

Rafrænn vörupassi skilar sér nú þegar.

Af hverju ættu tískumerki ekki að biðja til ársins 2029 með að hefja samantekt og birtingu vöruskírteina, og hvað það þýðir í evrum.

- **Efni:** Kostnaðarhagkvæmni og markaðslegir ávinningar stafrænna vöruskilríkja áður en skylda ESB tekur gildi
- **Fyrir hvern:** Yfirstjórn, markaðsmál, vörustjórnun, innkaup, sjálfbærni og upplýsingatæknideildir í fatnaðar- og textílgeiranum
- **Inniheldur:** Sýnireikning með upplýstum forsendum, gagnakort, áfangalíkan, 90 daga áætlun
- **Dagsetning:** september 2026
- **Excel-reiknivél:** Í boði til að slá inn eigin gögn og búa til sérsniðnar útreikninga
- **Athugið:** Dæmigerð útreikningur til leiðbeiningar eingöngu. Þetta telst ekki lögfræðiráðgjöf, skattaráðgjöf né fjárfestingaráðgjöf.

Lykiltala	Gildi
Merking á hlut í dag	€0,50
Merking á hlut með stafrænum vöruskírteini	€0,20
Árleg sparnaður	€110,790

Líkanútreikningur fyrir vörumerki með árlega sölu upp á 250.000 eintök. Allar forsendur eru tilgreindar í kafla 3 og í viðauka og má skipta þeim út fyrir eigin tölur.

Günter Reichelt, textílverkfræðingur, ástríðufullur frumkvöðull, formaður stjórnar Transpareo.
Ágúst/september 2026.

Contents

Af hverju þú ættir ekki að biðja	4
Það sem ég vil sýna þér í þessari grein	4
Reikningurinn á einni síðu	5
Hvað sannfærði mig mest	5
1) Bakgrunnur: Gert er ráð fyrir að krafan taki gildi árið 2029, en ávinningurinn mun hins vegar koma til skila strax.	6
1.1) Tímaráætlunin, eins og hún er lýst af framkvæmdastjórninni sjálfri	6
1.2) Tækifæri gagna á bak við skylduna	7
1.3) Kostnaður við bið	7
2) Hvaða gögn þú hefur þegar í dag	8
2.1) Vörugreining og helstu einkenni	8
2.2) Efni, garn og flokkar	9
2.3) Umönnun, notkun og viðgerðir	9
2.4) Uppruni, framleiðsla og birgðakeðja	10
2.5) Vottanir, samræmi, sjálfbærni	11
2.6) Viðskiptalegar upplýsingar: vanmetinn þáttur	11
3) Efnahagslegir ávinningar umbreytingarinnar	12
3.1) Móðelfyrirtækið	12
3.2) Líkamleg merking í dag	13
3.3) Líkamleg merking með vörupassa	13
3.4) Þrjú senariur	14
3.5) Hvað mun gerast með merkingu textíls?	14
3.6) Óbeinar ferla- og afleiðslukostnað	15
3.7) Skilagreiðslur: stærsta einstaka drifkraftur	15
3.8) Heildarreikningur, þar með talin vettvangsgjöld	16
3.9) Ef þú framkvæmir fleiri en tvær innheimtur á ári	17
4) Hvernig vöruskírteinið hjálpar við markaðssetningu	18
4.1) Eini tengiliðurinn með alla möguleika	18
4.2) Pakkaframboð og krosssala	18
4.3) Viðburðir, samfélag, vörumerkjaupplifun	19
4.4) Leiðandi framleiðandinn	19
4.5) Vörumerkja- og höfundarréttavernd	21
4.6) Annar markaður og verðmætavörn	21
4.7) Fjölmála og aðgengi	22
5) Hvernig samtök þín hagnast á þessu	22
5.1) Byrjaðu bara á því sem er til staðar	22
5.2) Innflutningur og samþætting gagna, og hvers vegna stefna skiptir máli	23
5.3) Gagnasafnið sem gildi í sjálfa sér	24
5.4) Lykilárangursvísar sem þú ættir að fylgjast með frá fyrsta degi	24
6) Frá vörupassi til ESB-skrár: einungis formsatriði	25

6.1) Hvað skráin raunverulega gerir	25
6.2) Fjórar athugasemdir sem ég heyri oftast	26
6.3) Áhættur, skýrt greindar	26
6.4) Að velja þjónustuveitanda	27
7) Fyrstu 90 dagarnir	27
7.1) Þrjú atriði sem ég vil deila með þér	28
Viðauki: Yfirlit yfir allar forsendur	29
Um höfundinn	30
Um Transpareo	30

Af hverju þú ættir ekki að bíða

Ég hef stofnað fyrirtæki í yfir fimmtíu og sjö ár, sum þeirra í textíl- og tískuiðnaði. Sem textílverkfræðingur – þó það hafi verið fyrir löngu – og með víðtæka aðra frumkvöðlareynslu veit ég nákvæmlega hvað það kostar að tilgreina efni og fullgilda umhirðumerki. Þess vegna skrifa ég þessa grein sem ástríðufullur frumkvöðull og sem einhver sem veit hvaða áhrif satínborða með fjögurra laga umhirðumerki hefur á kostnaðarreikninginn.

Bakgrunnurinn er vel þekktur. Í DG GROW-kynningu sinni þann 27. maí 2026 tilkynnti framkvæmdastjórn Evrópusambandsins um framselt framkvæmdarvald varðandi textíl fyrir þriðja eða fjórða ársfjórðung 2027 og skyldubundna innleiðingu vöruskírteinisins árið 2029. Ég þekki venjulegu viðbrögðin við þessu úr fjölmörgum umræðum: bíðum og sjáum, fylgjumst með þróuninni og setjum málið aftur á dagskrá eftir tvö ár.

Ég held að það sé mistök – og ekki smáleg heldur.

Ávinningur og kostnaðarhagkvæmni vöruskírteinisins ráðast ekki af því að það sé skyldubundið. Þær byggja á því að þú hafir vörugögn sem þú prentar nú á efni á miklum kostnaði, þýðir þau á töluverðum kostnaði og endar með því að henda þeim þegar birgðir klárast – og sem enginn les vegna þess að letrið er of lítið. Þessir kostnaðarliðir falla til á hverjum degi sem þú bíður. Ekki að tala um markaðsávinninginn.

Það sem ég vil sýna þér í þessari grein

Í fyrsta lagi: Gögnin hafa lengi verið tiltæk. Upplýsingar um efniseiginleika, garnþykkt, vefnaðargerðir, umhirðukynningar, framleiðslustað, stærðir, liti og stílráð má finna í PIM-, ERP-kerfi þínu, tækniþökkum og vottorðamöppum. Af minni reynslu má þegar fylla um það bil þrjá fjórðu hluta af raunverulega gagnlegu tískuvöruskrá með núverandi gögnum. Þú þarft ekki að finna neitt upp. Þú þarft einfaldlega að safna öllu saman á einn miðlægan stað.

Í öðru lagi: Þetta kostar þig raunverulega peninga í dag. Í líkanreikningi í kafla 3 kemst ég að upphæðinni €0,50 á fatastykki eingöngu fyrir merkimiða, hengitögg, innstungur og festingu þeirra. Raunsæ sparnaður upp á €0,30 er mögulegur; með 250.000 eintökum á ári nemur það €75.000 á ári. Ef þú bætir við þýðingarkostnaði, förgun afgangsmarkja, endurmerkingum og mjög varfærnilegri áætlun um fækkun skila, kemur út á blaði €110.790 á ári. Það jafngildir €0,44 á selt eintak. Þetta er líkanreikningur. Þú hefur raunverulegu tölurnar, og þær munu líta meira eða minna eins út.

Í þriðja lagi, og þetta er mikilvægasta atriðið fyrir mig: QR-kóðinn á fatanum er eini farvegurinn sem raunverulega nær til hvers og eins viðskiptavinar þíns. Ekki bara áskrifendur fréttabréfa, ekki bara netverslunarkúnnar, heldur líka konan sem keypti kjólinn þinn í fjölmerkjaverslun í Antwerpen og sem þú veist enn ekkert um. Í dæminu mínu nemur það 150.000 vörum á ári sem hafa, hingað til, horfið af markaðnum án nokkurrar vísbendingar. Fyrir stærri vörumerki hleypur talan í milljónir.

Í fjórða lagi: Upphleðsla gagna í ESB–skrána verður einungis formsatriði þegar að því kemur. Skráin hefur verið í rekstri frá 20. júlí 2026 og geymir auðkenni og lýsigögn; hún geymir ekki vöruskráirteinin sjálf, sem oft er misskilið. Raunveruleg gögn eru áfram hjá efnahagsrekstraraðilanum eða þjónustuveitanda hans. Transpareo uppfyllir að fullu samræmdar staðla sem tilgreindir eru í framkvæmdarákvörðun (ESB) 2026/1736, sem birtist í Stjórnartíðindum ESB 15. júlí 2026. Þegar skyldan tekur gildi mun það taka þig aðeins nokkrar mínútur að ljúka henni. Transpareo mun sjá um þetta sjálfkrafa fyrir þína hönd.

Reikningurinn á einni síðu

Dæmisfyrirtæki: fatamerki, árleg sala upp á 250.000 eintök, um 1.200 vöru- og litasamsetningar, sala í níu tungumálasvæðum ESB, 40% bein netverslun. Allar forsendur eru tilgreindar og hægt er að skipta þeim út fyrir eigin tölur.

Ávinningur	Árleg áhrif	Tegund
Merki, hengimerki, innskot, umbúðir	€75,000	Kostnaðarsparnaður
Þýðing, endurmerking, förgun, þjónusta	€24,790	Kostnaðarsparnaður
Endurgreiðslur, reiknaðar á aðeins einu prósentustigi	€11.000	Kostnaðarsparnaður
Millitölur kostnaðarsparnaðar	€110.790	€0,44 á hlut
Útgjöld á ári 1 (vettvangur, gagnasöfnun, samþætting QR-kóða)	-25.000 € til -40.000 €	Fjárfesting
Nettóáhrif þegar á fyrsta ári	+71.000 € til +86.000 €	
Hagnaður af krosssölu í gegnum vöruskráirteinið	€26,325	Viðbótartekjur
7,500 leiðir, þar af 4,500 áður nafnlausir verslunarviðskiptavinir	€45,000	Jafngildi í fjölmiðlum

Frágangurinn er gerður í köflum 3 og 4. "Jafngildi í miðlum" merkir þá útgjöld sem þyrfti að leggja út til að afla sama fjölda hæfra leiða í gegnum greiddar rásir. Það er ekki reiðufjárstreymi og er því skráð sérstaklega.

Hvað sannfærði mig mest

Til að vera hreinskilinn var það ekki peningurinn sem var sparaður á merkimiðum. Það er gott, en það dugar bara til að standa straum af kostnaði verkefnisins. Það var eitthvað annað sem heillaði mig. Vörur eru í hjarta hvers fyrirtækis. En í nánast öllum stofnunum sem ég þekki eru gögnin sem varða þessar vörur dreifð um allt: sum í ERP-kerfinu, sum í Excel-töflureiknum hjá einstaka starfsmönnum, sum í PDF-skjölum frá birgjum og sum í huga tveggja manna sem munu fara á eftirlaun einhvern tíma. Kröfan um

vörupassa neyðir ykkur til að sameina allt þetta. Þetta er tækifærið sem mörg fyrirtæki hafa beðið eftir í mörg ár, án þess að hafa nokkurn tíma fengið það.

Og þegar þessar upplýsingar hafa verið skipulagðar og vistaðar á einum stað opnast möguleikar sem einfaldlega voru ekki til áður: þú getur sótt þær hvenær sem er, að fullu eða að hluta til, til að þjálfa þín eigin gervigreindarlíkön, fyrir umboðstengdar forritanir, fyrir innkaup og framleiðsluáætlanir og fyrir rannsóknir og þróun. Allt án þess að birta eina einustu útgáfu. Meira um þetta í kafla 5.3.

Ráð mitt, í hnotskurn: Byrjaðu á gögnum sem þú átt nú þegar og sem eru aðgengileg án þess að þurfa að óska eftir þeim. Notaðu þau til að gefa út fyrstu skrána. Stækkaðu gagnagrunninn skrá fyrir skrá. Þegar þetta verður skylda, verðurðu tvö til þrjú ár á undan leiknum, og umskiptið mun hafa borgað sig margfalt á þeim tíma.

1) Bakgrunnur: Gert er ráð fyrir að krafan taki gildi árið 2029, en ávinningurinn mun hins vegar koma til skila strax.

Reglugerð um visthönnun (ESB) 2024/1781 hefur verið í gildi frá júlí 2024. Árið 2026 var innviðirnir settir í loftið: Í maí voru átta CEN/CENELEC-staðlar birtir; þann 15. júlí voru sex þeirra tilgreindir sem samræmdir í Stjórnartíðindum Evrópusambandsins með framkvæmdarákvörðun (ESB) 2026/1736, en innihald hinna tveggja staðlana er þekkt. 20. júlí tók ESB-skráin fyrir vöruskírteini gildi. Það sem enn vantar eru framseldar reglugerðir sem varða einstök vöruhópa.

1.1) Tímaráætlunin, eins og hún er lýst af framkvæmdastjórninni sjálfri

Dagsetning	Atburður	Hvað þetta þýðir fyrir þig
Frá og með júlí 2026	Vísað til samræmdra staðla, ESB-skrá í rekstri	Tæknileg uppbygging er til staðar. Allir sem byrja núna byggja á traustum grundvelli.
Febrúar 2027	Fyrsta skylda fyrir ákveðna rafhlöðuhópa samkvæmt reglugerð (ESB) 2023/1542	Fordæmið. Frá og með þessum tíma verður vöruskírteinið að veruleika á markaðnum.
3. og 4. ársfjórðungur 2027	Gert er ráð fyrir að framseldar reglugerðir um textíl verði gefnar út (DG GROW, 27. maí 2026)	Einungis þá mun þér verða kunnugt um endanlegan lista yfir skyldureiti. Kjarnaefnið hefur þegar verið endanlega útfært.
áætlað árið 2029	Skyldaumsókn fyrir textíl og fatnað	Frá og með þessum tímapunkti er vöruskírteinið forsenda fyrir markaðsaðgangi. Enginn vegabréfsáritun, engin sala innan ESB.
nú til þá	Tveir til þrír ár	Þetta er tækifæragluggi þinn. Hann lokast, og hann lokast fyrir alla á sama tíma.

1.2) Tækifæri gagna á bak við skylduna

Mig langar að nýta þetta tækifæri til að vekja athygli á atriði sem hefur nánast verið alfarið hunsað í umræðunni.

Krafan um vörupassa er oft rædd sem reglugerðarálag. Hvers vegna ekki að skoða hana frá öðru sjónarhorni? Í fimmtíu árum hef ég aldrei séð eitt einasta fyrirtæki sjálfviljugt hefja verkefni sem ber heitið "Við erum að safna öllum vörugögnum okkar saman á einn stað". Ennfremur hafa kröfurnar þróast með tímanum. Það voru alltaf brýnni mál. Gögnin héldu áfram að vera dreifð: efniskröfur í innkaupum, umhirðuleiðbeiningar í gæðastjórnun, vottorð í samræmingarskjali, stærðartöflur í tækniþakka, stílráðleggingar í markaðssetningu og birgjarheiti í bókhaldi.

Vörur eru í hjarta hvers fyrirtækis. Þrátt fyrir það eru vörugögn óskipulagðasta eign flestra fyrirtækja, því þau eru stjórnuð á dreifðan hátt. Vöruskírteinið er fyrsta ytri framtakið í langan tíma sem er nægilega öflugt til að breyta þessu, á sama tíma og það umbunar fyrirhafninguna, þar sem niðurstöðurnar skila tafarlausum efnahagslegum og markaðslegum ávinningi.

Úr miðlægt aðgengilegum, uppbyggðum vörugögnum er hægt að draga ályktanir og grípa til aðgerða sem áður voru einfaldlega óhugsandi, því enginn gat séð gögnin í heild á einu augabragði. Hvaða gagnsgæði veldur fæstar kvartanir yfir þrjú tímabil? Hvaða litastofn skilar stöðugustu litagildunum? Hvaða efnablöndun tengist hvaða skilarhlutfalli? Spurningum af þessu tagi er ekki hægt að svara með fimm Excel-skrám frá fjórum mismunandi deildum.

1.3) Kostnaður við bið

Þáttur	Hafa nú þegar	Hafa ekki fyrr en 2028/2029
Gagnaöflun	Smám saman, í samræmi við söfnunarhringinn, sem hluti af daglegum rekstri	Verkefni undir tímapressu; utanríkisaðstoð verður af skorum skammti og dýr árið 2028, þar sem allir munu hefja vinnuna á sama tíma
Birgjar	Afhending gagna verður samningsbundin í rammasamninga yfir nokkur pöntunarskeið	Endursamningaviðræður við alla birgja samtímis, án tíma og án samningsstöðu
Merkingarkostnaður	mun lækka frá næstu söfnun	mun halda áfram óbreyttur; í módelástefnunni um 225.000 € yfir þrjú ár
Markaðssetning	tekur gildi frá fyrstu birtu söfnun	verður alfarið sleppt þar til hún verður skylda
Innleiðing QR-kóða	verður innleidd sem hluti af merkjabreytingunni sem átti engu að síður að eiga sér stað; þaðar kostnaður nálægt núlli	sérstök yfirfærsla, mögulega með endurmerkingu birgða

Þáttur	Hafa nú þegar	Hafa ekki fyrr en 2028/2029
Samkeppni	Forysta í efni, viðskiptagögnum og gæðum gagna	Jafntefli. Skilyrði sem allir uppfylla er ekki lengur sölurök

Þessi síðasti punktur er mér mikilvægur. Frá þeim augnabliki sem vörupassi verður skylda mun hver og einn eiga einn. Á þeim tímapunkti verður það einfaldlega staðlað skilyrði sem allir uppfylla. Samkeppnisforskot felst eingöngu í þeim tækifæraglugga sem nú er opinn.

2) Hvaða gögn þú hefur þegar í dag

Áður en þú byrjar að hugsa um kerfi, ættir þú að gera birgðaskoðun. Yfirlitsmyndirnar hér að neðan sýna hvað er venjulega þegar til staðar hjá fatnaðarfyrirtækjum, yfirleitt dreift í PIM, ERP, tækniþökkum, rannsóknarstofuskýrslum, vottorðamöppum, birgjaskrá og í netverslun. Mikið af þessu þarf þegar að vera í prentuðu formi fyrir vöruna.

Ég mæli með að nota þessar töflur sem vinnusniðmát og bæta við þriðja dálk til að tilgreina hver ber ábyrgð á viðhaldi hvers reits. Að lokum er þessi spurning erfiðari að svara en spurningin um hvar reiturinn er staðsettur.

2.1) Vörugreining og helstu einkenni

Gagnareitur	Algengur uppruni	Á vörunni í dag?
Vörunúmer og gerðarnúmer, litakóði, SKU	ERP / PIM	Öxulmiði, merkimiði
GTIN / EAN, raðnúmer eða lotunúmer	ERP / Aðalupplýsingar	Strikamerki á hengitaggi
Lína, árstíð, afhendingargluggi	Línuskipulag	Nei
Vörunafn, stutt lýsing	PIM / Netverslun	Í sumum tilvikum
Stærð og stærðarkerfi (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / Stærðartöflu	Stærðarmerkimiði
Litur, litur nafn, litur númer, litaséríu	ERP / Birgðaskráning	Merkimiði
Passform og skurður (venjulegt, þröngt, of stórt)	Tækniþökkur / Netverslun	nei
Stærðartafla (brjóst, mitti, lengd, ermar)	Tækniþökkur / Sýnisskýrsla	nei
Mælingar fyrrisætu ('Fyrrisætan er 1,78 m á hæð og er í stærð M')	Skýrsla ljósmyndatöku	nei

Gagnareitur	Algengur uppruni	Á vörinni í dag?
Vöruvigt	Aðalupplýsingar um sendingu	nei

2.2) Efni, garn og flokkar

Gagnareitur	Algengur uppruni	Á vörinni núna?
Trefjarsamsetning í prósentum eftir efni	Birgjaskilyrði / rannsóknarstofa	Skylða á merkimiða
Þráðþykkt (Nm, Ne, dtex), snúningsstefna, þráðgerð	Tæknibók / vefnaðarverksmiðja	nei
Vefnaðar- eða þrjónagerð (jersey, tvill, interlock, poplín)	Tæknibók	nei
Þyngd á flatareiningu í g/m ² , þráðþéttleiki	Gagnablað efnis	nei
Áferð (merceruð, sanforiserað, vatnshelt)	Upplýsingar frá birgi	stundum á hengitaggi
Fóðring, millifóðringar, vattn, fyllingarefni	Efnisyfirlit	merkimiði
Útlit: hnappar, rennilásar, dragstrengir, áklæði	Efnisyfirlit	nei
Endurunninn innihald, hlutfall lífbundinna trefja	Yfirlýsing birgis	stundum á hengitaggi
Uppruni trefja (t.d. uppruni bómulls)	Skjöl í aðfangakeðju	sjaldan
Litarefna- og efnaflokkar, samræmi við RSL	Prófunarskýrsla / rannsóknarstofa	nei
Minnkunarstuðlar, litþol við núning, hnökramyndunarstuðull, litþol í ljósi	Prófunarskýrsla	nei

2.3) Umönnun, notkun og viðgerðir

Gagnareitur	Algengur uppruni	Á vörinni í dag?
Umönnunartákn samkvæmt GINETEX / ISO 3758	Umönnunarmerkimiði	Skyldumerki
Umönnunarleiðbeiningar í einföldu máli, fjöltyngdar	Gæðastjórnun	Merki / fylgiseðill

Gagnareitur	Algengur uppruni	Á vörinni í dag?
Nákvæmar þvottaleiðbeiningar (þvottaefni, þvottur, þvottahringrás)	Gæðastjórnun	sjaldan
Leiðbeiningar um þurrkun, straujarn og þurrhreinsun	Umhirðumerki	Merki
Upplýsingar um litagjöf, loðnun og minnkun	Prófunarskýrsla	í sumum tilvikum
Mælt er með notkun, tilefnum og árstíðahentugleika	Markaðsmál / Netverslun	nei
Leiðbeiningar um klæðnað og bindingu (vafarkjöll, slaufa, trefill)	Markaðsmál / Myndband	nei
Viðgerðarleiðbeiningar, leiðbeiningar um saum og plástrun	Gæðastjórnun	nei
Varahlutir: varabútur, varanál, renniláshandfang	Varahlutalisti / Þjónusta	innifalið
Ábyrgðar- og kvörtunarskilmálar	Lögfræðideild / Skilmálar	sjaldan

2.4) Uppruni, framleiðsla og birgðakeðja

Gagnareitur	Algengur uppruni	Á vörinni núna?
Framleiðsluland ("Gerð í...")	Upprunavottorð / tollayfirvöld	Skylda
Fatagerðaraðili, verksmiðjustaða (Stig 1)	Innkaupa-/endurskoðunarskýrslur	nei
Vefnaðarverksmiðja, þrjónaverksmiðja, litasmiðja, frágangseining (2./3. stig)	Kortlagning birgja	nei
Félagslegar og umhverfislegar úttektir á framleiðslustöðinni	Reglufylgni / amfori BSCI, SA8000	nei
Auðkenni framleiðanda og tengiliðsupplýsingar innan ESB (GPSR)	Lögfræðideild	Skylda
Innflytjandi og dreifingaraðili	Tollayfirvöld / Aðalupplýsingar	Að hluta til
Framleiðsludagur og framleiðslulota	ERP / Pöntunargögn	Sjaldan

2.5) Vottanir, samræmi, sjálfbærni

Gagnareitur	Algengur uppruni	Er nú þegar á vörunni?
OEKO-TEX STANDARD 100, vottorðsnúmer og gildistími	Vottorðamappa	Hengimerki
GOTS, OCS, GRS, RCS, þar með talið viðskiptavottorð	Vottorðamappa	Hengitagg
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Vottorðamappa	Hengitagg
REACH og POP samræmisyfirlýsingar	Reglufylgni	nei
Öryggisstaðlar (t.d. EN 14682 um teygjubanda í barnafatnaði)	Gæðastjórnun	nei
Viðvörunarskilti (eldfimi, smáir hlutar, ofnæmisvaldar)	Gæðastjórnun	merkimiði
CO ₂ e, vatns- eða orkugildi, ef þau eru til	Álit um sjálfbærni / LCA	nei
Leiðbeiningar um innlausn, endurvinnslu og förgun	Sjálfbærni / Innlausn	sjaldan
Endursölu- og notaðra varaáætlun vörumerkisins	Markaðssetning	nei

2.6) Viðskiptalegar upplýsingar: vanmetinn þáttur

Þessi flokkur er algjörlega óviðkomandi frá reglugerðarsjónarmiði. Frá viðskiptalegu sjónarmiði er hann hins vegar dýrmætastur. Hann er þegar til í heild innan fyrirtækisins – í netversluninni, lookbookinu og markaðsdagatalinu – en hefur hingað til ekki verið nýttur á líkamlegu vörunni, einfaldlega vegna þess að ekki er pláss fyrir hann á hengitaggi.

Upplýsingar	Fáanlegt sem
Mælt er með samsetningum: samsvarandi toppum, buxum, skóm, fylgihlutum	Lookbook, stílhandbók, verslunar- og ráðleggingarlógik
Heildarútlitið úr herferðarmyndatökunni	Skýrsla um myndatöku, herferðarefni
Vörumyndbönd, 360° yfirlitsmyndir, nánari myndir	Fjölmiðlabanki
Saga vörumerkis, yfirlýsing hönnuðar, þema safnsins	Upplýsingar um safnið, PR-efni
Aðrir litir og stærðir fáanlegar fyrir sama stíl	PIM / Verslun
Tenglar til endurpöntunar og endurbirgðunar, óskalisti	Verslunarkerfi
Verslunarleitarvél, opnunartími, tímasetningar fyrir stílráðgjöf	Aðalupplýsingar smásölu

Upplýsingar	Fáanlegt sem
Viðburðir: viðburðir í verslun, útsölur á sýnum, viðgerðarkaffihús, sýningar	Markaðsdagatal
Áskorunarkerfi, fréttabréf, aðgangur að samfélagi	CRM
Umsagnir viðskiptavina og efni frá notendum	Verslun / Samfélagsmiðlar

Ef þú ert að velta fyrir þér hvar þú eigir að byrja: byrjaðu á þessum borði. Þetta er eina borðið sem þú þarft ekki að hafa samband við neinn birgja fyrir.

3) Efnahagslegir ávinningar umbreytingarinnar

Nú að lykilsurningunni: hvaða sparnaður næst ef hefðbundnum upplýsingamiðlum er sleppt og í raun einungis QR-kóði er eftir á fatanum? Ég hef viljandi uppbyggt útreikninginn á varfærnislegum forsendum og á fullkomlega gagnsæjan hátt svo þú getir beitt þínum eigin innkaupaskilmálum. Öll tölur í töflunum hér að neðan eru annaðhvort tilgreindur forsendur eða dregnar af fyrri röðum.

3.1) Móðelfyrirtækið

Breyta	Forsenda
Ársvelta	250.000 fatastykki
Vörulína	um 350 gerðir, um 1.200 vöru- og litakombínur
Línur	2 aðallínur auk 2 viðbótarlína á ári
Sölumarkaðir	DACH auk sex annarra ESB-ríkja, níu tungumál á umhirðumerki
Dreifing	60% hefðbundin verslun (eigin smásala og heildsala), 40% beint til neytanda (D2C) á netinu
Netpantanir	um 100.000 pöntuð atriði á ári
Meðalverðmæti innkaupakörfu	65 € nettó, framlagshagnaður 45%

Ef fyrirtækið þitt starfar samkvæmt áætlun um sex, átta eða tólf útgáfur á ári – og mörg vörumerki gera það nú – batna allar tölur hér að neðan verulega, vegna þess að upplag er minna, úrgangshlutfall hærra og þýðingarhringrásir tíðari. Líkanreikningurinn sýnir því versta hugsanlega sviðsmynd. Sjá kafla 3.9 fyrir frekari upplýsingar.

3.2) Líkamleg merking í dag

Þetta felur í sér efni, prentun, frágang og þann hlutfallslega vinnutíma sem þarf til umsóknar. Tölurnar samsvara staðalskilmálum í miðverðsklassa fyrir meðalprentanir.

Vara	á hverja einingu	fyrir 250.000 einingar
Vörumerki og hálsmiðar, vefnaðir	€0.045	€11,250
Stærðarmiðar	€0.010	€2,500
Umönnunar- og samsetningamerki, á níu tungumálum, marglaga	€0.065	€16,250
Viðbótarkerki um uppruna, vottorð, viðvaranir	€0.020	€5,000
Aðalhengimerki, tvíhliða, fullunnið	€0,110	€27.500
Annað hengimerki: sjálfbærni og vörumerkjasaga	€0,060	€15.000
Snúra, þétting, öryggispráður	€0.030	€7,500
Innskot og bæklingur um umönnun og viðgerðir	€0.070	€17,500
Samsetning og festing (hlutfallslegur vinnutími)	€0.090	€22,500
Heildarupphæð til þessa	€0.500	€125,000

3.3) Líkamleg merking með vörupassa

Ekki er verið að fjarlægja allt, og ég fullyrði ekki að svo sé. Vefnaða vörumerkjamerkið verður áfram; það er hluti af vörumerkjavitund, ekki uppspretta upplýsinga. Stærðarmiðan verður áfram, því annars myndi enginn í búðinni geta flokkað fötin. Umhirðu- og efnisefnismerkið verður einnig áfram, en það verður verulega einfaldað: tákn, stuttar upplýsingar og QR-kóði á einu lagi, í stað níu tungumálaútgáfa í 4 punkta lettri á fjórum lögum.

Vara	á hverja einingu	fyrir 250.000 einingar
Vörumerki og hálsmerki, vefnd (óbreytt)	€0,045	€11.250
Stærðarmerkimiði (óbreyttur)	€0,010	€2.500
Umhirðumerki minnkað: tákn, stuttar leiðbeiningar, einlaga	€0,035	€8.750
QR-kóði, innlimaður í núverandi merkjaprentun	€0.005	€1,250
Einfaldari söluhengimerki með verði og QR-kóða	€0.055	€13,750
Umbúðir, færðar niður	€0.050	€12,500
Heildarverð, þar með talið vöruskírteini	€0.200	€50,000

3.4) Þrjú senaríur

Atburðarás	Hvað er felld brott	á hlut	árlega
Íhaldssöm	Annað hengitag, bæklingur og viðbótar merkimiði felld niður; þökkunarkostnaður lækkar lítillega; QR-kóði bætt við	€0.160	€40,000
Raunsætt (Tafla 3.2 vs. 3.3)	Viðbótar samþjöppun í mjótt hengitag og einlaga umhirðumerki	€0.300	€75,000
Metnaðarfullt	rafræn textílamerking einnig leyfð: umhirðumerki felld brott; hengimerki verður eingöngu verðmiði	€0.360	€90,000

Varfærin útreikningur: $0.060 + 0.070 + 0.020 + 0.015$ (umbúðir) - 0.005 (QR) = 0.160 €. Raunsætt: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Metnaðarfullt: $0,300 + 0,035$ (umönnunarmerkimiði) + $0,025$ (hengimerki) = $0,360$ €.

Fyrir allar frekari útreikninga mun ég samkvæmlega nota raunsæa sviðsmyndina: €0,30 á hlut, €75.000 á ári.

3.5) Hvað mun gerast með merkingu textíls?

Við þessar aðstæður þarf að fara varlega, svo ég skal orða þetta skýrt. Eins og staðan er nú krefst Reglugerð um merkingu textíls (ESB) nr. 1007/2011 enn þess að trefjarsamsetning sé sýnilega tilgreind á eða í vörunni. Á sama hátt er ekki hægt að koma í stað upplýsinga framleiðenda sem krafist er samkvæmt Reglugerð um almenna vöruöryggiskröfur (GPSR) og öryggisviðvörðunum eingöngu með stafrænum hætti.

Þetta er einmitt ástæðan fyrir því að raunsæi senaríóið hefur verið reiknað eins og það er: það kemur í stað einungis sjálfviljugu upplýsingamiðlunar - þ.e. hengitagg, innstungur, viðbótar merkimiðar og fjöltyngi umfram lögbundnar kröfur. Það virkar innan núverandi lagaramma án þess að þurfa að breyta einni einustu reglugerð.

Sýn mín á þá stefnu sem þetta er að taka er hins vegar skýr: Upplýsingarnar sem krafist er samkvæmt reglugerð um merkingu textíls munu í öllum tilvikum líklega þurfa að vera innifaldar og sýnilegar í vörupassa tísku- og textílvöru. Ef krafist er að sama upplýsingarnar séu aðgengilegar í stafrænu formi, er erfitt að réttlæta viðbótar líkamlega merkingu á hagnýtum forsendum, þar sem hún felur í sér kostnað vegna merkja, efna, vinnuafis og auðlinda án þess að veita neinar viðbótarupplýsingar. Endurskoðun á reglugerð um merkingu textíls er til umræðu í tengslum við vöruskírteinið. Ekki hefur enn verið tekin ákvörðun um hana og því er metnaðarfulla sviðsmyndin sem lýst er í kafla 3.4 skýrt tilgreind sem framtíðarvalkostur og ekki tekin með í heildarreikningi.

Sá sem þegar geymir öll gögnin í vöruskírteini þarf ekki að gera neitt þegar slík breyting tekur gildi, nema panta minni merkimiða. Sá sem geymir ekki þessi gögn þarf að byrja frá grunni.

3.6) Óbeinar ferla- og afleiðslukostnað

Einingaverð merkisins er aðeins toppurinn á ísfjallinu. Í mörgum stofnunum eru ferlakostnaðarnir sem því fylgja hærri en kostnaðurinn við efnið sjálft og birtast ekki sem einn liður í neinu kostnaðarmiðstöð. Að auki er þetta ástæðan fyrir því að þessar sparnaðarupphæðir eru reglulega vanmetnar í stjórnunarreikningshaldi.

Kostnaðarliður	núverandi árlegur kostnaður	Lækkun	Sparnaður
Þýðing, prófarkalestur og uppsetning merkistexta (9 tungumál, 4 vörulínur)	€14,000	70%	€9,800
Endurprentun og endurmerkingu vegna textavilla eða breytinga á vöruúrvali (3.500 vörur x €0,90)	€3.150	80%	€2.520
Útvegum afgangsbirgða af merkimiðum og hengimerki við skiptingu á línun (8% af fjárhagsáætlun merkimiða)	€10,000	60%	€6,000
Geymsla, þökkun og meðhöndlun merkjavalkosta	€6,000	50%	€3,000
Leyfisgjöld fyrir umbúðir og pappír (EPR, um það bil 4 g af pappa á hlut)	€400	80%	€320
Upplýsingabeirni þjónustuver vegna umönnunar, stærðar og efnis (3.000 miðar x €3,50)	€10,500	30%	€3,150
Alls	€44,050		€24,790

Mér finnst sveigjanleikinn mikilvægastur. Prentað merki er óbreytanlegt**. ** Ef þarf að leiðrétta umönnunarleiðbeiningu afturvirk, gildistími vottorðs rennur út eða ráðlögð samsetning verður tilgangslaus vegna þess að samsvarandi vara er uppseld, er engin leið til að laga það eftir að merkið hefur verið prentað. Vörupassi má uppfæra miðlægt hvenær sem er og nær til allra vara sem nú eru á markaði, þar á meðal vara sem seldar voru fyrir tveimur árum. Þetta er eigindlegur munur og því erfitt að koma honum til skila í töflunni hér að ofan. Allir sem hafa nokkurn tíma skipulagt innköllun vegna rangs umhirðutákns vita nákvæmlega hvað ég er að tala um.

3.7) Skilagreiddslur: stærsta einstaka drifkraftur

Skilar eru stærsti kostnaðarliðurinn í netfataiðnaðinum. Verulegur hluti þeirra stafar af vandamálum með passun og frávikum milli vörunnar og væntinga viðskiptavinarins, sem og óvissu um efni og umhirðukynningar. Þetta er einmitt þar sem vörupassi kemur inn: Ítarleg stærðartöflur fyrir hverja stærð, upplýsingar um hvernig efni hegða sér, minnkunarhlutföll, sliteiginleikar, líkamsmælingar fyrrisætna og myndbönd. Og þetta er aðgengilegt bæði fyrir kaupin með því að skanna í verslun og eftir kaupin heima.

Breytur	Gildi	Áhrif
Netpantanir á ári	100.000	
Núverandi skilarhlutfall	42%	42.000 skil
Heildarkostnaður á skil (flutningur, skoðun, enduruppgerð, verðryrnun)	€11.00	€462,000
Lækkun um 1,0 prósentustig	-1,000 skil	€11,000
Lækkun um 2,0 prósentustig	-2.000 skil	€22.000
Lækkun um 3,0 prósentustig	-3.000 skil	€33.000

Í heildarreikningnum hef ég viljandi gert ráð fyrir aðeins einum prósentustigi. Jafnvel þessi mjög varfærna forsenda skilar 11.000 evrum á ári. Hver viðbótar prósentustig skilar sömu upphæð aftur. Þetta er stýri með langtum mestu vaxtarmöguleika og ætti sérstaklega að mæla á tilraunastiginu. Meira um þetta í kafla 5.4.

3.8) Heildarreikningur, þar með talin vettvangsgjöld

Liður	árlega	á einingu
Merking og umbúðir (raunsætt sviðsform)	€75,000	€0.300
Óbein ferla-, þýðingar- og þjónustukostnaður	€24,790	€0.099
Minnkun á skilum (1 prósentustig, varfærin áætlun)	€11,000	€0.044
Hreinn sparnaður	€110,790	**€0.443
Kostnaður á ári 1: vettvangur, gagnasöfnun, samþætting QR-kóða, innri tími	-25.000 til -40.000 €	
Nettóáhrif á ári 1	+71.000 til +86.000 €	
Kostnaður frá 2. ári: Vettvangur og viðhald	-€18,000 til -€25,000	
Nettóáhrif frá 2. ári	+€86,000 til + €93,000	

Skýr pallskostnaður. Verðlagning Transpareo byggist á fjölda birtra vöruprófíla; áskriftin má segja upp hvenær sem er og öll gögn má flytja út að fullu hvenær sem er. Þannig er engin binding hjá okkur, sem mér finnst sjálfsögð en er því miður ekki regla á þessum markaði.

Áætlun	Vörupakkar	CHF á mánuði	EUR á mánuði
Lítill, fyrir tilraunaverkefni og byrjendur	allt að 100	139	um 153
Meðalstór	allt að 1.000	559	um 629
Stórt, dæmisviðfangsefni fyrir 1.200 vörutegundir	allt að 10.000	1.399	um 1.539
Ótakmarkað	ótakmarkað	3.499	um 3.849

Verð gilda frá og með ágúst 2026, með núverandi beta-afslætti, og innihalda AI-pýðingu á 40 tungumálum, sérsniðið lén, vörumerkingu, GS1 Digital Link, leiðaöflun, greiningu, REST API og innflutnings- og útflutningsaðgerðir. Sjá transpareo.com fyrir nýjustu skilmála og núverandi tilboð.

Til að byrja með þýðir þetta að tilraunaverkefnið, sem nær til tuttugu til þrjátíu gerða, kosti þig á bilinu 139 til 199 CHF á mánuði. Í samanburði við alla aðra liði í þessu skjali er þetta hreinn hringunarvöxtur; það er einfaldlega engin fjárhagsleg ástæða til að bíða með að hefja. Verðuppbyggingin eykst í réproport í takt við innleiðingu kerfisins um alla vöruúrvalið. Í dæmasviðsmyndinni, með um 1.200 vöru- og litakombínunum, nemur þetta um 18.500 evrum á ári samkvæmt "Large"-gjaldskrá, og það fellur innan ofangreindra kostnaðarbilanna. Í samanburði við sparnað upp á €110.790 nemur þetta um 17 prósentum.

3.9) Ef þú framkvæmir fleiri en tvær innheimtur á ári

Mörg vörumerki endurnýja og stækka vöruúrval sitt stöðugt þessa dagana. Þetta hefur margfaldandi áhrif á rekstrarafkomu - í báðar áttir.

Kostnaðarskipting	2 útgáfur auk 2 eftirfylgnarútgáfa	8 til 12 útgáfur á ári
Upplag prentunar merkja	meðalstór upplag, góðir magnafslættir	minni upplag, lakari magnafslættir, verð á einingu hækkar
Þýðing og uppsetning	4 hringrásir á ári	8 til 12 hringrásir; kostnaðurinn upp á 14.000 € tvöfaldast auðveldlega
Útvegum umframbrigða	8% af merkjafjárhagsáætlun	12–18% byggt á reynslu, þar sem breytingar eru gerðar oftar
Lágmarkspantanir	sjaldan bindandi	reglulega bindandi, sem leiðir til kerfisbundinnar ofpöntunar
Tími til markaðssetningar	fyrirsjáanlegur	biðtímar eftir merkimiðum verða flöskuháls fyrir sendinguna

Síðasti punkturinn er oft vanmetinn, en hann er í raun sá mikilvægasti: ef sending þarf að bíða eftir afhendingu umönnunarmerkis kostar það söludaga. Vöruskírteini má uppfæra á örfáum mínútum. Ég mæli með að öll fyrirtæki sem hafa mikinn fjölda sendinga endurtaki dæminu reiknirit með eigin tölum. Niðurstaðan er yfirleitt mun betri en sú sem sýnd er hér.

4) Hvernig vöruskírteinið hjálpar við markaðssetningu

Kostnaðarsparnin fjármagnar verkefnið. Raunverulegt stefnumótandi gildi felst annars staðar: vöruskírteinið umbreytir skyldubundinni merkingu í varanlegan, vörumerki-sértækan miðil á vörunni.

4.1) Eini tengiliðurinn með alla möguleika

Allir aðrir miðlar ná aðeins til takmarkaðs hóps. Fréttabréfið nær til áskrifenda. Samfélagsmiðlar ná til fylgjenda og greidds áhorfendahóps. Verslunin nær til netkaupenda. QR-kóði er festur við hvern einasta seldan hlut.

Eiginleiki	Hefðbundin rás	Vörukort með vöruupplýsingum fest við vöruna
Náið til	hluta kaupenda	hverri seldri vöru
Viðskiptavinir í verslunum	almennt nafnlausir	hægt er að miða til þeirra í fyrsta sinn
Miðlakostnaður	Haldandi áfram, á hvern tengilið	Enginn; varan sjálf þjónar sem miðillinn
Tengitími	Herferðartími	Allur líftími notkunar, oft árum saman
Hvatinn	Vörumerkið	Viðskiptavinurinn sjálfur, sem skapar mikla athygli
Kaupendur notaðra vara	Ónælanlegir	Verða nýr tengiliður við endursölu

Annar punkturinn er sá sem ég ræði oftast við tiskufyrirtakendur. Í venjulegu tilviki er 60% af birgðum selt yfir afgreiðsluborðið í hefðbundnum verslunum. Það eru 150.000 vörur á ári seldar til fólks sem þú veist ekkert um og munt aldrei eiga frekari samskipti við. Vörupassi brýtur þennan hring án þess að þurfa samþættingu við afgreiðslukerfi, tryggðarkort eða nokkra aðgerð af hálfu smásöluaðilans.

4.2) Pakkaframboð og krosssala

Tilvísun í vörur sem hægt er að blanda saman og para er staðalbúin þjónustueiginleiki í vörulýsingu. Sá sem skannar kóðann á pilsinu sem hann hefur nýlega keypt er einmitt í þeirri stöðu að tillaga um samsvarandi blússu er gagnleg fremur en inngjandi. Þetta er það sem greinir það frá endurmiðuðum auglýsingum sem birtast þremur dögum síðar.

- Heildstæð útlit úr tókum herferðarinnar, til pöntunar strax
- Passandi aukahlutir: belti, trefill, töska, skór

- Aðrir litir og stærðir af sama stíl
- Endurbirgðasetning á sama vöru – stór en oft vanmetinn drifkraftur sölu þegar kemur að upphaldsgripum
- Tímabundnar viðbætur: hinn fullkomni þrjónaði kjóll sem fer vel með sumarkjólnum þínum á haustin
- Umönnunarvörur: ullarsápa, loðhreinsir, vatnsvörnúðarsprey, varabönd

Krosssala, útreikningsaðferð	Forsenda	Niðurstaða
QR-kóðar í verslunum á ári	250.000	
Skönnunarhlutfall þegar skýr ábataástæða er sýnileg	12%	30.000 skannanir
Umbreyting í samsetta tillögu	3 %	900 pantanir
Vörukörfugildi	65 €	58.500 € velta
Framlagshlutfall	45 %	26.325 € framlag

Skönnunarhlutfall neysluvara er yfirleitt á bilinu 5 til 15 prósent. Þær hækka verulega þegar merkimiðinn tilgreinir ákveðinn ávinning: *"Umönnunarráð, samsvarandi stílar og framlengd ábyrgð þín"* fremur en bara beran kóða. Þessi setning kostar ekkert og er áhrifaríkasta einstaka ráðstöfun sem ég þekki.

4.3) Viðburðir, samfélag, vörumerkjaupplifun

Vörupassi má frjálst breyta og uppfæra hvenær sem er án þess að QR-kóðinn breytist. Þetta þýðir að hver fatnaður á markaðnum verður dreifileið fyrir núverandi atburði, jafnvel árum eftir að hann hefur verið seldur.

- Boð um viðburði í verslun, útsölur, vörulausnir og tískusýningar
- Bókanir á tíma fyrir persónulegar stílráðgjöf í næstu verslun
- Viðgerðarkaffihús og viðgerðarþjónusta: sterkt framlag til sjálfbærni með miklu viðskiptavinahaldsgildi
- Svæðisbundin markmiðasetning: aðeins viðskiptavinir sem eru nálægt verslun sjá viðburði hennar
- Forsöluglugga og samfélagsverkefni fyrir skráða viðskiptavini

4.4) Leiðandi framleiðandinn

Með Transpareo Lead Generator geturðu sjálfur búið til eins margar spurningalista og þú vilt, án þess að þurfa að leita til umboðsskrifstofu, og tengt þá við vörupassa. Ein tæknilega smáatriði skiptir sköpum fyrir virkni þess: spurningalistinn opnast sjálfkrafa þegar QR-kóðinn hefur verið skannaður.

Viðskiptavinurinn þarf hvorki að leita að neinu né smella á neitt. Allir sem hafa einhvern tíma reynt að sannfæra fólk um að fylla út eyðublað með einum aukaklikki vita hversu mikill munur þetta gerir á svörunarhlutfallinu.

Vélin sjálf er gömul og hún virkar: viðskiptavinurinn fær áþreifanlegan ávinning í skiptum fyrir að veita upplýsingar og gefa samþykki sitt.

Ávinningur fyrir viðskiptavininn	Spurningar í spurningalista	Ávinningur fyrir þig
Lenging á ábyrgð eftir vöruskráningu	Kaupdagur, kaupstaður, tengiliðaupplýsingar	Upphaflegur tengiliður og gagnsæi í sölu í heildsölugeiranum
Persónuleg stílhandbók fyrir keypta vöru	Stílvalkostir, tilefni, stærðir	Skipting markhópa fyrir herferðir og vöruúrvalsáætlun
Ávinningur eða bónus við næstu kaup	Netfang, samþykki fyrir fréttabréfi	Söfnun tengiliða án miðlunarútgjalda
Fyrirfram aðgangur að nýrri línu	Uppáhalds flokkar, verðvilji	Vísbending um eftirspurn fyrir pöntun
Þátttaka í verðlaunadrætti eða samfélagsviðburði	Svæði, val á verslun	Virkjun byggð á staðsetningu
Endurgjöf um snið með tillögum um stærðir næst	Líkamsmælingar, mat á sniði	Beinn gagnagrunnur til að draga úr skilaréttindum
Ókeypis viðgerðarskoðun	Endingu, slitamerki	Gæðagögn úr notkun fyrir vöruþróun

Síðasta setningin lokar hringnum – eitthvað sem gerist nánast aldrei í tiskuiðnaðinum. Endurgjöf um passun og endingu berst venjulega aðeins til vöruþróunar vegna skila og kvartanir – sem þýðir að hún er skakkt, neikvætt hlutdræg og seinkuð. Með vörupassi berst hún frá ánægðum notendum eftir mánuði af raunverulegri notkun. Sem textílverkfræðingur hefði ég elskað að hafa aðgang að þessum gagnaveitum.

Viðskiptavinaöflun, útreikningsaðferð	Forsenda	Niðurstaða
Skannanir á ári (12% af 250.000)	30.000	
Þátttaka í sjálfvirkt opnuðu spurningalistanum	25%	7.500 leiðir
Þar af frá hefðbundnum smásöluverslunum, nafnlaust til þessa	60 prósent	4.500 nýir tengiliðir
Samanburðarupphæð fyrir kostnað við viðskiptatengiliði í tiskugeiranum	€6 á tengilið	€45.000 fjölmiðlavrði

Miðlunarjafngildisgildið er ekki peningaflæði og er því sýnt sérstaklega í samstæðu ársreikningnum. Í eiginlegum skilningi er munurinn þó enn meiri en upphæðin: leið frá vörulistanum kemur frá staðfestum kaupanda með þekkta tengingu við vöruna.

4.5) Vörumerkja- og höfundarréttavernd

Þetta efni hefur hingað til verið óvenju lítið rætt í samhengi vörupassa, þrátt fyrir að það sé líklega stærsta einstaka ávinningurinn fyrir úrvals- og lúxusvörumerki, og það er þegar tiltækt.

Vörupassi sem notar einstakt auðkenni til að vísa til útgáfustýrðs, dulkóðaðs gagnaskrár sem vörumerkið viðheldur, telst sönnun uppruna. Kaupandinn getur í vafranum sínu athugað hvort varan sé ekta, hvaðan hún kemur og hvenær hún var sett á markað. Falsari getur afritað QR-kóðann, en hann getur ekki búið til gilda færslu í gagnagrunninn þinn né veitt gilt undirskrift.

Notað til:

- Sönnun uppruna fyrir hágæða fatnað, töskur, úr og lúxusvörur
- Gerir toll- og markaðseftirlitsstofnunum kleift að staðfesta ekta uppruna án þess að þurfa að hafa samband við framleiðandann
- Byggir upp traust á notaðamarkaði, þar sem ekta uppruni er helsta hindrun í kaupum
- Raðnúmer fyrir hvert einstakt eintak frekar en bara fyrir vörulínu, þar sem það er þess virði
- Þar sem skipulagslega er mögulegt getur viðeigandi yfirmaður smásölustaðarins notað heimild í Forritastjóra til að skrá nafn kaupanda og frekari upplýsingar um kaupin, og þar með varðveitt þessar upplýsingar varanlega í vegabréfi vörunnar

Ég geri fullkomlega ráð fyrir að á næstu árum muni NFC- og RFID-tækni sem nýta sama auðkennisnúmer innbyggð í QR-kóðann verða víða notuð. Flís saumuð í sauminn, sem ber sama auðkennisnúmer, er mun erfiðari í eftirlíkingum en prentaður ferningur. Sönnun eignarréttar byggð á NFT mun einnig nota þennan auðkennismarkimiða sem festipunkt. Meginatriðið er þetta: hver sem stofnar hreint, einstakt auðkennismarki fyrir hverja vöru í dag með stafrænu vörupassi er þegar undirbúinn fyrir allar þessar tæknilausnir.

4.6) Annar markaður og verðmætavörn

Markaður notaðs tiskufatnaðar vex hraðar en aðalmarkaðurinn. Vörupassi hefur þrefalda áhrif í þessum geira:

- **Verðmætahald.** Fatastri með fullkomna, stafræna skráningu á sögu efna, uppruna og umönnunar fær hærra endursöluverð en sú sem hefur ólæsilegt merkimiða. Þetta hefur áhrif á hversu mikið fólk er tilbúið að borga þegar það kaupir nýtt.
- **Ekta.** Sjá kafla 4.5 um vernd gegn fölsunum. Á notaðamarkaði er þetta úrslita söluvettvangur.
- **Nýir viðskiptavinir án kostnaðar við að laða þá að.** Nýr eigandi skannar hlutinn og lendir á vefsíðu þinni. Notuð sala, sem þú græðir ekkert á, verður að viðskiptatækifæri og hugsanlega nýjum viðskiptavinum.

4.7) Fjölmála og aðgengi

Umhirðumerki prentað á níu tungumálum með 4 punkta lettri á fjórum lögum satínbands er í reynd ólesanlegt fyrir verulegan hluta íbúa. Þetta gildir um alla viðskiptavini eldri en sextugra, alla sem hafa skerta sjón og alla sem ekki geta lengur greint merkið eftir þriðju þvott.

Vörupassi er fínstilltur fyrir skjásýningu, lestrartæki fyrir skjálesara getur lesið hann, hægt er að stækka hann eftir þörfum og hann hefur háan kontrast. Þetta uppfyllir beint kröfur Evrópulaga um aðgengi.

Þegar kemur að tungumáli skiptir landfræðileg staðsetning ekki lengur máli. Transpareo þýðir allar gagnagrunnsupplýsingar án aukakostnaðar á öll evrópsk tungumál, sem og bengalsku, kínversku, hindí, indónesísku, japönsku, kóresku og víetnamska – samtals 40 tungumál, þar á meðal öll 24 opinberu tungumál ESB. Í Forritastjóranum velur hver notandi sitt vinnumál. Vaframálið birtist sjálfkrafa á passasíðunni, án þess að viðskiptavinurinn þurfi að breyta neinum stillingum.

Fyrir þig þýðir þetta tvö atriði. Að auki kostar markaðurinn ekki einn einasta millimetra meira í breidd merkisins, né þarf að greiða þýðingarkostnað. Og tungumálin sem notuð eru í allri aðfangakeðjunni eru einnig tekin með: saumaverkstæðið í Bangladesh, birgirinn í Víetnam og samstarfsaðilinn í Kína geta lesið tæknilýsinguna þína á sínu eigin tungumáli. Í reynd er þetta að minnsta kosti jafn verðmætt og fyrir viðskiptavininn.

5) Hvernig samtök þín hagnast á þessu

Ávinningurinn sem er erfiðast að meta en sem skiptir mestu máli til lengri tíma litið liggur innan skipulagsins sjálfs. Vöruskilríki er gagnavara og krefst skýrt skilgreindra ábyrgða, samræmdra uppsprettna og samþættra birgja. Ekkert af þessu er hægt að ná fram til skamms tíma. Gæðagögn má ekki kaupa; þau þarf að vinna sér inn.

5.1) Byrjaðu bara á því sem er til staðar

Algengasta ástæðan fyrir því að verkefni sem tengjast vöruskírteini komast ekki af stað er sú hugmynd að allt þurfi að vera tilbúið áður. Þetta er rangt og lamandi. Byrjaðu á gögnum sem þegar eru tiltæk og aðgengileg án þess að þurfa að senda fyrirspurnir – ef vafi leikur, byrjaðu á kafla 2.6, sem þú þarft ekki að hafa samband við neinn fyrir. Gefðu það út. Síðan stækkaðu gagnagrunninn einn hluta í einu.

Fyrir viðskiptavini er leiðarvísir sem inniheldur umönnunarleiðbeiningar, efnisupplýsingar, stærðartöflu og stílráð þegar dýrmætur í dag. Þeir gera ekki ráð fyrir að sjá fullkomnarupplýsingar um birgðakeðju þriðja stigs, né munu þeir leita að þeim fyrst og fremst árið 2029.

Fasi	Tímarammi	Innihald	Niðurstaða
1. Upphaf	Mánuðir 1–2 eða fyrr	Ákvarða kostnaðargrein. Skilgreina tilraunaflokk 20 til 30 líkana. Safna gögnum sem eru eingöngu innanhúss: markaðssetning, efni, umhirðukynningar og stærðargögn. Lítil gjaldskrá, 139 til 199 CHF á mánuði.	Fyrstu fullkomnu gagnasöfn án þess að hafa samband við einn einasta birgja
2. Innleiðing	Mánuðir 3–5 eða fyrr	Hanna útlit og verðgildistilboð. Samþætta QR-kóða í merkjaþrentun. Semja fyrstu spurningalistann. Koma kerfinu í gagnið.	Viðtaka á markaði, fyrstu skannanir, fyrstu viðskiptatækifærin, fyrstu mælikvarðar
3. Stækkun	Mánuðir 6–12 eða fyrr	Innleiðing um alla línu. Setja Excel- og ERP-samþættingu í framleiðslu. Fækka merkimiðum. Setja upp lykilmælikvarða.	Fullt kostnaðarsparnaður orðinn að veruleika, áreiðanleg umbreytingargögn
4. Dýpka	Ár 2 til 2028	Bæta við gögnum frá birgjum stiga 2/3. Próa reiti fyrir umhverfis-, viðgerðar- og endurvinnslugögn. Fella gagnaafhendingu inn í rammamarkaðsáætlun. Setja upp verklagsreglur um gæðatryggingu gagna.	Mikil þroskun löngu áður en kröfunni tekur gildi
5. Skráning	frá 2029	Samræma við lokagagnalíkan framselda reglugerðarinnar; skrá í ESB-skrá.	Samræmi án verkefnis og án tímapressu

Vinsamlegast athugið að 1. og 2. fasa saman taka ekki lengri tíma en fimm mánuði og krefjast ekki neins sem er utan þinnar stjórnunar. Þetta er sá tímamarkpunktur þegar flestar áhyggjur hverfa einfaldlega í loft upp.

5.2) Innflutningur og samþætting gagna, og hvers vegna stefna skiptir máli

Transpareo getur flutt inn hvaða fjölda Excel-skráa sem er; innflutningstólið aðlagar sig að skráum þínum frekar en öfugt. Sérstakur PIM er ekki nauðsynlegur, en hægt er að samþætta hann. Enn fremur er hægt að tengja hvaða fjölda innri og ytri gagnagrunns sem er, þar á meðal ERP-kerfi.

Varðandi tenginguna er til hönnunarákvörðun sem ég tel öryggismál og sem þú ættir að skoða gaumgæfilega fyrir hvern þjónustuaðila sem þú ert að íhuga:

Gagnaflæðið er einstefnu, innstreymandi. Uppræðissvæðið auðkennir sig við Transpareo Vendor API og sendir inn gagnapakka. Transpareo grípur ekki inn í kerfi framleiðenda á nokkrum tímamarkpunkti og krefst ekki aðgangsaðkennis að ERP-kerfinu þínu. Þetta þýðir: engin leið liggur frá vettvangi okkar inn í kerfin þín. Enginn innkomandi aðgangur, engar geymdar auðkenningargögn, engin opin tenging sem gæti verið ógnað. Með því að nota 'push' í stað 'pull' aðferðar útilokar þú frá upphafi allan flokk árársleiða.

Þegar borið er saman þjónustuaðila er þetta eitt af þeim fyrstu spurningum sem ég myndi spyrja. Við höfum með ásetningi sett saman uppbyggðan ramma fyrir þetta sem er hlutlaus gagnvart þjónustuaðilum; sjá kafla 6.4.

5.3) Gagnasafnið sem gildi í sjálfu sér

Nú að þeim punkti sem vekur mestan persónulegan áhuga hjá mér og er nánast fjarverandi í umræðunni.

Ef þú hefur skipulagt vörugögnin þín á einum stað, tilheyra þau þér, og þú getur sótt þau – að fullu eða að hluta – hvenær sem er: í gagnageymslu þína, í greiningartól eða í eigin kerfi. Með Transpareo er hægt að gera þetta með útflutningi í CSV-, XLSX-, JSON-LD- og SQL-sniðum eða í gegnum REST API. Og þetta er mögulegt óháð því hvort þú birtir jafnvel eina vörulýsingu. Strax og aftur og aftur.

Þetta opnar fyrir notkunarmöguleika og gríðarlega kosti sem hafa ekkert með reglufylgni að gera:

- **Vélanám með þínum eigin gögnum.** Tungumálalíkan sem þekkir allt þitt efni, gæðaflokkun þína, samsetningarreglur þínar og birgjaskipulag er eitthvað allt annað en almenn líkan. Grunnurinn að þessu er hreint og samræmt vörugagnasafn – einmitt það sem búið er til þegar þú býrð til vöruskírteinið.
- **Forrit sem byggja á umboðsmódelum.** Aðstoðarkerfi sem greina gögn úr safni, leggja til önnur efni, athuga tæknilysingar eða svara fyrirspurnum viðskiptavina krefjast algjörlega uppbyggðra vörugagna. Án þeirra er hver hugmynd um slíkt kerfi ekki meira en kynningarglær.
- **Innkaup og framleiðsluáætlun.** Efnisþarfir yfir gerðir, liti og stærðir; samröðun gæðaeiginleika garns yfir safna; þéttbýli birgja eftir efnishópum: þetta eru allt greiningar sem mistakast þegar gögnin eru dreifð en verða einfaldar með samræmdum gögnum.
- **Rannsóknir og þróun.** Hvaða uppbygging, hvaða þyngd á ferferfeti og hvaða frágang leiða til hvaða mynsturs kvörtunar og skila yfir nokkur árstíðir? Þetta fylgni er aðeins hægt að reikna út ef gögn um efni, sölu og endurgjöf eru geymd á einum stað.

Sem frumkvöðull segi ég þetta afdráttarlaust: jafnvel þótt ESB myndi afnema vöruskírteinið á morgun án þess að koma með varanlega lausn, væri sú vinna sem unnin hefur verið í þessum gagnagrunni rétt og reynist dýrmæt til lengri tíma. Skírteinið er umsóknin. Gögnin eru eignin.

5.4) Lykilárangursvísar sem þú ættir að fylgjast með frá fyrsta degi

Lykiltala	Mælikvarði	Tilgangur
Skönnunarhlutfall	Skannanir á hverjar 100 seldar vörur	Bæta verðmætaskilaboð á merkimiðanum
Tími á vefsíðunni og dýpt í gegnum síður	Sekúndur, smellir	Forgangsraða efni, fjarlægja óþarfa þætti
Umbreyting leiða	Leiðir á hverjar 100 skannanir	Prófa kynningartilboð

Lykiltala	Mælikvarði	Tilgangur
Umbreyting krosssölu	Pantanir á hverjar 100 skannanir	Bæta samsetningarreglur
Endurkomuhlutfall: skannarar vs. ekki-skannarar	Munur í prósentustigum	Áhrifamesti tölugildi fyrir æðstu stjórnendur
Þjónustufyrirspurnir varðandi umönnun og stærð	Miðar á mánuði	Sýna fram á fækkun í vinnuálagi þjónustudeildar
Kostnaður við merkingu á hvern hlut	Evru á hlut	Varpa ljósi á sparnaðinn í fjárhagsstjórnun

Vinsamlegast stillið fimmtu línu áður en farið er í beina útsendingu. Ekki er hægt að gera afturvirka samanburð milli skanna og þeirra sem ekki skanna, og einmitt þessa tölu verður óskað eftir á öðru ári. Skönnunartölfræði í Transpareo er safnað á þjónahliðinni, án smákökkva eða rekjanlegra tækja. Þú munt fá tölur, tímaröðir og svæðisbundin gögn án þess að vekja upp neinar samþykkiðspurningar.

6) Frá vörupassi til ESB–skrár: einungis formsatriði

Algengasta andmæli gegn því að hefja vinnuna snemma er að lokaútgáfa gagnalíkans ESB hafi enn ekki verið staðfest, svo allt sem unnið er nú gæti farið til spillis. Ég skil andmælin, en þau byggjast á misskilningi á því hvernig skráin virkar.

6.1) Hvað skráin raunverulega gerir

Skráningarkerfi ESB fyrir vörupassa hefur verið í rekstri frá 20. júlí 2026; framkvæmdarreglugerð (ESB) 2026/1778 gildir um aðgangsstýringu, notendauðkenningu, skráningu og geymslukröfur. Það er mikilvægt að hafa í huga að skráin inniheldur einstök auðkenni og lýsigögn; hún er ekki gagnageymsla fyrir vegabréfin sjálf. Raunveruleg vörugögn eru áfram geymd staðbundið hjá efnahagsrekstraraðilanum eða þjónustuveitanda þeirra.

Í framkvæmd þýðir þetta að vegabréf ykkar verði að bera staðalsamræmt, ákvarðanlegt auðkenni og að þau verði skráð í skrána áður en varan er sett á markað innan ESB. Viðhald gagna er óbreytt.

Transpareo uppfyllir að fullu samræmdu staðalana sem tilgreindir eru í Stjórnartíðindum í framkvæmdarákvörðun (ESB) 2026/1736 frá 15. júlí 2026; einnig hafa tveir eftirfarandi staðlar verið innleiddir. Transpareo notar GS1 Digital Link og staðalsamræmda GTIN-upplausn og er hannað til skráningar í ESB–skrá. Hver útgáfa af leyfi ber tvær sjálfstæðar undirskriftir, eina frá útgefanda og eina frá Transpareo; þú getur sjálfur stjórnað lykli útgefandans í gegnum sérstakan undirskriftarenda.

Taktu einu sinni. Gefðu út í dag. Skráðu síðar.

- 1. **Upptaka:** Flytja núverandi vörugögn inn í gagnagrunninn í uppbyggðu, reitamiðuðu sniði. Lykilatriðið er reitamiðuð nálgun: ekki er hægt að kortleggja samfelldan texta, en það er hægt að gera með vel skilgreindum reitum.
- 2. **Birta:** vöruskráteinið verður aðgengilegt strax. QR-kóði á vörunni, sem skilar ávinningi frá fyrsta degi.
- 3. **Stækka:** fleiri reitir bætast við með hverri innsendingu, í samræmi við daglega starfsemi.
- 4. **Skráning:** þegar krafan tekur gildi er núverandi gagnaskrá kortlögð við endanlega líkanið og send til ESB-skrárinnar af Transpareo. Engin upphaf frá grunni, ekkert verkefni, engin lokadagskvíði.

6.2) Fjórar athugasemdir sem ég heyri oftast

Andmæli	Svör mín
"Gagnalíkanið fyrir textil hefur enn ekki verið endanlega útfært."	Tæknileg uppbygging hefur enn ekki verið endanlega útfærð, en efnisinnihaldið hefur það vissulega. Efni, uppruni, umhirða, viðgerðir, vottorð og endurvinnsluhæfi verða innifalin; þar er enginn alvarlegur vafi. Uppbyggingar má kortleggja sjálfkrafa, að því gefnu að efnið sé skráð nákvæmlega og reit fyrir reit. Það er einmitt þessi skráning sem krefst raunverulegrar vinnu, og henni þarf að vera sinnt hvort sem er.
"Þá munum við vinna tvöfalt meira verk."	Þú skráir gögnin einu sinni í gagnagrunninn. Þau birtast strax sem vöruskráteini og eru síðan skráð líka. Sláðu þau inn einu sinni, notaðu þau mörgum sinnum.
"Við erum að bíða eftir staðlinum."	Sex af átta stöðlum hafa verið samræmdir frá júlí 2026; skráin er komin í gagnið. Staðallinn sem allir hafa beðið eftir er að mestu leyti til staðar. Hin tveir sem eftir eru eru þekktir og hafa þegar verið innleiddir af Transpareo. Og hver sem bíður lengur seinkar einnig kostnaðarsparnaðinum, viðskiptatækifærunum og lærdómsferlinu.
"Við höfum ekki öll gögnin."	Enginn hefur þau. Vöruskráteinið byrjar með því sem er tiltækt og vex. Það verður alltaf þannig, jafnvel eftir skráningu. Sjá kafla 5.1.

6.3) Áhættur, skýrt greindar

Áhætta	Mat	Aðgerð
Lokagagnalíkan er frábrugðið	meðal	Skrá gögn með reitum frekar en frjálssu texta. Kortlagning er hægt að gera sjálfkrafa; endurskráning efnisins væri ekki möguleg.
Lág skönnunarhlutfall í upphafi	meðal	Orðuðu virðisstefnu á merkimiðanum, prófaðu hana í tilraunarverkefni og endurtaktu áður en þú eykur umfangið.
Skylda til líkamlegrar merkingar helst óbreytt	hátt	Er þegar innifalið í verðlagningu. Raunsæi senaríóið kemur í stað sjálfviljugu merkimiða.

Áhætta	Mat	Aðgerð
Birgjar veita ekki gögn	meðal	Byrjaðu á gögnum sem eru til innan fyrirtækisins. Innleiða smám saman gagnaafhengingu í rammasamninga á meðan enn er pláss fyrir samningaviðræður.
Festing við einn birgja	lág	Mánaðarleg uppsagnarmöguleiki, full útflutningur í fjórum sniðum, stöðugar sendingarheimilisföng, opinn hugbúnaður til birtingar. Athugaðu þetta hjá öllum veitendum sem þú ert að íhuga; veitendalisti okkar sýnir hvaða spurningar eru þess virði að spyrja.
Verndun gagna við viðskiptavinaöflun	lág	Rétt samþykki (opt-in), takmörkun á tilgangi og stefna um eyðingu gagna frá upphafi.

6.4) Að velja þjónustuveitanda

Ég skrifa þessa grein sem stofnandi Transpareo, og þú ættir að lesa hana með það í huga. Þetta gerir eftirfarandi atriði enn mikilvægara fyrir mig.

Við höfum birt viljandi birgjasnaðnað [birgjalista](#) sem inniheldur þrjátíu viðmið sem raunverulega skipta máli þegar tekin er upplýst ákvörðun um vettvang: eftirfylgni við staðla, stuðningur við GS1 Digital Link, stefna um undirskriftir og skjalasafn, gagnaræði og flytjanleiki gagna, verðlagningarlíkan og stigstærð miðað við fjölda vörulista (SKU), og möguleikann á að skipta um þjónustuaðila. Farið yfir þennan lista áður en þið takið ákvörðun, jafnvel – og sérstaklega – ef þið ákveðið að lokum að velja ekki okkur. Þið ættuð ekki að velja vettvang sem stenst ekki slíka úttekt; þetta á við um okkur jafnmikið og alla aðra.

Auk þess finnur þú undir "[Insights & Perspectives](#)" reglulegan straum sérfræðigreina um ESPR, staðlaðingu og hagnýta innleiðingu, auk yfirlits yfir reglugerðina sjálfa í [ESPR-handbók](#) okkar. Transpareo Time Machine-renderarinn er opinn hugbúnaður undir GPL v3, sem þýðir að hver einasta vinnslustig má staðfesta í vafranum óháð okkur.

7) Fyrstu 90 dagarnir

Að lokum er hér áætlun sem þú getur hafið á mánudag. Hún krefst hvorki ráðgjafarsamnings, útboðsferlis né fjárhagsáætlunarumsóknar.

Tímabil	Verkefni	Niðurstaða
Vika 1–2	Safna raunverulegum kostnaði: setja saman reikninga fyrir merkimiða, hangtaga pantanir, þýðingarkostnað og úrgangsskrá fyrir síðustu tólf mánuði	Þín eigin tölur í stað forsendna líkans míns úr 3. kafla

Tímabil	Verkefni	Niðurstaða
Vika 2–4	Búðu til gagnakort: hvaða reitur er í hvaða kerfi, hver viðheldur honum og hversu uppfært er það? Notaðu töflurnar úr 2. kafla sem sniðmát	Skýrleiki um gagnamaturitun og raunverulegar eyður
Vika 3–4	Skilgreina vöruúrval til tilraunar: 20–30 gerðir með mikla sýnileika og gott frásagnarmöguleika. Ókeypis prufanotkun, á eftir henni kemur áætlunin "Small"	viðráðanleg og merkingarbær tilraun
Vika 4–6	Setja upp reikning, skilgreina reitagerð, flytja inn tilraunagögn í gegnum Excel	fyrstu fullkomnu gagnasöfn
Vika 6–8	Hanna útlit og efnisskipulag, setja upp samsetningartillögur, móta verðmætayfirlýsingar fyrir merkimiðann	tilbúið til birtingar
Vika 7–9	Samhæfa innleiðingu QR-kóða með birgi merkja og fella hana inn í næstu breytingu á merkjum, sem átti engu að síður eftir að eiga sér stað	Hliðarkostnaður við útbreiðslu nálægt núlli
Vika 8–10	Setja upp fyrsta spurningalista í leiðasafnanum. Mælikvarði: framlengd ábyrgð við vöruskráningu	Virkjun leiðaöflunarvél; spurningalisti opnast sjálfkrafa eftir skönnun
Vika 10–12	Kynning á tilraunavörulínunni; uppsetning lykilárangursvísanna (KPI); upphaf mælinga, einkum á samanburði á skilum	Fyrstu raunverulegu gögn um skannanir og umbreytingar
12. vika	Meta, uppfæra viðskiptatilfellið með raunverulegum tölum, ákveða innleiðinguna	traustur grundvöllur fyrir ákvarðanatöku

7.1) Þrjú atriði sem ég vil deila með þér

- **Skrifð ávinninginn á merkimiðann.** Einstaka QR-kóða er sjaldan skannaður. "Stafrænn vörupassi: umönnunar ráð, samsvarandi stílar, framlengd ábyrgð og margt fleira" margfaldar skönnunartíðni. Þessi setning kostar ekkert en skiptir sköpum fyrir markaðshlið reikniritins.
- **Tímastilla yfirfærsluna til að hún fari fram samhliða næstu merkjabreytingu.** Ef þú innleiðir QR-kóðann í breytingu sem engu að síður átti sér stað, munt þú nánast ekki verða fyrir neinum yfirfærslukostnaði. Ef þú gerir hann að sérstakri kynningu, endar þú á því að borga tvisvar sinnum.
- **Mælið áhrifin á skil frá upphafi.** Að bera saman skilahlutfall þeirra sem skanna og þeirra sem gera það ekki er áhrifamesta tölugildið sem þið getið kynnt á öðru ári og sá þáttur sem býður upp á mestu möguleikana til umbóta. Það er ekki hægt að reikna það afturvirk.

Og ef þú gerir aðeins eitt eftir að hafa lesið þessa grein: biððu um nýjustu reikninginn frá merkjafyrirtækinu þínu og deildu upphæðinni með fjölda vara. Sú eina tala er upphafspunktur allra

alvarlegra umræðna um stafrænan vörupassa. Fyrir flest vörumerki sem ég hef rætt við er þessi tala hærri en stjórnendur hefðu búist við.

Viðauki: Yfirlit yfir allar forsendur

Allar tölur í þessari grein eru annaðhvort ein af eftirfarandi forsendum eða dregnar af þeim með útreikningi. Ég hef viljandi forðast að setja fram gildi sem ekki væri réttlætanlegt, og þar sem vafi leikur hef ég valið varfærnari kostinn.

Forsenda	Gildi	Gerð
Árleg sala	250.000 einingar	Skilgreining líkans
Vara-lita samsetningar (= fjöldi afbrigða)	1.200	Skilgreining líkans
Núverandi líkamleg merking	€0,500 á einingu	staðlaðar iðnaðarviðmiðunartölur
Líkamleg merking með vöruskírteini	€0,200 á einingu	áætlað reiknidæmi
Áætluð sparnaður (raunsætt sviðsform)	€0,300 á hlut	munur á tveimur tölum
Netpantanir	100.000 á ári	samsvarar 40 prósent D2C hlutdeild
Skilahlutfall netpantana	42 prósent	dæmigerð fyrir geirann
Heildarkostnaður vegna skila	€11,00	dæmigerður fyrir geirann
Áætluð fækkun skila	1,0 prósentustig	viljandi varfærin áætlun
Skönnunarhlutfall QR-kóða	12%	meðalverð með skýru verðmætatilboði
Svörunarhlutfall í spurningalista	25% af skönnunum	byggt á reynslu af hvatatilboði
Umbreytingarhlutfall krosssölu á skönnun	3%	varfærnislegt
Virði innkaupakörfu og hlutfall framlagsmörgs	65 € og 45%	forsendur líkans
Viðmiðunarkostnaður við nýja viðskiptavini (CPL)	6,00 €	Bilið í tískugeiranum: 4 til 12 €
Vettvangs- og kerfiskostnaður við innleiðingu (stórt gjald)	um 18.500 € á ári	Listað verð ágúst 2026
Heildarkostnaður við innleiðingu, Ár 1	25.000 til 40.000 evrur	Áætlun á bilinu
Rekstrarkostnaður frá og með Ári 2	18.000 til 25.000 evrur	Áætlun á bilinu

Allar tölur eru eingöngu til sýnis og eru ekki staðgengill fyrir fyrirtækissértæka útreikninga. Útreikningurinn er uppbyggður þannig að þú getur skipt út forsendunum fyrir þínar eigin rauntölur. Yfirlýsingar um leyfilegt umfang minnkunar á merkimiðum teljast ekki lögfræðiráðgjöf og þarf að meta í hverju tilviki fyrir sig.

Þú getur fundið Excel-reiknivélina fyrir þetta skjal – þar sem þú getur skipt út hverri forsendu fyrir þína eigin tölu – á [síðunni okkar um vöruskilríki fyrir textíl](#).

Um höfundinn

Günter Reichelt, stofnandi og síðastliðin 19 ár stefnumótari hjá Transpareo; formaður stjórnar; textíilverkfræðingur; og ástríðufullur röðarfyrirtökumaður í yfir 50 ár. Zug, Sviss.

Ef þú hefur einhverjar beiðnir um breytingar, viðbætur eða frekari athugasemdir varðandi einstaka liði í útreikningnum, myndi ég gjarnan heyra frá þér. Ég tel þessi mál afar mikilvæg og er meira en fús til að setja af tíma til að ræða þau.

Um Transpareo

Svissneska fyrirtækið Transpareo AG, staðsett í Zug Tech Cluster, býður upp á sjálfsafgreiðsluvef til að búa til, stjórna og birta stafræn vörupassa fyrir fyrirtæki af öllum geirum og stærðum á 40 tungumálum. Framhliðin, Transpareo Time Machine, er opinn hugbúnaður.

Vettvangurinn uppfyllir nú þegar að fullu kröfur ESB-reglugerðarinnar um visthönnun varðandi stafræn vörupassa, sem og samræmd staðla sem vísað er til í framkvæmdarákvörðun (ESB) 2026/1736 frá 15. júlí 2026. Gögnum er þegar hægt að slá inn og rafrænum vörupössum er þegar hægt að nota.

- **Upplýsingafulltrúi:** Günter Reichelt, formaður stjórnar, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Skráð skrifstofa:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Sviss
- **DPP-vefur:** transpareo.com

Transpareo® og Transpareo Time Machine® eru skráð vörumerki Transpareo AG. Höfundarréttur 2026 Transpareo AG.

Höfundarréttur 2026 Transpareo AG, Zug, Sviss – transpareo.com