkaépítés része, nem pedig információhordozó. A méretcímke is megmarad, mert különben az üzletben senki sem tudná már a ruhákat rendezni. A gondozási és összetételi címke is megmarad, de jelentősen leegyszerűsödik: szimbólumok, rövid leírások és QR-kód egy rétegen, ahelyett, hogy négy rétegen lenne kilenc nyelvi változat 4–pontos betűmérettel.

Tétel	darabonként	250 000 darab esetén
Márka- és nyakcímke, szövőtt (változatlan)	0,045 €	11 250 €
Méretcímke (változatlan)	0,010 €	2 500 €
Egyszerűsített ápolási címke: szimbólumok, rövid leírás, egyrétegű	0,035 €	8 750 €
QR-kód, a meglévő címkenyomtatásba integrálva	0,005 €	1 250 €
Egy egyszerű, árral és QR-kóddal ellátott vásárlási címke	0,055 €	13 750 €
Csomagolás, csökkentett	0,050 €	12 500 €
Összeg termékadattal	0,200 €	50 000 €

3.4) Három forgatókönyv

Forgatókönyv	Mi marad el	darabonként	évente
Konzervatív	A második akasztócímke, a füzet és a kiegészítő címke elmarad; a csomagolási költségek kissé csökkennek; QR-kód nyomtatása kerül hozzá	0,160 €	40 000 €
Reális (3.2. táblázat a 3.3. táblázattal szemben)	Ezen felül egységesítés egy egyszerű akasztócímkére és egy egyrétegű ápolási címkére	0,300 €	75 000 €
Ambiciózus	emellett megengedett a digitális textiltájkézés: az ápolási címke elmarad, a lógócímke pusztán árcímkévé válik	0,360 €	90 000 €

Konzervatív számítás: $0,060 + 0,070 + 0,020 + 0,015$ (csomagolás) $- 0,005$ (QR) $= 0,160$ €. Reális: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Ambiciózus: $0,300 + 0,035$ (ápolási címke) $+ 0,025$ (címkecsomagolás) $= 0,360$ €.

Az összes további számításhoz végig a reális forgatókönyvet veszem alapul: $0,30$ € darabonként, $75\,000$ € évente.

3.5) Mi fog történni a textilcímkezésessel?

Itt óvatosságra van szükség, ezért egyértelműen fogalmazok. A jelenlegi helyzet szerint a (EU) 1007/2011 számú textilcímkezési rendelet továbbra is előírja, hogy a szálösszetételt fizikailag a terméken vagy a termékben kell feltüntetni. A termékbiztonsági rendelet (GPSR) szerinti gyártói információk és a biztonsággal kapcsolatos figyelmeztetések jelenleg szintén nem helyettesíthetők kizárólag digitális formában.

Pontosan ezért van a reális forgatókönyv úgy kiszámítva, ahogyan: kizárólag az önkéntes információhordozókat – vagyis a címkéket, a mellékleteket, a kiegészítő címkéket és a kötelezően előírtnál több nyelven történő megjelenítést – helyettesíti. A jelenlegi jogi keretek között működik, anélkül, hogy egyetlen előírást is módosítani kellene.

A fejleményekkel kapcsolatos véleményem azonban egyértelmű: a textilcímkezési rendelet szerinti adatokat nagy valószínűséggel úgyis fel kell tüntetni és láthatóvá kell tenni a divat- és textiltermékek termékadatlapján. Ha ugyanezek az információk kötelezően digitális formában is rendelkezésre állnak, a kiegészítő fizikai jelölés tárgyilag nehezen indokolható, mivel címkéket, anyagot, munkaidőt és erőforrásokat igényel anélkül, hogy további információt nyújtana. A textilcímkezési rendelet felülvizsgálatáról a termékigazolvány kapcsán folynak megbeszélések. Erről még nem született döntés, ezért a 3.4. szakaszban szereplő ambiciózus forgatókönyvet kifejezetten jövőbeli lehetőségként jelöltük meg, és azt sehol sem vettük figyelembe az átfogó számításokban.

Aki már ma is teljes körűen vezeti az adatokat a termékadatlapban, annak egy ilyen változáskor nem kell mást tennie, mint kisebb méretű címkét rendelni. Aki viszont nem vezeti az adatokat, annak újra az elejétől kell kezdenie.

3.6) Közvetett folyamat- és járulékos költségek

A címke darabára csupán a látható része a dolognak. A hozzá kapcsolódó folyamatköltségek sok vállalatnál magasabbak, mint maga az anyagköltség, és ezeket egyetlen költség számlázási helyen sem vezetik nyilvántartásba. Egyébként ez az oka annak, hogy ezt a megtakarítást a kontrolling során rendszeresen alábecsülik.

Költségtétel	jelenleg évente	Csökkentés	Megtakarítás
A címkék szövegének fordítása, lektorálása és tördelése (9 nyelv, 4 kollekció)	14 000 €	70 %	9 800 €
Újranyomtatás és átcímkezés szöveghibák vagy a választék változása esetén (3 500 darab × 0,90 €)	3 150 €	80 %	2 520 €
Címkék és akasztócímkék maradék készleteinek selejtezése kollekcióváltáskor (a címkék költségvetés 8 %-a)	10 000 €	60 %	6 000 €
A címkeváltozatok raktározása, összeállítása és kezelése	6 000 €	50 %	3 000 €
Csomagolás és papír licenccímkék (EPR, kb. 4 g karton darabonként)	400 €	80 %	320 €
Ügyfélszolgálati megkeresések az ápolással, mérettel és anyaggal kapcsolatban (3'000 jegy × 3,50 €)	10 500 €	30 %	3 150 €
Összesen	44 050 €		24 790 €

Az a szempont, amelyet a legfontosabbnak tartok: a módosíthatóság. A nyomtatott címke végleges. Ha utólag javítanak egy ápolási utasítást, lejár egy tanúsítvány, vagy egy kombinációs ajánlás értelmelenné válik, mert a hozzá tartozó termék elfogyott: nyomtatott formában ezt már nem lehet orvosolni. A termékadatlapot bármikor központilag frissíthetjük, még hozzá a piacon lévő összes árura vonatkozóan, még azokra a darabokra is, amelyeket két évvel ezelőtt adtak el. Ez a különbség minőségi jellegű, ezért nehezen tükrözhető a fenti táblázatban. Aki valaha is szervezett már visszahívást egy hibás ápolási szimbólum miatt, az tudja, miről beszélünk.

3.7) Visszaküldések: a legnagyobb egyedi hatóerő

Az online divatiparban a visszaküldések jelentik a legnagyobb költségtételt. Ezek jelentős része a méretbeli eltéréseknek, a várakozásoktól való eltéréseknek, valamint az anyaggal és az ápolással kapcsolatos bizonytalanságnak tudható be. Pontosan itt jön képbe a termékadatlap: teljes mérettáblázatok méretenként, az anyag viselkedése, a zsugorodási értékek, a viselési tulajdonságok, a modellmérések és videók. Mindezt a vásárlás előtt a boltban szkenneléssel, valamint a vásárlás után otthon is elérhetővé teszi.

Paraméter	Érték	Hatás
Éves online megrendelések	100 000	
Jelenlegi visszaküldési arány	42 %	42 000 visszaküldés

Paraméter	Érték	Hatás
Teljes költség visszaküldésenként (szállítás, ellenőrzés, előkészítés, értékcsökkenés)	11,00 €	462 000 €
1,0 százalékpontos csökkenés	-1 000 visszaküldés	11 000 €
2,0 százalékpontos csökkenés	-2 000 visszaküldés	22 000 €
3,0 százalékpontos csökkenés	-3 000 visszaküldés	33 000 €

Az összesített számításban szándékosan csak egyetlen százalékpontot veszek figyelembe. Még ez a nagyon óvatos becslés is évi 11 000 eurót jelent. Minden további százalékpont ugyanazt az összeget eredményezi még egyszer. Ez az a tényező, amely messze a legnagyobb növekedési potenciállal rendelkezik, és amelyet a kísérleti üzem során célzottan meg kell mérni. Erről bővebben az 5.4. szakaszban.

3.8) Összes számla, beleértve a platformköltségeket is

Tétel	évente	darabonként
Címkék és csomagolás (reális forgatókönyv)	75 000 €	0,300 €
Közvetett folyamat-, fordítási és szolgáltatási költségek	24 790 €	0,099 €
Visszaküldések csökkentése (1 százalékpont, konzervatív becslés)	11 000 €	0,044 €
Bruttó megtakarítás	110 790 €	0,443 €
1. év költségei: platform, adatgyűjtés, QR-integráció, belső munkaidő	-25 000 – -40 000 €	
1. év nettó hatása	+71 000 – +86 000 €	
Költségek a 2. év től kezdve: platform és folyamatos karbantartás	-18 000 ** – ** -25 000 €	
Nettó hatás a 2. évtől kezdve	+86 000 – +93 000 €	

A platform költségeiről, átláthatóan. A Transpareo díjazása a közzétett termékadatlapok számától függ, havonta felmondható, és az adatok bármikor teljes egészében exportálhatók. Nincs tehát semmiféle kööttség velünk szemben, amit én magától értetődőnek tartok, de sajnos ezen a piacon ez nem így van.

Díjszabás	Termékcsomagok	CHF / hónap	EUR / hónap
Small, kísérleti és belépő szintű	100-ig	139	kb. 153
Medium	1'000-ig	559	kb. 629
Large, példa 1'200 SKU esetén	10'000-ig	1'399	kb. 1'539
Unlimited	korlátlan	3'499	kb. 3'849

Árak 2026. augusztus állapot szerint, a jelenleg érvényes béta-kedvezményvel, beleértve a 40 nyelvre történő AI-fordítást, saját domainnevet, arculattervezést, GS1 Digital Linket, potenciális ügyfelek szerzését, elemzéseket, REST-API-t, valamint importot és exportot. Az aktuális feltételek és a jelenleg érvényes akciók a transpareo.com oldalon találhatók.

A kezdéshez ez azt jelenti: a 20–30 modellt tartalmazó kísérleti csomag havi 139–199 CHF-ba kerül. Ez a dokumentumban szereplő bármely más tételhez képest csupán kerekítési különbség; egyszerűen nincs olyan pénzügyi érv, ami miatt ne érdemes lenne azonnal elkezdni. Csak a teljes termékválasztékra történő kiterjesztéssel nő a díjszabás. A mintegy 1 200 cikk-szín kombinációt tartalmazó modell esetében ez a „Large” díjszabás, amely évente körülbelül 18 500 €-ba kerül, és a fent említett költség-tartományokba beletartozik. A 110 790 eurós megtakarításhoz viszonyítva ez körülbelül 17 százalékot jelent.

3.9) Ha évente több mint két kollekciót mutat be

Manapság számos márka folyamatosan megújítja és bővíti kínálatát. Ez a számítás szempontjából szor-zóként hat, még hozzá az érvelés mindkét irányában.

Költségtáblázat	2 kollekció plusz 2 utólagos kiadás	8–12 kollekció évente
Címke-nyomtatási mennyiségek	közepes mennyiségek, kedvező mennyiségi árak	kisebb mennyiségek, kedvezőtlenebb mennyiségi árak, az egységár emelkedik
Fordítás és tördelés	Évente 4 ciklus	8–12 ciklus, a 14 000 € összeg könnyen megduplázódik
Maradék készletek selejtezése	a címke-költségvetés 8 %-a	tapasztalatok szerint 12–18 %, mert gyakrabban cserélnek
Minimális rendelési mennyiségek	ritkán kötelezőek	rendszeresen kötelezőek, ezáltal szisztematikus túrendelés
Piacra jutási idő	tervezhető	a címkék szállítási ideje a drop szűk keresztmetszetévé válik

Az utolsó pontot gyakran figyelmen kívül hagyják, pedig valójában ez a legfontosabb: ha egy csomagküldőnek meg kell várnia a gondozási címke kézbesítését, az értékesítési napokba kerül. A termékadatlap frissítése viszont csak néhány percet vesz igénybe. Minden olyan vállalkozásnak, ahol nagy a csomagküldési forgalom, azt ajánlom, hogy saját adataival ismételje meg a modellszámítást. Az eredmény általában lényegesen jobb, mint az itt bemutatott.

4) A termékútlevel szerepe a marketingben

A költségmegtakarítás finanszírozza a projektet. A valódi stratégiai érték azonban máshol rejlik: a termékigazolvány egy kötelező címkét a termékre rögzített, tartós, márkás csatornává alakít.

4.1) Az egyetlen, teljes hatótávolságú kapcsolódási pont

Minden más csatorna csak egy szűk réteget ér el. A hírlevél az előfizetőket éri el. A közösségi média a követőket és a fizetett elérést. Az online áruház az online vásárlókat éri el. A QR-kód minden egyes eladott termékre fel van ragasztva.

Jellemző	Hagyományos csatornák	Termékhez csatolt termékadatlap
Elérhetőség	a vásárlók egy része	minden eladott darab
Helyi üzletek vásárlói	általában névtelenek	először megcélzhatóak
Média költségek	folyamatosak, kontaktonként	nincsenek, a hordozó a termék
Kapcsolat időtartama	a kampány időtartama	a teljes használati idő, gyakran évekig
Kiváltók	a márká	maga a vásárló, ennek megfelelően nagy figyelem
Második tulajdonos	nem elérhető	vizonteladáskor új kapcsolattá válik

A második pont az, amiről a divatipari vállalkozókkal leggyakrabban beszélek. A modell esetében az áruk 60 százaléka hagyományos üzletekben kerül eladásra. Ez évente 150 000 darabot jelent olyan embereknek, akikről semmit sem tud, és akikkel soha többé nem kerül kapcsolatba. A termékigazolvány ezt a helyzetet oldja meg pénztárrendszer-integráció, hűségkártya és a kereskedelmi partner közreműködése nélkül.

4.2) Kombinációk és keresztértékesítés

A kombinálható ruhadarabokra való utalás a termékadatlapban egy elvárt szolgáltatási információ. Aki beolvassa az imént vásárolt szoknya kódját, pontosan olyan helyzetben van, amikor egy ajánlás a hozzá illő blúzra hasznos, és nem zavaró. Ez a különbség minden olyan retargeting-hirdetéshez képest, amelyet három nappal később jelenítenek meg.

- A kampányfotózáson látható teljes összeállítás, közvetlenül megrendelhető
- Illó kiegészítők: öv, sál, táska, cipő
- Ugyanazon modell további színei és méretei
- Ugyanazon termék utólagos vásárlása – a kedvenc darabok esetében jelentősen alulbecsült forgalomnövelő tényező
- Szezonális kiegészítők: a nyári ruhához illő kötött kabát ősszel
- Ápolószerek: gyapjúmosószer, szöszbortva, vízlepergető spray, pótgombok

Keresztértékesítés, számítási módszer	Feltételezés	Eredmény
QR-kódok a piacon évente	250 000	
Beolvasási arány látható haszonígéret esetén	12 %	30 000 beolvasás
Konverzió kombinált ajánlásra	3 %	900 megrendelés
Kosárérték	65 €	58 500 € árbevétel
Fedezeti hozzájárulás aránya	45 %	26 325 € fedezeti hozzájárulás

A fogyasztási cikkek esetében a beolvasási arány általában 5 és 15 százalék között mozog. Ez a szám jelentősen megnő, ha a címkén konkrét előnyöket sorolnak fel: „Ápolási tippek, illő stílusok és meghosszabbított garancia” a puszta kód helyett. Ez a mondat semmibe sem kerül, és ez a leghatékonyabb egyedi intézkedés, amit ismerek.

4.3) Rendezvények, közösség, márkaélmény

A termékadatlap tartalma szabadon szerkeszthető és bármikor frissíthető anélkül, hogy a QR-kód megváltozna. Így minden, a piacon lévő ruhadarab aktuális eseményekre vonatkozó információk terjesztési csatornává válik, akár évekkel az eladás után is.

- Meghívók üzleti rendezvényekre, mintaboltokba, kollekcióbemutatókra, trunk show-kra
- Időpontfoglalás személyes stílus tanácsadásra a legközelebbi üzletben
- „Repair Café”-k és javítási szolgáltatás – a fenntarthatóság erőteljes bizonyítéka, amely magas újraértékesítési értéket biztosít
- Regionális megjelenítés: csak az üzlet közelében tartózkodó ügyfelek láthatják az ottani időpontokat
- Előzetes értékesítési időszakok és közösségi formátumok a regisztrált vásárlók számára

4.4) A potenciális ügyfelek generálójá

A Transpareo Leadgenerator segítségével önállóan, ügynökség bevonása nélkül tetszőleges számú kérdőívet készíthet, és összekapcsolhatja azokat a termékadatlapmal. A hatékonyság szempontjából

döntő jelentőségű egy technikai részlet: a kérdőív automatikusan megnyílik a QR-kód beolvasása után. Az ügyfélnek nem kell semmit keresnie, sem rákattintania. Aki már próbálta rávenni az embereket egy további kattintással egy űrlap kitöltésére, az tudja, milyen nagy különbséget jelent ez a részvételi arányban.

Maga a mechanizmus már régóta létezik, és bevált: az ügyfél konkrét előnyt kap, cserébe pedig információkat ad meg és hozzájárulását adja.

Előny az ügyfél számára	Kérdőívben feltett kérdések	Előny az Ön számára
Meghosszabbított garancia a termék regisztrációja után	Vásárlás dátuma, helye, elérhetőségi adatok	Első kapcsolatfelvétel és átláthatóság az értékesítésben a nagykereskedelemben
Személyre szabott stílusútmutató a megvásárolt termékhez	Stíluspreferenciák, alkal- mak, méretek	Szegmentálás kampány- és választéktervezéshez
Előny vagy ajándék a következő vásárláskor	E-mail, hírlevélre való feliratkozás	Opt-in alapú lead média költségek nélkül
Előzetes hozzáférés az új kollekcióhoz	Kedvenc kategóriák, árakészség	Keresleti jelzés a megrendelés előtt
Részvétel nyereményjátékban vagy közösségi eseményen	Régió, üzletpreferencia	Helyalapú aktiválás
Illeszkedési visszajelzés méret- ajánlással a következő alkalomra	Testméretek, illeszkedési értékelés	Közvetlen adatbázis a visszaküldések csökkentéséhez
Ingyenes javítási ellenőrzés	Használati idő, kopásnyomok	A gyakorlatból származó minőségi adatok a termékfejlesztéshez

Az utolsó sor bezár egy kört, amely a divatiparban szinte soha nem zárul be. A termékfejlesztéshez a ruhadarabok illeszkedésével és tartósságával kapcsolatos visszajelzések általában csak a visszaküldések okain és a reklamációkon keresztül jutnak el, vagyis torzított, negatív szűrésű és késleltetett formában. A termékigazolvány révén viszont elégedett viselőktől érkeznek, hónapokig tartó tényleges használat után. Textilmérnökként én is szívesen láttam volna ezt az adatforrást.

Vezetőgenerálás, számítási módszer	Feltételezés	Eredmény
Éves szkennelések száma (a 250 000-ből 12 %)	30 000	
Az automatikusan megnyíló kérdőív kitöltése	25 %	7 500 lead
ebből a hagyományos kiskereskedelemről, eddig névtelenül	60 %	4 500 új kapcsolat

Vezetőgenerálás, számítási módszer	Feltételezés	Eredmény
Összehasonlító érték: leadköltségek a divatiparban	6 € leadonként	45 000 € médiaegyenérték

A médiaekvivalens érték nem minősül pénzbeáramlásnak, ezért a teljes beszámolóban külön szerepel. Minőségi szempontból azonban a különbség még nagyobb, mint az összeg: a termékadatbázisból származó lead egy ellenőrzött vásárlótól származik, akinek ismert a termékvásárlási előzménye.

4.5) Védjegyek és a hamisítás elleni védelem

Ezt a témát a termékigazolvány kapcsán eddig meglepően keveset vitatták, pedig a prémium és luxus-márkák számára ez valószínűleg a legnagyobb egyedi előny, ráadásul azonnal elérhető.

Az a termékigazolvány, amely egy egyedi azonosítóval a márka által karbantartott, verziószámmal ellátott és kriptográfiailag aláírt adatállományra hivatkozik, eredetigazolásnak minősül. A vásárló a böngészőjében ellenőrizheti, hogy az adott darab eredeti-e, honnan származik és mikor került forgalomba. Egy hamisító ugyan lemásolhatja a QR-kódot, de nem tud érvényes bejegyzést létrehozni az Ön adatbázisában, és nem tud érvényes aláírást csatolni.

Alkalmazási terület:

- Eredetigazolás kiváló minőségű ruházati cikkek, táskák, órák és luxuscikkek esetében
- Ellenőrzési lehetőség a vámhatóság és a piacfelügyelet számára a gyártóhoz való fordulás nélkül
- Bizalomnövelés a másodlagos piacon, ahol az eredetiség jelenti a legfőbb vásárlási gátat
- Sorozatszámok az egyes darabokhoz, nem csak az árucikkekhez, ahol ez célszerű
- Ahol szervezeti szempontból lehetséges, az értékesítési üzlet felelős vezetője az alkalmazáskezelőben megadott jogosultság segítségével beírhatja a vásárló nevét és a vásárlással kapcsolatos további adatokat, és így azokat a termékigazolványban rögzítheti

Szilárdan bízom abban, hogy az elkövetkező években itt is elterjednek majd az NFC- és RFID-technológiák, amelyek ugyanazt az azonosítót használják, mint a QR-kódban tárolt. A szegélybe beépített, ugyanazt az azonosítót hordozó chipet lényegesen nehezebb hamisítani, mint egy rányomtatott négyzetet. Az NFT-alapú tulajdonjogi igazolások is ezt az azonosítót fogják horgonyként használni. A lényeg az, hogy aki ma egy digitális termékigazolvánnyal tisztja, egyértelmű azonosítót hoz létre minden egyes termékhez, az már most készen áll ezekre a technológiákra.

4.6) Másodlagos piac és az érték megőrzése

A divat használtcikk-piac gyorsabban növekszik, mint az újcikk-piac. A termékigazolványnak ezen a területen háromféle hatása van:

- **Értékmegőrzés.** Egy olyan ruhadarab, amelynek anyagáról, eredetéről és ápolási előzményeiről hiánytalan, digitálisan rögzített adatok állnak rendelkezésre, a viszonteladás során magasabb árat ér

el, mint egy olvashatatlan címkével ellátott darab. Ez kihat az új termékek értékesítésekor a vásárlók fizetési hajlandóságára is.

- **Eredetiség.** Lásd a 4.5. szakaszt a hamisítás elleni védelemről. A másodlagos piacon ez a döntő vásárlási érv.
- **Új kapcsolat akvizíciós költségek nélkül.** A második tulajdonos beolvassa a címkét, és így Önhöz kerül. Egy használtcikk-vásárlásból, amelyen Ön nem keres semmit, potenciális ügyfél és esetleg új vásárló lesz.

4.7) Többsnyelvűség és akadálymentesség

Egy kilenc nyelven, 4-pontos betűmérettel, négyrétegű szaténszalagra nyomtatott gondozási címke a lakosság jelentős része számára gyakorlatilag olvashatatlan. Ez vonatkozik minden hatvan év feletti vásárlóra, minden látásproblémával küzdőre, valamint mindenkire, aki a harmadik mosás után már nem tudja elolvasni a címkét.

A termékadatlap képernyőre optimalizált, képernyőolvasóval felolvasható, tetszés szerint nagyítható és kontrasztos. Ez közvetlenül megfelel az Európai Akadálymentességi Törvény követelményeinek.

A nyelvi kérdés kapcsán hozzá kell tenni, hogy a terület már nem játszik szerepet. A Transpareo minden adatbázis-információt további költségek nélkül lefordít minden európai nyelvre, valamint bengáli, kínai, hindi, indonéz, japán, koreai és vietnámi nyelvre – összesen 40 nyelvre, köztük az EU mind a 24 hivatalos nyelvére. Az Alkalmazáskezelőben minden felhasználó maga választhatja ki a munkanyelvét. A profiloldalon automatikusan megjelenik a böngésző nyelve, anélkül, hogy az ügyfélnek bármit is be kellene állítania.

Ez Önnek két dolgot jelent. Egy további értékesítési piac nem igényel egy milliméterrel sem több címkékesztélességet, és nem jár fordítási költséggel. Ráadásul az ellátási láncban szereplő nyelvek is le vannak fedve: a bangladesi varrodában, a vietnámi beszállítónál és a kínai partnernél is a saját nyelvükön olvashatják el a specifikációkat. Ez a gyakorlatban legalább annyira értékes, mint az ügyfél oldala.

5) Milyen előnyökkel jár ez a szervezetük számára

A legnehezebben számszerűsíthető, de hosszú távon legfontosabb haszon magában a szervezetben rejlik. A termékadatlap egy adattermék, amely egyértelműen meghatározott felelősségi köröket, összehangolt forrásokat és bevonott beszállítókat feltételez. Ezek közül egyik sem hozható létre rövid távon. Az adatminőséget nem lehet megvásárolni, azt ki kell dolgozni.

5.1) Kezdjük egyszerűen azzal, ami kéznél van

A termékigazolványhoz kapcsolódó projektek elindításának leggyakoribb akadály a tévhit, hogy először minden adatot össze kell gyűjteni. Ez téves és gátló. Kezdje azokkal az adatokkal, amelyek már

rendelkezésre állnak és külön kérés nélkül hozzáférhetők – ha bizonytalan, kezdje a 2.6. szakasszal, amelyhez nem kell senkit sem megkeresnie. Tegye közzé ezeket az adatokat. Majd fokozatosan bővítse az adatállományt kollekcióról kollekcióra.

Az ügyfél számára már ma is értékes egy olyan kísérőfüzet, amely tartalmazza az ápolási útmutatást, az anyagösszetételt, a mérettáblázatot és a kombinációs javaslatokat. Nem várja el a teljes 3. szintű ellátási lánc-adatokat, és 2029-ben sem ezeket fogja elsőként megnézni.

Fázis	Időszak	Tartalom	Eredmény
1 Indítás	1–2. hónap vagy hamarabb	A költségalap felmérése. 20–30 modellből álló kísérleti választék meghatározása. Kizárólag belsőleg rendelkezésre álló adatok rögzítése: marketing-, anyag-, ápolási és méretadatok. „Small” díjcsomag, havi 139–199 CHF.	Első teljes adatsorok egyetlen beszállítói kapcsolat nélkül
2 Közzététel	3–5. hónap vagy korábban	Az elrendezés és az értékajánlat kialakítása. A QR-kód integrálása a címkenyomtatásba. Az első kérdőív elkészítése. Élesítés.	Piaci jelenlét, első szkennelések, első potenciális ügyfelek, első mérési eredmények
3. Bővítés	6–12. hónap vagy korábban	Kiterjesztés a teljes kollekcióra. Az Excel- és ERP-kapcsolatok éles üzembe helyezése. A címkék számának csökkentése. Mutatók meghatározása.	A költségmegtakarítás teljes mértékben érvényesül, megbízható konverziós adatok
4. Mélyítés	2. év – 2028-ig	A 2./3. szintű beszállítói adatok kiegészítése. Környezetvédelmi, javítási és újrahasznosítási mezők kialakítása. Az adatátvitel beépítése a keretszerződésekbe. Adatminőségi rutinok kialakítása.	Széles körű érettség jóval a kötelezővé válás előtt
5. Regisztráció	2029-től	Összehangolás a delegált jogi aktus végleges adatmodelljével, regisztráció az uniós nyilvántartásban.	Megfelelés projekt és határidő-nyomás nélkül

Ne feledje, hogy az 1. és a 2. szakasz együttesen legfeljebb öt hónapig tart, és nem igényel semmit, ami ne lenne a saját kezében. Ez az a pont, ahol a legtöbb aggály egyszerűen eloszlik.

5.2) Adatimport és integráció, valamint miért fontos az irány

A Transpareo tetszőleges számú Excel-fájlt képes beolvasni; az importáló program az Ön fájljaihoz igazodik, és nem fordítva. Külön PIM-rendszerre nincs szükség, de csatlakoztatható. Ezen felül tetszőleges számú belső és külső adatbázis csatlakoztatható, beleértve az ERP-rendszereket is.

Az összeköttetés tekintetében van egy architektúrával kapcsolatos döntés, amelyet biztonsági szempontból fontosnak tartok, és amelyet minden egyes szolgáltatónál, akit megvizsgálunk, alaposan meg kell vizsgálni:

Az adatáramlás egyirányú, bejövő. A forrásoldal hitelesíti magát a Transpareo-Vendor-API-n, és beküld egy adatcsomagot. A Transpareo semmilyen körülmények között nem avatkozik be a gyártói rendszerekbe, és nincs szüksége az Ön ERP-rendszeréhez tartozó hozzáférési adatokra. Ez azt jelenti, hogy platformunkról nincs út az Ön rendszereibe. Nincs bejövő hozzáférés, nincsenek tárolt hitelesítő adatok, nincs nyitott kapcsolat, amelyet meg lehetne támadni. Aki „push” helyett „pull” rendszert épít, az eleve kizár egy egész támadási útvonal-osztályt.

Ha szolgáltatókat hasonlít össze, ez az egyik kérdés, amit én elsőként feltennék. Ehhez szándékosan szolgáltató-semleges, strukturált alapot állítottunk össze; lásd a 6.4. szakaszt.

5.3) Az adatállomány mint önálló érték

Most pedig térjünk rá arra a kérdésre, amely engem személyesen leginkább érdekel, és amely a vitában gyakorlatilag nem kerül szóba.

Ha a termékadatokat strukturált formában egy helyen tárolja, azok az Ön tulajdonát képezik, és bármikor teljes egészében vagy részben visszaállíthatók: az adatraktárába, az elemzőeszközeibe, illetve a saját rendszereibe. A Transpareo esetében CSV, XLSX, JSON-LD és SQL formátumokban történő exportálás-sal, illetve a REST-API-n keresztül. Függetlenül attól, hogy egyáltalán közzétesz-e egyetlen pass-t is. Azonnal és bármikor.

Ez olyan alkalmazási lehetőségeket és hatalmas előnyöket kínál, amelyeknek semmi közük a szabályozási megfeleléshez:

- **Mesterséges intelligencia (AI) betanítása saját adatok alapján.** Egy olyan nyelvi modell, amely ismeri az összes anyagát, minőségi jelöléseit, a méretlogikáját és a beszállítói struktúráját, teljesen más, mint egy általános modell. Ennek alapja egy tiszta, konzisztens termékadatbázis, pontosan az, ami a termékpasz létrehozása során amúgy is keletkezik.
- **Ügynöki alkalmazások.** Azok az asszisztensrendszerek, amelyek kollekciós adatokat elemeznek, anyagalternatívákat javasolnak, specifikációkat ellenőriznek vagy ügyfélkérdésekre válaszolnak, feltétlenül strukturált termékadatokra szorulnak. Ezek nélkül minden ügynöki ötlet csupán egy prezentációs dia marad.
- **Beszerezés és gyártástervezés.** Anyagszükségletek modellek, színek és méretek szerint, fonalminőségek csoportosítása kollekciók szerint, beszállítói koncentráció anyagcsoportonként: mindez olyan elemzések, amelyek szétszórt adatok esetén kudarcot vallanak, összevonott adatokkal viszont triviálissá válnak.
- **Kutatás és fejlesztés.** Melyik kivitel, melyik négyzetméter-súly és melyik felületkezelés vezet több szezonon át milyen reklamációs és visszaküldési viselkedéshez? Ezt a összefüggést csak akkor lehet

kiszámítani, ha az anyag-, értékesítési és visszajelzési adatok egy helyen találhatók.

Vállalkozóként teljes egyértelműséggel kijelentem: még ha az EU holnap minden helyettesítés nélkül eltörölné is a termékigazolványt, az ezen adatbázison végzett munka helyes volt és hosszú távon értékes. Az igazolvány csupán az alkalmazás. Az adatok jelentik az értéket.

5.4) Azok a mutatószámok, amelyeket már az első naptól kezdve érdemes nyomon követni

Mutató	Mérőszám	Célja
Szkennelési arány	Szkennelések száma 100 eladott termékre	A címkén szereplő értékajánlat optimalizálása
Tartózkodási idő és oldalmélység	Másodpercek, kattintások	Tartalmak prioritásba rendezése, felesleges elemek eltávolítása
Lead-konverzió	Leadek száma 100 szkennelésenként	Kedvezményes ajánlat tesztelése
Keresztértékesítési konverzió	Megrendelések 100 szkennelésenként	A kombinációs logika javítása
Visszaküldési arány szkennelők és nem szkennelők között	Különbség százalékpontban	A legmeggyőzőbb adat a vezetőség számára
Karbantartással és mérettel kapcsolatos szervizkérések	Jegyek havonta	Az ügyfélszolgálat terhelésének csökkentésének igazolása
Címkeköltség darabonként	Euró darabonként	A megtakarítás láthatóvá tétele a kontrollingban

Kérjük, az ötödik sort állítsa be még az élesítés előtt. Utólag már nem lehet összehasonlítani a szkennelőket és a nem szkennelőket, pedig pontosan ezt a számot fogják Öntől kérni a második évben. A Transpareo-ban a szkennelési statisztikákat szerveroldalon gyűjtik, cookie-k és nyomkövetők használata nélkül. Megkapja a számadatokat, az időbeli alakulást és a régiót anélkül, hogy hozzájárulási problémát okozna.

6) A termékigazolványtól az uniós nyilvántartásig: pusztán formai kérdés

A korai kezdéssel szemben felhozott leggyakoribb ellenérv az, hogy az EU végleges adatmodellje még nem állapodott meg, ezért a mai munka esetleg kárba vész. Megértem ezt az ellenérvet, de ez a nyilvántartás működésének félreértésén alapul.

6.1) Mit is csinál valójában a regiszter?

Az EU termékigazolvány-nyilvántartása 2026. július 20-tól működik; a (EU) 2026/1778 végrehajtási rendelet szabályozza a hozzáférés-ellenőrzést, a felhasználói hitelesítést, a regisztrációt és a tárolási követelményeket. Lényeges tudni, hogy a nyilvántartás egyedi azonosítókat és metaadatokat tárol; nem pedig a termékigazolványok adatait tároló adatbázis. A tényleges termékadatok decentralizáltak, a gazdasági szereplőnél vagy annak szolgáltatójánál maradnak.

A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy az Önök azonosítóinak szabványnak megfelelő, visszavonható azonosítóval kell rendelkezniük, és azokat be kell jegyezni a nyilvántartásba, mielőtt a terméket az EU-ban forgalomba hozzák. Az adatkezelés változatlan marad.

A Transpareo teljes mértékben megfelel a 2026. július 15-i (EU) 2026/1736 végrehajtási határozatban az Európai Unió Hivatalos Lapjában idézett harmonizált szabványoknak; a két még hiányzó szabványt is bevezették. A Transpareo a GS1 Digital Linkkel és a szabványnak megfelelő GTIN-felbontással működik, és az uniós nyilvántartásba való bejegyzésre van kialakítva. Az igazolvány minden verziója két független aláírással rendelkezik, a kibocsátóétól és a Transpareo-tól; a kibocsátói kulcsot saját aláírási végponton keresztül ön is tárolhatja.

Egyszer rögzíteni. Ma közzétenni. Később regisztrálni.

- Rögzítés:** a meglévő termékadatokat strukturáltan és mezőalapú módon átvinni az adatbázisba. A mezőalapú megközelítés a kulcs: a folyószöveget nem lehet leképezni, a tiszta mezőket viszont igen.
- Közzététel:** a termékadatlap azonnal élre kerül. QR-kód a terméken, hasznosíthatóság az első naptól kezdve.
- Bővítés:** kollektőról kollektióra további mezők kerülnek hozzáadásra, a napi üzletmenet ritmusában.
- Regisztráció:** amikor a kötelezettség hatályba lép, a meglévő adatsort a végleges modellhez rendelik, és a Transpareo rögzíti az EU-nyilvántartásban. Nincs újakezdés, nincs projekt, nincs határidő miatti pánik.

6.2) A négy leggyakrabban hallott ellenvetés

Kifogás	Válaszom
„A textilipari adatmodell még nem végleges.”	A technikai felépítés még nem végleges, de a tartalmi alapja már igen. Az anyag, a származás, az ápolás, a javítás, a tanúsítványok és az újrahasznosíthatóság szerepelni fognak benne, ebben nincs komoly kétség. A struktúrák géppel leképezhetők, feltéve, hogy a tartalmak tisztán és mezőnként vannak rögzítve. Pontosan ez a rögzítés jelenti a valódi munkát, és ez mindenképpen elkerülhetetlen.

Kifogás	Válaszom
„Akkor kétszer végzünk el ugyanazt a munkát.”	Az adatsort egyszer rögzítik az adatbázisban. Az azonnal termékbizonyítványként kerül közzétételre, majd később külön regisztrálják. Egyszer rögzítik, többször használják fel.
„Várjuk a szabványt.”	A nyolc szabvány közül hatot 2026 júliusa óta harmonizált formában idéznek, a nyilvántartás működik. A várt szabvány nagy részben már rendelkezésre áll. A további kettő ismert, és a Transpareo már megvalósította őket. Aki pedig tovább vár, az egyúttal elhalasztja a költség-megtakarításokat, az érdeklődőket és a tanulási görbét is.
„Nincs meg minden adatunk.”	Senkinek sincs. A termékútlevél a meglévő adatokból indul ki, és folyamatosan bővül. Ez mindig így lesz, a nyilvántartásba vétel után is. Lásd az 5.1. szakaszt.

6.3) Kockázatok, nyíltan megnevezve

Kockázat	Értékelés	Kezelés
A végleges adatmodell eltér	közepes	Mezőalapú rögzítés folyószöveg helyett. A leképezés géppel elvégezhető, a tartalom újbóli rögzítése viszont nem.
Alacsony szkennelési arány a kezdeti szakaszban	közepes	Fogalmazzuk meg a hasznígéretet a címkén, teszteljük és finomítsuk a pilot programban, mielőtt kiterjesztenénk a rendszert.
A fizikai kötelező jelölés továbbra is fennmarad	magas	Már beépítve az árba. A reális forgatókönyv kizárólag az önkéntes hordozókat helyettesíti.
A beszállítók nem szolgáltatnak adatokat	közepes	Kezdjen a belsőleg rendelkezésre álló adatokkal. Az adatátadást fokozatosan vegye fel a keretszerződésekbe, amíg még van tárgyalási mozgástér.
Egy szolgáltatóhoz való kötöttség	alacsony	Havonta felmondható, teljes export négy formátumban, stabil címek a „pass”-okban, nyílt forráskódú renderelő. Ellenőrizze ezt minden olyan szolgáltatónál, amelyet fontolóra vesz; szolgáltatói ellenőrzőlistánk felsorolja a felteendő kérdéseket.
Adatvédelem a lead-generálás során	alacsony	Tiszta opt-in, célhoz kötöttség és törlési koncepció a kezdetektől fogva.

6.4) A szolgáltató kiválasztásáról

Ezt a dokumentumot a Transpareo alapítójaként írom, és ezt szem előtt tartva kérek, olvassátok el. Éppen ezért a következő megjegyzés számomra annál is fontosabb.

Közzétettünk egy szándékosan szolgáltató-semleges, harminc kritériumból álló [szolgáltatói ellenőrzőlistát](#), amelyek valóban fontosak a megalapozott platformválasztáshoz: szabványoknak való megfelelés, a GS1 Digital Link támogatása, aláírási és archiválási koncepció, adatszuverenitás és exportálhatóság, ármodell és a SKU-számmal való skálázhatóság, kilépési lehetőség. Mielőtt döntést hozna, járja végig ezt a listát, akkor is, és éppen akkor is, ha végül nem minket választ. Ne válasszon olyan platformot, amely nem felel meg egy ilyen ellenőrzésnek; ez ránk is vonatkozik, akárcsak minden más szolgáltatóra.

Ezen felül a „[Betekintések és perspektívák](#)” menüpont alatt folyamatosan szakmai cikkeket talál az ESPR-ről, a szabványosításról és a végrehajtási gyakorlatról, valamint [az ESPR-útmutatónkban](#) a rendelet magának a bemutatását is megtalálja. A Transpareo Time Machine renderelő GPL v3 licenc alatt nyílt forráskódú, így minden igazolvány tőlünk függetlenül ellenőrizhető a böngészőben.

7) Az első 90 nap

Végül egy terv, amelyet már hétfőn megkezdhet. Ehhez nincs szükség tanácsadói megbízásra, pályázati kiírásra és költségvetési kérelemre sem.

Időszak	Feladat	Eredmény
1–2. hét	A tényleges költségek felmérése: az elmúlt tizenkét hónap címkézési számláinak, címkézési megrendeléseinek, fordítási költségeinek és selejtezési listáinak összegyűjtése	Saját adatai a 3. fejezetben szereplő modellfeltételezésem helyett
2–4. hét	Adattérkép létrehozása: melyik mező melyik rendszerben található, ki kezeli, mennyire naprakész. A 2. fejezet táblázatait használja sablonként	Áttekintés az adatok érettségéről és a tényleges hiányosságokról
3–4. hét	A kísérleti termékválaszték meghatározása: 20–30 modell, amelyek jól láthatóak és jó történetmesélési potenciállal rendelkeznek. Ingyenes próba, utána „Small” csomag	áttekinthető, informatív kísérleti projekt
4–6. hét	Fiók létrehozása, mezőszerkezet meghatározása, a kísérleti adatok Excel-importtal történő betöltése	első teljes adatsorok
6–8. hét	Elrendezés és tartalmi felépítés kialakítása, kombinációs ajánlások rögzítése, az címke hasznosságának megfogalmazása	közzétételre kész változat
7–9. hét	A QR-kód integrációját egyeztetni a címke-beszállítóval, és beépíteni a következő, amúgy is esedékes címkecserebe	A bevezetés határkölsége közel nulla

Időszak	Feladat	Eredmény
8–10. hét	Az első kérdőív felállítása a leadgenerátorban. Ajánlás: meghosszabbított garancia a termékregisztrációkor	A lead-mechanizmus előben, a kérdőív automatikusan megnyílik a beolvasás után
10–12. hét	A kísérleti választék élesítése, mutatók felállítása, a mérés elindítása, különös tekintettel a visszaküldések összehasonlítására	Első valódi beolvasási és konverziós adatok
12. hét	Elemzés, az üzleti terv frissítése a tényleges adatokkal, döntés a kiterjesztésről	megbízható döntési alap

7.1) Három dolog, amit szeretnék átadni Önöknek

- **Írja rá a címkére, hogy milyen előnyökkel jár.** Egy önmagában álló QR-kódot alig szkennelnek be. A „Digitális termékútlevél: ápolási tippek, illő stílusok, valamint a meghosszabbított garancia és még sok más” felirat többszörösére növeli a beolvasási arányt. Ez a mondat nem kerül semmibe, és döntő szerepet játszik a számla teljes marketingrészeiben.
- **Időztse az átállást a következő címkeváltáshoz.** Aki a QR-kód beépítését egy amúgy is esedékes címkeváltásba illeszti, annak gyakorlatilag nincsenek átállási költségei. Aki ebből külön akciót csinál, kétszer fizet.
- **Mérje a visszaküldésekre gyakorolt hatást a kezdetektől fogva.** A visszaküldési arány összehasonlítása a kódot beolvasók és a nem beolvasók között az a legmeggyőzőbb adat, amelyet a második évben bemutathat, és ez a legnagyobb növekedési potenciállal rendelkező tényező. Visszamenőlegesen ezt nem lehet előállítani.

És ha ezt az írást elolvasva csak egyetlen dolgot tesz: kérje el otthon a címkeszállítótól a legutóbbi számlát, és ossza el az összeget a darabszámmal. Ez az egy szám jelenti a kiindulópontját minden komoly vitának a digitális termékigazolványról. A legtöbb márkában, amellyel beszélek, ez az összeg magasabb, mint amit a vezetőség feltételezett volna.

Melléklet: Az összes feltételezés áttekintése

A tanulmányban szereplő minden szám vagy az alábbi feltételezések egyikét jelenti, vagy azokból számítás útján adódik. Szándékosan elkerültem, hogy olyan értéket adjak meg, amely nem lenne nyomon követhető, és kétség esetén az óvatosabb változatot választottam.

Feltételezés	Érték	Jelleg
Éves értékesítés	250 000 darab	Modellkialakítás

Feltételezés	Érték	Jelleg
Cikk-szín kombinációk (= illeszkedések száma)	1 200	Modellkialakítás
Jelenlegi fizikai jelölés	0,500 € darabonként	iparági szokásos feltételek
Fizikai jelölés termékigazolvánnyal	0,200 € darabonként	modellszámítás
Becsült megtakarítás (reális forgatókönyv)	0,300 € darabonként	a két érték közötti különbség
Online megrendelések	100 000 évente	ami 40 %-os D2C-részesedésnek felel meg
Online visszaküldési arány	42 %	iparági átlag
Teljes költség visszaküldésenként	11,00 €	iparági átlag
Becsült visszaküldés-csökkenés	1,0 százalékpont	szándékosan konzervatív
QR-beolvasási arány	12 %	átlagérték egyértelmű haszonígéret esetén
Kérdőívben való részvételi arány	a beolvasások 25 %-a	tapasztalati érték előnyös ajánlat esetén
Keresztértékesítési konverzió beolvasásonként	3 %	konzervatív
Kosárérték és fedezeti hozzájárulási arány	65 € és 45 %	modellezés
Lead-összehasonlító érték (CPL)	6,00 €	divatipari sáv: 4–12 €
Platformköltségek a bevezetés során (Large-tarifa)	kb. 18 500 € évente	2026. augusztusi listaár
1. év teljes bevezetési költsége	25 000–40 000 €	becsült tartomány
2. évtől kezdődő folyamatos költségek	18 000–25 000 €	becsült tartomány

Minden érték csupán illusztrációs célokat szolgál, és nem helyettesíti a vállalat-specifikus kalkulációt. A számítás úgy van felépítve, hogy a feltételezések helyére beírhatja a saját tényleges adatait. A címkék méretének megengedett csökkentésére vonatkozó megállapítások nem minősülnek jogi tanácsadásnak, és azokat eseti alapon kell ellenőrizni.

A dokumentumhoz tartozó Excel-kalkulátort, amelyben minden feltételezést saját értékeivel helyettesíthet, [a textiltermékek termékleveléről szóló oldalunkon](#) találja meg.

A szerzőről

Günter Reichelt, a Transpareo alapítója és 19 éve stratégája, az igazgatótanács elnöke, textilmérnök, több mint 50 éve szenvedélyes többszakterületű vállalkozó. Zug, Svájc.

Ha az egyes számviteli tételekkel kapcsolatban módosítási javaslatok, kiegészítései vagy további megjegyzései vannak, örömmel várom visszajelzését. Ezeket a témákat rendkívül fontosnak tartom, és szívesen szánok rájuk időt.

A Transpareo-ról

A svájci Transpareo AG, amelynek székhelye a Tech Cluster Zugban található, önkiszolgáló portált kínál digitális termékadatlapok létrehozásához, kezeléséhez és közzétételéhez minden iparágban és méretű vállalat számára, 40 nyelven. A Transpareo Time Machine felhasználói felület nyílt forráskódú.

A portál már ma is teljes mértékben megfelel az EU ökodizájn-rendeletében a digitális termékigazolványokra vonatkozó követelményeknek, valamint a 2026. július 15-i (EU) 2026/1736 végrehajtási határozatban hivatkozott harmonizált szabványoknak. Az adatok már most is rögzíthetők, és a digitális termékigazolványok már most is használhatók.

- **Sajtókapcsolat:** Günter Reichelt, az igazgatótanács elnöke, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Székhely:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Svájc
- **DPP-portál:** transpareo.com

A Transpareo® és a Transpareo Time Machine® a Transpareo AG bejegyzett védjegyei. Szerzői jog 2026 Transpareo AG.

Szerzői jog: 2026 Transpareo AG, Zug, Svájc - transpareo.com