

Samenvatting: Het digitale productpaspoort loont nu al de moeite

De belangrijkste punten uit het whitepaper over mode en textiel op vier pagina's.

De EU-verplichting treedt naar verwachting in 2029 in werking. De voordelen zijn nu al merkbaar. Een digitaal productpaspoort bestaat grotendeels uit gegevens die u al lang in uw bezit heeft – en die u nu tegen hoge kosten op satijnen lint laat drukken, in negen talen laat vertalen en vervolgens in restvoorraden laat vernietigen.

Kengetal	Waarde
Besparing per jaar	110.790 €
Per verkocht onderdeel	0,44 €
Maanden tot terugverdientijd	3,5

Rekenmodel voor een kledingmerk met een jaarlijkse afzet van 250.000 stuks, 1.200 combinaties van artikelen en kleuren en 40 procent directe onlineverkoop. Alle aannames zijn vermeld en kunnen worden vervangen door eigen cijfers.

Günter Reichelt, textielingenieur, gedreven ondernemer, voorzitter van de raad van bestuur van Transpareo. Augustus/september 2026.

De rekening in één zin

U kunt dit document in één zin samenvatten: de EU-verplichting treedt naar verwachting in 2029 in werking; het geld ligt vandaag al op tafel.

De Europese Commissie heeft in haar presentatie van DG GROW van 27 mei 2026 aangekondigd dat de gedelegeerde rechtshandeling voor textiel in het derde of vierde kwartaal van 2027 zal worden vastgesteld en dat de verplichte toepassing van het DPP in 2029 van kracht zal worden. De gebruikelijke reactie hierop is afwachten. Ik beschouw dit als een kostbare fout. Het nut van het digitale productpaspoort hangt helemaal niet af van de verplichting. Het hangt af van het feit dat u over productgegevens beschikt die u vandaag de dag tegen hoge kosten op satijnen lint laat drukken, in vele talen laat vertalen – die niemand leest omdat het lettertype te klein is – en waarvan u de restvoorraad daarna weggooit.

Deze kosten worden elke dag dat u wacht in rekening gebracht. Met nog twee tot drie jaar te gaan tot de verplichting loopt dit bedrag, volgens het modelvoorbeeld in dit document, op tot meer dan 300.000 €, dat simpelweg verloren gaat.

U beschikt al geruime tijd over de gegevens

Materiaalsamenstelling, garenfijnheden, weefselsoorten, oppervlaktegewichten, onderhoudsinstructies, productielocatie, maattabellen, maat, kleur, certificaten, combinatietips: dit alles staat al in uw PIM, in het ERP-systeem, in de techpacks en in de certificatenmappen. Ik denk dat ongeveer driekwart van een werkelijk bruikbaar Fashion-DPP kan worden gevuld met bestaande gegevens. U hoeft niets te verzinnen. U hoeft alleen maar de gegevens samen te voegen. Met Transpareo kan dat via vele kanalen, op een eenvoudige manier, en het gaat zeer snel.

Het marketingkanaal dat u tot nu toe nog niet had

Er is voor mij nog iets anders dat belangrijker is dan de besparing op etiketten. De QR-code op het kledingstuk is het enige kanaal dat werkelijk al uw klanten bereikt. Dat dient u op een marketinggerichte manier te benutten: voor klantenbinding, voor aanvullende verkoop en voor tal van andere maatregelen. In het voorbeeld gaat het om 150.000 stuks per jaar, 150.000 klantcontacten die tot nu toe spoorloos in de markt verdwenen.

Het bureaucratische monster wordt terloops verslagen. Begin niet met compliance. Begin met een op rendement gericht organisatiesysteem. Wanneer de verplichting van kracht wordt, is de registratie van uw paspoorten dan ook een formaliteit die Transpareo voor u afhandelt. Geen project, geen paniek over deadlines, geen adviesopdracht. Het monster waar de sector zo bang voor is, is op dit punt al verslagen, zonder dat u het ooit als project hebt hoeven aansturen.

Uw schat aan gegevens, de werkelijke winst

Producten vormen het hart van elk bedrijf. Uw gegevens zijn verspreid over het ERP-systeem, het PIM-systeem, deels in Excel-lijsten van individuele medewerkers en deels in PDF-bestanden van leveranciers. Het DPP is de eerste externe aanleiding voor een centrale digitalisering van de kern van uw bedrijf. Deze waardevolle schat aan gegevens is uw eigendom en kan te allen tijde geheel of gedeeltelijk worden teruggehaald: voor het trainen van eigen AI-toepassingen en agentgebaseerde toepassingen, voor inkoop- en productieplanning, voor onderzoek en ontwikkeling. Zonder dat er ook maar één pas hoeft te worden gepubliceerd. De pas is de toepassing. De gegevens zijn het bedrijfsmiddel.

Wat ik u concreet aanbeveel

- **Begin klein, maar begin wel.** Twintig tot dertig modellen, uitsluitend met gegevens die u intern al in huis hebt, zonder dat u deze hoeft op te vragen. Het instaptarief bedraagt 139 tot 199 CHF per maand, is maandelijks opzegbaar en de gegevens kunnen te allen tijde volledig worden geëxporteerd. Er is geen financieel risico en geen binding; er is simpelweg geen reden om hier deze week niet mee te beginnen.
- **Publiceer onmiddellijk.** Wacht niet tot alles volledig is. Voor uw klant is een pasje met onderhoudsinstructies, maattabel, materiaal informatie en combinatietips nu al waardevol. Zij verwacht geen Tier-3-toeleveringsketengegevens, ook niet in 2029.
- **Koppel de QR-code aan de volgende etikettenvervanging.** Dan kost de invoering praktisch niets. Wie er een speciale actie van maakt, betaalt twee keer.
- **Vermeld het voordeel op het etiket.** „Digitaal productpaspoort: onderhoudstips, bijpassende stijlen en uw verlengde garantie” in plaats van alleen een code. Deze ene zin kost niets en vereenvoudigt het aantal scans. Hij is bepalend voor het gehele marketinggedeelte van de rekening.
- **Breid de database uit van collectie tot collectie.** Tegen de tijd dat het verplicht wordt, heeft u dan twee tot drie jaar lang gewerkt aan gegevenskwaliteit, leveranciersintegratie en procesroutine opgebouwd, en heeft de omschakeling zich in die periode al meerdere malen terugbetaald. Daar komen nog de onschatbare klantenbinding en de extra verkopen bij.

Als u na het lezen van deze samenvatting slechts één ding doet: vraag dan om de laatste factuur van uw leverancier van etiketten en deel het bedrag door het aantal stuks. Dit ene getal vormt het uitgangspunt voor elke serieuze discussie over het digitale productpaspoort. Bij de meeste merken waarmee ik spreek, is dit bedrag hoger dan het management had verwacht.

Vier effecten die verder reiken dan kosten, marketing en verplichtingen

Het label blijft aan het product zitten, ook al is de verkoop al lang afgerond.

Merk- en namaakbescherming. Namaak leidt voor de luxe-industrie tot miljardenverliezen. Een unieke identificatiecode die verwijst naar een door u bijgehouden, ondertekend gegevensrecord, vormt een bewijs van herkomst. Een vervalser kan de QR-code kopiëren, maar hij kan geen geldige vermelding in uw database genereren. Voor premium- en luxemerken is dit waarschijnlijk het belangrijkste individuele voordeel, en het is direct beschikbaar in het DPP, zonder ingewikkelde aanvullende technologie. Wie vandaag de dag per product een uniek identificatienummer opzet, is tegelijkertijd voorbereid op eigendomsbewijzen op basis van NFC, RFID en NFT.

Producten personaliseren. Bij Transpareo kunt u, na goedkeuring door de leiding van de winkel, in de Applicatiebeheerder de naam van de koper of de koper en, indien gewenst, aanvullende gegevens

over de aankoop invoeren en deze zo in het DPP vastleggen.

Waarde behoud op de secundaire markt. De tweedehandsmarkt groeit sneller dan de primaire markt. Een exemplaar met een volledige materiaal- en herkomstgeschiedenis brengt daar hogere prijzen op, en dat heeft invloed op de bereidheid om te betalen bij de verkoop van nieuwe producten. De tweede eigenaar zoekt online en komt bij u terecht: een aankoop van tweedehandsartikelen, waar u niets aan verdient, wordt een lead.

Leesbaarheid. Negen talen in een lettergrootte van 4 punten op vier lagen satijnen lint zijn voor elke klant boven de zestig feitelijk onleesbaar. Een pasje kan worden vergroot, kan worden voorgelezen en heeft een sterk contrast, en voldoet daarmee aan de Europese toegankelijkheidswet. Dankzij de automatische ondersteuning van 40 talen kosten extra markten geen millimeter extra etiketbreedte meer, en kunnen uw leveranciers in Bangladesh, Vietnam en China dezelfde informatie in hun eigen taal lezen.

Over Transpareo

Het Zwitserse Transpareo AG, gevestigd in het Tech Cluster Zug, biedt een selfserviceportaal voor het opstellen, beheren en publiceren van digitale productpaspoorten voor bedrijven uit alle sectoren en van elke omvang, in 40 talen. De front-end Transpareo Time Machine is open source.

Het portaal voldoet nu al volledig aan de eisen van de EU-verordening inzake ecologisch ontwerp met betrekking tot digitale productpaspoorten, evenals aan de geharmoniseerde normen die worden genoemd in Uitvoeringsbesluit (EU) 2026/1736 van 15 juli 2026. Gegevens kunnen nu al worden vastgelegd en digitale productpaspoorten kunnen nu al worden gebruikt.

Uitgebreide vakkennis vindt u in 40 talen onder '[Inzichten & perspectieven](#)'.

- **Contactpersoon voor de media:** Günter Reichelt, voorzitter van de raad van bestuur, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Vestigingsplaats:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Zwitserland
- **DPP-portaal:** transpareo.com

Het volledige whitepaper en de Excel-calculator, waarin u de aannames van deze berekening kunt vervangen door uw eigen cijfers, kunt u downloaden op [onze pagina over het productpaspoort voor textiel](#).

Rekenvoorbeeld ter oriëntatie. Dit vormt geen juridisch, fiscaal of beleggingsadvies.

Copyright 2026 Transpareo AG, Zug, Zwitserland – transpareo.com