

Digitalni potrdilo o izdelku se že danes izplača

Zakaj modne znamke ne bi smele čakati do leta 2029 z zbiranjem in objavo podatkov o izdelkih ter kaj to pomeni v evrih.

- **Tema:** Ekonomska upravičenost in marketinške prednosti digitalnih potrdil o izdelkih pred uvedbo obveznosti na ravni EU
- **Za koga:** vodstvo, marketing, upravljanje izdelkov, nabava, trajnostni razvoj in IT v podjetjih za oblačila in tekstil
- **Vsebuje:** vzorčni izračun z razkritimi predpostavkami, zemljevid podatkov, fazni model, 90–dnevni načrt
- **Stanje:** september 2026
- **Excelov kalkulator:** na voljo za vnos lastnih podatkov in pripravo individualnih izračunov
- **Opomba:** Primer izračuna za orientacijo. Ne gre za pravno, davčno ali naložbeno svetovanje.

Kazalnik	Vrednost
Označevanje na kos danes	0,50 €
Označevanje na kos z digitalnim potrdilom o izdelku	0,20 €
Letni prihranek	110.790 €

Modelni izračun za blagovno znamko z letno prodajo 250.000 kosov. Vse predpostavke so navedene v poglavju 3 in v prilogi, kjer jih lahko nadomestite s svojimi lastnimi podatki.

Günter Reichelt, tekstilni inženir, strasten podjetnik, predsednik upravnega odbora podjetja Transpareo. Avgust/september 2026.

Contents

Zakaj ne bi smeli čakati	4
Kaj bi vam rad pokazal v tem dokumentu	4
Račun na eni strani	5
Kar me je najbolj prepričalo	6
1) Izhodišče: Obveznost bo predvidoma začela veljati leta 2029, koristi pa bodo vidne takoj	6
1.1) Časovni načrt, kot ga imenuje sama Komisija	6
1.2) Priložnost za pridobivanje podatkov, ki se skriva za obveznostjo	7
1.3) Koliko stane čakanje	7
2) Katere podatke že imate danes	8
2.1) Identifikacija izdelka in osnovne značilnosti	8
2.2) Material, preja in kakovosti	9
2.3) Negovanje, nošenje, popravljanje	10
2.4) Poreklo, proizvodnja in dobavna veriga	10
2.5) Certifikati, skladnost, trajnost	11
2.6) Poslovne informacije – podcenjen vidik	11
3) Kakšne so gospodarske koristi prehoda	12
3.1) Modelno podjetje	12
3.2) Fizično označevanje danes	13
3.3) Fizično označevanje s potrdilom o izdelku	13
3.4) Trije scenariji	14
3.5) Kaj se bo zgodilo z označevanjem tekstila	14
3.6) Posredni stroški procesa in posledični stroški	15
3.7) Vračila, največji posamezni vzvod	15
3.8) Skupni račun, vključno s stroški platforme	16
3.9) Če v letu opravite več kot dve seriji dirk	17
4) Kakšno vlogo ima produktni potni list v marketingu	18
4.1) Edina kontaktna točka s polnim dosegom	18
4.2) Kombinacije in navzkrižna prodaja	19
4.3) Dogodki, skupnost, doživetje blagovne znamke	19
4.4) Orodje za pridobivanje potencialnih strank	20
4.5) Zaščita blagovnih znamk in zaščita pred ponarejanjem	21
4.6) Sekundarni trg in ohranjanje vrednosti	22
4.7) Večjezičnost in dostopnost	22
5) Kaj s tem pridobi vaša organizacija	22
5.1) Preprosto začni s tem, kar je na dosegu roke	23
5.2) Uvoz podatkov in povezovanje ter zakaj je pomembna smer	23
5.3) Zbirka podatkov kot samostojna vrednost	24
5.4) Ključni kazalniki, ki jih morate meriti že od prvega dne	25
6) Od potrdila o izdelku do registra EU: zgolj formalnost	25
6.1) Kaj dejansko počne register	25

6.2) Štiri ugovori, ki jih najpogosteje slišim	26
6.3) Tveganja, jasno navedena	26
6.4) Odločitev o ponudniku	27
7) Prvih 90 dni	27
7.1) Tri stvari, ki bi vam jih rad posredoval	28
Priloga: Pregled vseh predpostavk	29
O avtorju	30
O podjetju Transpareo	30

Zakaj ne bi smeli čakati

Že več kot petinpetdeset let ustanavljam podjetja, od tega del v tekstilni in modni industriji. Kot tekstilni inženir – čeprav je od tega že dolgo – in z raznovrstnimi dodatnimi podjetniškimi izkušnjami vem, koliko denarja je potrebno vložiti v določanje specifikacij materialov in usklajevanje oznak za nego. Zato pišem ta dokument kot strasten podjetnik in kot nekdo, ki ve, kakšen vpliv ima na stroškovno kalkulacijo satenski trak s štirivrstno etiketo za nego.

Izhodišče je znano. Evropska komisija je v svoji predstavitvi GD GROW z dne 27. maja 2026 napovedala sprejetje delegiranega pravnega akta o tekstilu v tretjem ali četrtem četrtletju leta 2027 ter obvezno uporabo potrdila o izdelku za leto 2029. Običajne reakcije na to poznam iz številnih pogovorov: počakajmo, opazujmo, čez dve leti pa to ponovno uvrstimo na dnevni red.

Menim, da je to napaka, in to precejšnja.

Koristi in stroškovna učinkovitost produktnega potnega lista nista odvisni od obveznosti. Odvisni sta od tega, da imate podatke o izdelkih, ki jih danes drago tiskate na tekstil, jih zahtevno prevajate, v preostalih zalogah zavrzete in ki jih nihče ne bere, ker je pisava premajhna. Ti stroški nastajajo vsak dan, ko čakate. Da ne govorimo o prednostih, pomembnih za trženje.

Kaj bi vam rad pokazal v tem dokumentu

Prvič: Podatki so že dolgo na voljo. Sestava materialov, debelina preje, vrste tkanin, navodila za nego, kraj proizvodnje, velikost, barva in priporočila za kombiniranje so shranjeni v vašem PIM-u, ERP-ju, tehničnih paketih in mapah s certifikati. Po mojih izkušnjah je mogoče že zdaj približno tri četrtine resnično uporabnega modnega produktnega profila napolniti z obstoječimi podatki. Ničesar vam ni treba izmišljati. Morate jih le zbrati na enem centralnem mestu.

Drugič: To vas danes stane pravi denar. V vzorčnem izračunu v poglavju 3 sem prišel do 0,50 € na kos oblačila samo za etikete, obeske, priložke in njihovo nameščanje. Realno je mogoče prihraniti 0,30 €, kar pri 250'000 kosov na leto pomeni 75'000 € vsako leto. Če prištejemo stroške prevajanja, uničenje ostankov zalog etiket, ponovno označevanje in zelo previdno ocenjeno zmanjšanje vračil, na papirju izide 110.790 € na leto. To ustreza 0,44 € na prodan kos. To je modelni izračun. Prave številke imate vi, in bodo bolj ali manj podobne.

Tretjič, in to je zame najpomembnejše: QR-koda na oblačilu je edini kanal, ki resnično doseže vsako od vaših strank. Ne le naročniki na e-novice, ne le spletni kupci, temveč tudi ženska, ki je vašo obleko kupila v trgovini z več blagovnimi znamkami v Antwerpnu in o kateri do danes še nič ne veste. V mojem primeru gre za 150'000 kosov na leto, ki so doslej brez sledu izginili s trga. Pri večjih blagovnih znamkah gre za milijone.

Četrtič: Naložitev podatkov v register EU bo ob danem času zgolj formalnost. Register deluje od 20. julija 2026 in shranjuje identifikacijske številke ter metapodatke; samih potrdil o skladnosti izdelkov ne shranjuje, kar se pogosto napačno razume. Dejanski podatki ostanejo pri gospodarskem subjektu oziroma njegovem ponudniku storitev. Transpareo v celoti izpolnjuje usklajene standarde, navedene v Izvedbenem sklepu (EU) 2026/1736, objavljenem 15. julija 2026 v Uradnem listu. Ko bo obveznost začela veljati, boste to opravili v nekaj minutah. Transpareo bo to v vašem imenu opravil samodejno.

Račun na eni strani

Vzorčno podjetje: blagovna znamka oblačil, letna prodaja 250.000 kosov, približno 1.200 kombinacij izdelkov in barv, prodaja v devetih jezikovnih območjih EU, 40 odstotkov neposredne spletne prodaje. Vse predpostavke so navedene in jih lahko nadomestite s svojimi lastnimi podatki.

Blok koristi	Letni učinek	Vrsta
Etikete, obeski, priloženi listki, pakiranje	75'000 €	Prihranek pri stroških
Prevod, preoznačevanje, uničenje, storitve	24'790 €	Prihranek pri stroških
Vračila, izračunano le na en odstotni točki	11.000 €	Prihranek stroškov
Vmesni seštevek prihranka stroškov	110.790 €	0,44 € na kos
Stroški v 1. letu (platforma, zbiranje podatkov, integracija QR-kod)	od -25.000 do -40.000 €	Naložba
Neto učinek že v prvem letu	** od +71.000 do +86.000 €**	
Prispevek k dobičku iz navzkrižne prodaje prek potrdila o izdelku	26.325 €	Dodatni prihodek
7.500 potencialnih strank, od tega 4.500 doslej anonimnih strank v fizičnih trgovinah	45.000 €	Medijski ekvivalent

Izpeljava je navedena v poglavjih 3 in 4. Medijski ekvivalent pomeni: strošek, ki bi ga morali porabiti za enako število kvalificiranih potencialnih strank prek plačljivih kanalov. Ne gre za priliv denarnih sredstev, zato je prikazan ločeno.

Kar me je najbolj prepričalo

Iskreno povedano, ne gre za prihranek pri etiketah. To je sicer lepo, a s tem se financira le sam projekt. Prepričalo me je nekaj drugega.

Izdelki so srce vsakega podjetja. Kljub temu so podatki o prav teh izdelkih v skoraj vsakem podjetju, ki ga poznam, razpršeni: del v sistemu ERP, del v Excelovih seznamih posameznih zaposlenih, del v PDF-datotekah dobaviteljev, del pa v glavah dveh ljudi, ki bosta nekega dne odšla v pokoj. Obveznost uvedbe »potrdila o izdelku« vas sili, da vse to združite. To je priložnost, na katero so mnoga podjetja čakala že leta, a je nikoli niso dobila.

In ko so ti podatki enkrat strukturirano zbrani na enem mestu, se odprejo možnosti, ki prej preprosto niso bile mogoče: lahko jih kadarkoli v celoti ali delno ponovno uporabite za usposabljanje lastnih modelov umetne inteligence, za agentske aplikacije, za načrtovanje nabave in proizvodnje ter za raziskave in razvoj. In to brez objave niti enega samega »passa«. Več o tem v poglavju 5.3.

Moj nasvet v enem stavku: začnite s podatki, ki jih že imate in so dostopni brez dodatnega poizvedovanja. Z njimi objavite prve kataloge. Zbirko podatkov širite od zbirke do zbirke. Do uvedbe obveznosti boste imeli tako dva do tri leta prednosti, prehod pa se bo v tem času večkrat izplačal.

1) Izhodišče: Obveznost bo predvidoma začela veljati leta 2029, koristi pa bodo vidne takoj

Uredba o okoljskem oblikovanju (EU) 2024/1781 velja od julija 2024. Leto 2026 je bilo leto, v katerem je bila infrastruktura uradno vzpostavljena: v maju je bilo objavljenih osem standardov CEN/CENELEC, 15. julija pa je bilo šest od njih v Uradnem listu z izvedbenim sklepom (EU) 2026/1736 navedenih kot usklajenih, vsebina preostalih dveh pa je znana. 20. julija je začel delovati register EU za potrdila o skladnosti izdelkov. Še vedno manjkajo delegirani pravni akti, specifični za posamezne skupine izdelkov.

1.1) Časovni načrt, kot ga imenuje sama Komisija

Datum	Dogodek	Kaj to pomeni za vas
od julija 2026	Navedene so usklajene standarde, register EU je v delovanju	Tehnična arhitektura je vzpostavljena. Kdor se zdaj loti projekta, gradi na trdnih temeljih.
februar 2027	Prva obveznost za določene skupine baterij v skladu z Uredbo (EU) 2023/1542	Precedens. Od tega trenutka naprej je potrdilo o izdelku na trgu realnost.
3./4. četrtletje 2027	Pričakuje se delegirani pravni akt za tekstil (DG GROW, 27. 5. 2026)	Šele takrat boste poznali končni seznam obveznih polj. Vsebina je v osnovi že določena.
predvidoma 2029	Obvezna uporaba za tekstil in oblačila	Od tu naprej je potrdilo o izdelku pogoj za vstop na trg. Brez potrdila ni prodaje v EU.

Datum	Dogodek	Kaj to pomeni za vas
danes do takrat	Dve do tri leta časa	To je vaše okno priložnosti. Zapre se, in sicer za vse hkrati.

1.2) Priložnost za pridobivanje podatkov, ki se skriva za obveznostjo

Na tem mestu bi rad izpostavil misel, ki v razpravi skoraj popolnoma izginja.

Obveznost izdaje potrdila o izdelku se obravnava kot regulativno breme. Pogledajte to z druge strani. Nobeno podjetje, ki sem ga v petih desetletjih videl, ni prostovoljno sprožilo projekta z naslovom »Vse podatke o naših izdelkih zbiramo na enem mestu«. Poleg tega so se zahteve sčasoma razvijale. Vedno je bilo kaj nujnejšega. Podatki so ostali razpršeni: podatki o materialih v oddelku za nabavo, navodila za vzdrževanje v oddelku za upravljanje kakovosti, certifikati v mapi za skladnost, tabele mer v tehnični dokumentaciji, priporočila za kombinacije v oddelku za trženje, naslovi dobaviteljev v računovodstvu.

Izdelki so srce vsakega podjetja. Kljub temu so podatki o njih najslabše organizirana zbirka, ki jo ima večina podjetij, saj so razpršeni. Produkti potni list je prva zunanja pobuda po dolgem času, ki je dovolj močna, da to spremeni, in hkrati nagraduje delo, saj je iz rezultata mogoče neposredno izkoristiti gospodarske in tržne prednosti.

Iz centralno shranjenih, strukturiranih podatkov o izdelkih je mogoče izpeljati analize in ukrepe, ki so bili prej preprosto nepredstavljeni, saj nihče ni mogel pregledati vseh podatkov naenkrat. Katera kakovost preje v treh sezonah povzroča najmanj pritožb? Katera barvarnica zagotavlja najbolj stabilne barvne vrednosti? Katera kombinacija materialov je povezana s katerim deležem vrnjenega blaga? Na tovrstna vprašanja ni mogoče odgovoriti s petimi Excelovimi datotekami iz štirih oddelkov.

1.3) Koliko stane čakanje

Vidik	Začetek danes	Začetek šele leta 2028/2029
Zbiranje podatkov	postopoma v skladu z ritmom zbiranja, v okviru tekočega poslovanja	Projekt pod časovnim pritiskom; zunanja podpora bo leta 2028 omejena in draga, ker bodo vsi začeli hkrati
Dobavitelji	Dostava podatkov bo vključena v okvirne pogodbe za več naročniških sezon	Ponovna pogajanja z vsemi dobavitelji hkrati, brez časa in brez vzvodov
Stroški etikete	se bodo znižali od naslednje kolekcije naprej	ostajajo nespremenjeni, v modelnem primeru okoli 225.000 € v treh letih
Marketing	začne delovati od prve objavljene kolekcije	se v celoti opusti do uvedbe obveznosti

Vidik	Začetek danes	Začetek šele leta 2028/2029
Vključitev QR-kod	se izvede ob že tako ali tako potrebni zamenjavi etiket, mejni stroški so blizu nič	ločena preusmeritev, po potrebi ponovno označevanje blaga na zalogi
Konkurenca	prednost pri vsebini, podatkih o strankah in kakovosti podatkov	izenačenje. Obveznost, ki jo vsi izpolnjujejo, ni več argument

Ta zadnja točka mi je pomembna. Od trenutka, ko bo potrdilo o izdelku obvezno, ga bo imel vsakdo. Takrat bo to higienski dejavnik, ki ga bo imel vsakdo. Prednost obstaja izključno v trenutnem časovnem oknu, ki je ravno odprto.

2) Katere podatke že imate danes

Preden začnete razmišljati o sistemih, morate narediti pregled trenutnega stanja. Naslednji pregledi prikazujejo, kaj je v podjetjih za oblačila običajno že na voljo, večinoma razpršeno po sistemih PIM, ERP, Techpack, laboratorijskih poročilih, mapah s certifikati, specifikacijah dobaviteljev in spletni trgovini. Veliko od tega je danes že v tiskani obliki povezanega z izdelkom.

Priporočam, da te tabele uporabite kot delovno predlogo in v tretjem stolpcu zabeležite, kdo skrbi za posamezno polje. Na to vprašanje je na koncu težje odgovoriti kot na vprašanje, kje se polje nahaja.

2.1) Identifikacija izdelka in osnovne značilnosti

Polje podatkov	Tipični vir	Danes na izdelku?
Številka artikla in modela, barvna koda, SKU	ERP / PIM	Ovisna etiketa, etiketa
GTIN / EAN, serijska številka ali številka serije	ERP / Osnovni podatki	Šifra na obesku
Kolekcija, sezona, rok dobave	Načrtovanje kolekcije	ne
Ime izdelka, kratek opis	PIM / Spletna trgovina	delno
Velikost in sistem velikosti (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / Velikostna tabela	Etiketa z velikostjo
Barva, ime barve, številka barve, serija barvanja	ERP / Specifikacija dobavitelja	Etiketa
Krojenje in kroj (Regular, Slim, Oversized)	Techpack / spletna trgovina	ne

Polje podatkov	Tipični vir	Danes na izdelku?
Tabela mer po velikosti (prsni obseg, obseg pasu, dolžina, dolžina rokava)	Techpack / protokol vzorca	ne
Mere modela („Model je visok 1,78 m in nosi velikost M“)	Protokol fotografranja	ne
Teža izdelka	Osnovni podatki za pošiljanje	ne

2.2) Material, preja in kakovosti

Polje podatkov	Tipični vir	Danes na izdelku?
Sestava vlaken v odstotkih po sestavini	Specifikacija dobavitelja / laboratorij	Obvezna etiketa
Debelina preje (Nm, Ne, dtex), prepletenost, vrsta preje	Tehnični paket / tkalska delavnica	ne
Vrsta tkanine ali pletenine (jersey, kepir, interlock, popelin)	Tehnični paket	ne
Gramatura v g/m ² , gostota niti	Listina s podatki o materialu	ne
Obdelava (mercerizirano, sanforizirano, vodoodbojno)	Specifikacija dobavitelja	delno na etiketi na oblačilu
Podloga, vložki, vata, polnilni material	Seznam sestavnih delov	Etiketa
Dodatki: gumbi, zadrge, vrvic, aplikacije	Seznam sestavnih delov	ne
Delež recikliranih materialov, delež biološko pridobljenih vlaken	Izjava dobavitelja	deloma etiketa na oblačilu
Poreklo vlaken (npr. poreklo bombaža)	Dokumentacija o dobavni verigi	redko
Razredi barvil in kemikalij, skladnost z RSL	Poročilo o preskusu / laboratorij	ne
Vrednosti krčenja, odpornost proti drgnjenju, ocena pilinga, odpornost proti svetlobi	Poročilo o preskusu	ne

2.3) Negovanje, nošenje, popravljanje

Polje podatkov	Tipični vir	Danes na izdelku?
Simboli za nego po GINETEX / ISO 3758	Oznake za nego	Obvezna etiketa
Navodila za nego v jasnem besedilu, večjezična	Upravljanje kakovosti	Etiketa / priloženi list
Podrobna priporočila za pranje (pralno sredstvo, količina perila, mreža)	Upravljanje kakovosti	redko
Navodila za sušenje, likanje in čiščenje	Oznaka za nego	Etiketa
Navodila glede barvanja, nastajanja kepic in skrčenja	Poročilo o preskusu	delno
Priporočila za nošenje, priložnost, sezonska primernost	Marketing / spletna trgovina	ne
Navodila za oblačenje in vezanje (obleka z zavihkom, kravata, šal)	Marketing / video	ne
Navodila za popravila, navodila za krpanje in šivanje	Upravljanje kakovosti	ne
Nadomestni deli: nadomestni gumb, nadomestna preja, potegalo za zadrgo	Seznam delov / Servis	priloženo
Pogoji garancije in reklamacij	Pravna služba / Splošni pogoji poslovanja	redko

2.4) Poreklo, proizvodnja in dobavna veriga

Polje podatkov	Tipični vir	Danes na izdelku?
Država proizvodnje („Made in ...“)	Dokazilo o poreklu / carina	Obvezno navajanje
Konfekcijski obrat, naslov tovarne (Tier 1)	Nabava / revizijska poročila	ne
Tkalnica, pletilnica, barvarnica, obdelovalec (stopnja 2/3)	Kartiranje dobaviteljev	ne
Socialni in okoljski pregledi proizvodnega obrata	Skladnost / amfori BSCI, SA8000	ne
Identiteta proizvajalca in kontaktni naslov v EU (GPSR)	Pravna služba	Obvezna navedba
Uvoznik in distributer	Carina / Osnovni podatki	delno

Polje podatkov	Tipični vir	Danes na izdelku?
Datum proizvodnje in proizvodna serija	ERP / Podatki o naročilu	redko

2.5) Certifikati, skladnost, trajnost

Polje podatkov	Tipični vir	Danes na izdelku?
OEKO-TEX STANDARD 100, številka certifikata in veljavnost	Mapa s certifikati	Oznaka na izdelku
GOTS, OCS, GRS, RCS skupaj s certifikati o transakcijah	Mapa s certifikati	Oznaka na izdelku
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Mapa s certifikati	Oznaka na izdelku
Izjave o skladnosti z uredbama REACH in POP	Skladnost	ne
Varnostni standardi (npr. EN 14682 - vrvice na otroških oblačilih)	Upravljanje kakovosti	ne
Opozorila (vnetljivost, majhni deli, alergeni)	Upravljanje kakovosti	Etiketa
Kazalniki CO ₂ e, porabe vode ali energije, če so zbrani	Poročilo o trajnosti / LCA	ne
Navodila za prevzem, recikliranje in odstranjevanje	Trajnost / prevzem	redko
Program blagovne znamke za rabljena oblačila in nadaljnjo prodajo	Marketing	ne

2.6) Poslovne informacije – podcenjen vidik

Ta kategorija je z regulativnega vidika popolnoma nepomembna. Z gospodarskega vidika pa je najbolj dragocena. V vašem podjetju že v celoti obstaja – v spletni trgovini, v katalogu in v marketinškem kolektoru –, vendar se doslej sploh ni izkoristila na fizičnem izdelku, ker na etiketi ni dovolj prostora zanjo.

Informacije	Na voljo kot
Priporočila za kombinacije: ustrezna oblačila, hlače, čevlji, modni dodatki	Lookbook, vodnik za stiliranje, logika priporočil v trgovini
Celotna obleka iz kampanje	Zapis snemanja, gradivo kampanje
Videoposnetki izdelkov, 360-stopinjske poglede, podrobni posnetki	Medijska baza podatkov
Zgodovina blagovne znamke, izjava oblikovalca, tema kolekcije	Briefing o kolekciji, PR-gradivo

Informacije	Na voljo kot
Druge razpoložljive barve in velikosti istega modela	PIM / trgovina
Povezava za ponovno naročilo in nakup, seznam želja	Trgovinski sistem
Iskalnik trgovin, odpiralni časi, termin za stilistično svetovanje	Osnovni podatki o maloprodaji
Dogodki: dogodki v trgovinah, prodaja vzorcev, Repair Cafés, modne revije	Tržni koledar
Program zvestobe, e-novice, dostop do skupnosti	CRM
Ocene strank in vsebine, ki jih ustvarjajo uporabniki	Trgovina / družbena omrežja

Če se sprašujete, s čim naj začnete: s to tabelo. To je edina, za katero vam ni treba kontaktirati niti enega dobavitelja.

3) Kakšne so gospodarske koristi prehoda

Sedaj pa k bistvenemu vprašanju: kaj je mogoče prihraniti, če se odpravijo klasični nosilci informacij in na oblačilu v bistvu ostane le še QR-koda? Izračun sem namerno sestavil konzervativno in popolnoma pregledno, da boste lahko uporabili svoje lastne nakupne pogoje. Vsaka številka v naslednjih tabelah je bodisi javno navedena predpostavka bodisi izhaja iz prejšnjih vrstic.

3.1) Modelno podjetje

Parameter	Predpostavka
Letna prodaja	250.000 kosov oblačil
Asortiment	okoli 350 modelov, okoli 1'200 kombinacij izdelkov in barv
Kolekcije	2 glavni kolekciji ter 2 dopolnitvi na leto
Trgi	DACH ter šest drugih držav EU, devet jezikov na etiketi za nego
Distribucija	60 % v fizičnih trgovinah (lastna maloprodaja in veleprodaja), 40 % neposredno potrošnikom (D2C) prek spleta
Spletna naročila	okoli 100.000 naročilnih postavk na leto
Košarica	65 € neto, stopnja pokritosti stroškov 45 %

Če vaša hiša deluje s šestimi, osmimi ali dvanajstimi izdajami na leto – kar danes počnejo številne blagovne znamke –, se vsi naslednji podatki znatno izboljšajo, saj so naklade etiketa manjše, delež zavrženih izvodov višji, prevajalski cikli pa pogostejši. Modelni izračun v tem smislu predstavlja najslabši možni primer. Glejte poglavje 3.9.

3.2) Fizično označevanje danes

Vključeni so material, tisk, dodelava in sorazmerni delovni čas za namestitev. Vrednosti ustrezajo običajnim pogojem v srednjem cenovnem segmentu pri srednjih nakladah.

Postavka	na kos	pri 250.000 kosih
Tkan etiketa z blagovno znamko in etiketa na vratu	0,045 €	11.250 €
Etiketa z velikostjo	0,010 €	2.500 €
Etiketa z navodili za nego in sestavo, v devetih jezikih, večplastna	0,065 €	16.250 €
Dodatna etiketa o poreklu, certifikatih, opozorilih	0,020 €	5.000 €
Glavna viseča etiketa, dvostranska, obdelana	0,110 €	27.500 €
Druga viseča etiketa: zgodba o trajnosti in blagovni znamki	0,060 €	15.000 €
Vrvica, plomba, zaščitna nit	0,030 €	7.500 €
Priloga in brošura o negi in popravilih	0,070 €	17.500 €
Pakiranje in pritrditev (sorazmerni delovni čas)	0,090 €	22.500 €
Danes skupaj	0,500 €	125.000 €

3.3) Fizično označevanje s potrdilom o izdelku

Ni vse odpravljeno, in tega tudi ne trdim. Tkana blagovna etiketa ostaja, saj gre za element blagovne znamke in ne za nosilec informacij. Etiketa z velikostjo ostaja, saj sicer v trgovini nihče ne bi mogel več razvrščati izdelkov. Ostaneta tudi etiketa z navodili za nego in sestavo, vendar bo znatno poenostavljena: simboli, kratki opisi in QR-koda na enem listu namesto devetih jezikovnih različic v pisavi velikosti 4 točk na štirih listih.

Postavka	na kos	pri 250.000 kosih
Blagovna znamka in etiketa na vratu, tkana (nespremenjena)	0,045 €	11.250 €
Etiketa z velikostjo (nespremenjena)	0,010 €	2.500 €
Etiketa z navodili za nego, poenostavljena: simboli, kratki opisi, enoslojna	0,035 €	8.750 €

Postavka	na kos	pri 250.000 kosih
QR-koda, vključena v obstoječi tisk etikete	0,005 €	1.250 €
Preprosta prodajna etiketa s ceno in QR-kodo	0,055 €	13.750 €
Pakiranje, znižano	0,050 €	12.500 €
Skupaj s potrdilom o izdelku	0,200 €	50.000 €

3.4) Trije scenariji

Scenarij	Kaj se opusti	na kos	letno
Konzervativni	Druga etiketa na obešalniku, knjižica in dodatna etiketa se izpu- stijo; pakiranje se nekoliko zmanjša; dodaja se natisnjen QR-kod	0,160 €	40.000 €
Realistično (tab. 3.2 v primerjavi s 3.3)	dodatna konsolidacija na eno vitko etiketo na obešalniku in eno- slojno etiketo z navodili za nego	0,300 €	75.000 €
Ambiciozno	dodatno je dovoljeno digitalno označevanje tekstila: etiketa z navodili za nego odpade, obesek postane zgolj cenovka	0,360 €	90.000 €

Konservativni izračun: $0,060 + 0,070 + 0,020 + 0,015$ (pakiranje) $- 0,005$ (QR) = 0,160 €. Realistično: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Ambiciozno: $0,300 + 0,035$ (etiketa z navodili za nego) $+ 0,025$ (visoka eti-
keta) = 0,360 €.

Za vse nadaljnje izračune bom ves čas upošteval realistični scenarij: 0,30 € na kos, 75.000 € na leto.

3.5) Kaj se bo zgodilo z označevanjem tekstila

Tu je potrebna previdnost, zato bom to jasno povedal. Po trenutnem stanju Uredba (EU) št. 1007/2011 o označevanju tekstila še vedno zahteva, da se sestava vlaken navede fizično na izdelku ali v njem. Tudi podatki proizvajalca v skladu z Uredbo o varnosti proizvodov (GPSR) ter varnostna opozorila trenutno niso mogoče nadomestiti izključno v digitalni obliki.

Prav zato je realistični scenarij izračunan tako, kot je: nadomešča izključno prostovoljne nosilce informa-
cij, torej obeske, priloge, dodatne etikete in večjezičnost, ki presega obvezne zahteve. Deluje v okviru
sedanjega pravnega okvira, ne da bi bilo treba spremeniti eno samo določbo.

Moja ocena glede smeri razvoja je sicer jasna: podatke v skladu z uredbo o označevanju tekstila bo ver-
jetno treba v vsakem primeru vključiti v potrdilo o izdelku za modo in tekstil ter jih tam vidno prikazati. Če
so iste informacije obvezno na voljo v digitalni obliki, je dodatno fizično označevanje težko utemeljiti, saj
zahteva nalepke, material, delovni čas in vire, ne da bi prineslo dodatne informacije. V zvezi s potrdilom

o izdelku poteka razprava o reviziji uredbe o označevanju tekstila. Ta še ni bila sprejeta, zato je ambiciozni scenarij v točki 3.4 izrecno označen kot prihodnja možnost in nikjer ni vključen v skupni izračun.

Kdor danes že vodi popolne podatke v potrdilu o izdelku, ob takšni spremembi ne bo moral storiti ničesar drugega, kot da naroči manjšo etiketo. Kdor pa jih ne vodi, se bo moral spet začeti od začetka.

3.6) Posredni stroški procesa in posledični stroški

Cena etikete na kos je le vidni del. S tem povezani stroški procesa so v mnogih podjetjih višji od samega materiala in se ne prikazujejo zbrani v nobenem stroškovnem mestu. To je, mimogrede, razlog, zakaj se ta prihranek v nadzoru stroškov redno podcenjuje.

Stroškovni sklop	danes na leto	Znižanje	Prihranek
Prevod, lektoriranje in oblikovanje besedil na etiketah (9 jezikov, 4 kolekcijske serije)	14'000 €	70 %	9'800 €
Ponatis in prelepljanje etikete ob napakah v besedilu ali spremembi asortimenta (3.500 kosov × 0,90 €)	3.150 €	80 %	2.520 €
Uničenje preostalih zalog etiket in obeskov ob zamenjavi kolekcije (8 % proračuna za etikete)	10'000 €	60 %	6'000 €
Skladiščenje, kompletiranje in ravnanje z različnimi vrstami etiket	6.000 €	50 %	3.000 €
Licenčnine za embalažo in papir (EPR, približno 4 g kartona na kos)	400 €	80 %	320 €
Vprašanja strank glede nege, velikosti in materiala (3.000 zahtevkov × 3,50 €)	10.500 €	30 %	3.150 €
Skupaj	44.050 €		24.790 €

Točka, ki jo štejem za najpomembnejšo: prilagodljivost. Natisnjena etiketa je dokončna. Če se navodila za nego naknadno popravijo, če poteče veljavnost certifikata ali če priporočilo za kombinacijo postane nesmiselno, ker je spremljajoči izdelek razprodan: v tisku tega ni več mogoče popraviti. Podatke o izdelku je mogoče kadarkoli centralno posodobiti, in sicer za celotno blago, ki je na trgu, tudi za kose, ki so bili prodani pred dvema letoma. Ta razlika je kvalitativna in jo je zato težko vključiti v zgornjo tabelo. Kdor je kdaj organiziral odpoklic zaradi napačnega simbola za nego, ve, o čem govorim.

3.7) Vračila, največji posamezni vzvod

V spletni prodaji oblačil so vračila največji stroškovni dejavnik. Precejšen del teh vračil je posledica neprimerne kroja in neskladja z pričakovanji ter negotovosti glede materiala in vzdrževanja. Prav tu

pride v igro produktni potni list: popolne tabele velikosti za vsako velikost, lastnosti materiala, podatki o krčenju, lastnosti nošenja, mere modela, videoposnetki. In to tako pred nakupom s skeniranjem v trgovini kot tudi po nakupu doma.

Parameter	Vrednost	Učinek
Spletna naročila na leto	100'000	
Današnji delež vrnjenih izdelkov	42 %	42'000 vrnjenih izdelkov
Celotni stroški na vračilo (prevoz, pregled, priprava, izguba vrednosti)	11,00 €	462.000 €
Zmanjšanje za 1,0 odstotno točko	-1.000 vračil	11.000 €
Zmanjšanje za 2,0 odstotne točke	-2.000 vračil	22.000 €
Zmanjšanje za 3,0 odstotne točke	-3.000 vračil	33.000 €

V skupnem izračunu namerno upoštevam le eno odstotno točko. Tudi ta zelo previdna predpostavka prinaša 11'000 € na leto. Vsaka dodatna odstotna točka prinese še enkrat enak znesek. To je vzvod z daleč največjim potencialom za rast, ki ga je treba v pilotnem obratovanju ciljno meriti. Več o tem v poglavju 5.4.

3.8) Skupni račun, vključno s stroški platforme

Postavka	letno	na kos
Etikete in pakiranje (realistični scenarij)	75'000 €	0,300 €
Posredni stroški procesov, prevajanja in storitev	24'790 €	0,099 €
Zmanjšanje vračil (1 odstotna točka, konzervativna ocena)	11.000 €	0,044 €
Bruto prihranek	110.790 €	0,443 €
Stroški v 1. letu: platforma, zajem podatkov, integracija QR-kod, notranji čas	od -25.000 do -40.000 €	
Neto učinek v 1. letu	** od +71.000 do +86.000 €**	

Postavka	letno	na kos
Stroški od 2. leta naprej: platforma in tekoče vzdrževanje	od -18.000 ** do** -25.000 €	
Neto učinek od 2. leta naprej	** od +86.000 do +93.000 €**	

O stroških platforme – pregledno. Transpareo se zaračunava glede na število objavljenih podatkovnih listov o izdelkih, naročnino je mogoče odpovedati vsak mesec, podatke pa je mogoče kadarkoli v celoti izvoziti. Z nami torej niste vezani, kar se mi zdi samoumevno, na tem trgu pa žal ni.

Tarif	Paketi izdelkov	CHF/mesec	EUR/mesec
Small, za pilotni projekt in začetek	do 100	139	pribl. 153
Medium	do 1'000	559	pribl. 629
Large, primer za 1'200 SKU-jev	do 10'000	1'399	pribl. 1'539
Unlimited	neomejeno	3'499	pribl. 3'849

Cene veljajo od avgusta 2026, vključujejo trenutni popust za beta različico, prevajanje z umetno inteligenco v 40 jezikov, lastno domeno, blagovno znamko, GS1 Digital Link, pridobivanje potencialnih strank, analitiko, REST-API ter uvoz in izvoz. Trenutni pogoji in tekoče akcije so na voljo na transpareo.com.

Za začetek to pomeni: pilotni program z 20 do 30 modeli vas bo stal od 139 do 199 CHF na mesec. V primerjavi z vsemi drugimi postavkami v tem dokumentu gre za razliko v zaokrožitvi; preprosto ni nobenega finančnega razloga, da ne bi takoj začeli. Šele z razširitvijo na celoten asortiment se tarifa poveča. V primeru približno 1'200 kombinacij izdelkov in barv gre za tarifo »Large« v višini približno 18'500 € na leto, ki je vključena v zgoraj navedena razpona stroškov. Glede na prihranek v višini 110.790 € to znaša približno 17 odstotkov.

3.9) Če v letu opravite več kot dve seriji dirk

Danes številne blagovne znamke nenehno posodablajo in širijo svojo ponudbo. Za izračun to pomeni multiplikator, in sicer v obeh smereh razlage.

Stroškovni blok	2 kolekciji plus 2 dodatni izpusti	8 do 12 izpustov na leto
Naklade etiket	srednje naklade, ugodne stopnjevane cene	manjše naklade, slabše stopnjevane cene, cena na kos se poveča
Prevod in oblikovanje	4 cikli na leto	8 do 12 ciklov, 14.000 € se zlahka podvoji

Stroškovni blok	2 kolekciji plus 2 dodatni izpusti	8 do 12 izpustov na leto
Uničenje preostalih zalog	8 % proračuna za etikete	izkušensko 12 do 18 %, ker se pogosteje menjava
Minimalne količine naročila	redko zavezujoče	redno zavezujoče, zaradi česar sistematično prekomerno naročanje
Čas do uvedbe na trg	načrtovljiv	rok dobave etiket postane ozko grlo za drop

Zadnja točka se pogosto spregleda, v resnici pa je najpomembnejša: če mora pošiljka čakati na dostavo etikete za nego, to stane prodajne dni. Podatke o izdelku je mogoče posodobiti v nekaj minutah. Vsakemu podjetju z visoko pogostostjo pošiljk priporočam, da ponovi vzorčni izračun z lastnimi številkami. Rezultat je praviloma precej boljši od tistega, ki je prikazan tukaj.

4) Kakšno vlogo ima produktni potni list v marketingu

Projekt se financira iz prihrankov pri stroških. Dejanska strateška vrednost pa leži drugje: produktni potni list spremeni obvezno etiketo v trajan, blagovni znamki lasten kanal na izdelku.

4.1) Edina kontaktna točka s polnim dosegom

Vsak drug kanal doseže le del ciljne skupine. E-novice dosežejo naročnike. Družbena omrežja dosežejo sledilce in plačano doseg. Spletna trgovina doseže spletne kupce. QR-koda je priložena vsakemu posameznemu prodanemu izdelku.

Značilnost	Klasični kanali	Podatkovna kartica na izdelku
Doseg	del kupcev	vsak prodan izdelek
Stranke v fizičnih trgovinah	praviloma anonimne	prvič naslovljive
Stroški medijev	tekoči, na stik	nobeni, nosilec je izdelek
Trajanje stika	obdobje kampanje	celotna doba uporabe, pogosto več let
Sprožilec	blagovna znamka	stranka sama, kar zagotavlja visoko pozornost
Drugi lastnik	nedosegljiv	ob nadaljnji prodaji postane nov stik

Druga točka je tista, o kateri se najpogosteje pogovarjam z modnimi podjetniki. V tipičnem primeru se 60 odstotkov blaga proda v fizičnih trgovinah. To je 150.000 kosov na leto, ki jih prodate ljudem, o katerih ne veste ničesar in s katerimi ne boste nikoli več stopili v stik. Produktni potni list to omogoča brez

integracije s sistemom za obračunavanje, brez kartice zvestobe in brez posredovanja trgovskega partnerja.

4.2) Kombinacije in navzkrižna prodaja

Navedba oblačil, ki jih je mogoče kombinirati, je v produktnem potnem listu pričakovana informacija o storitvi. Kdor skenira kodo na pravkar kupljenem krilu, se nahaja ravno v situaciji, v kateri je priporočilo za ustrezno bluzo koristno in ne moti. To je razlika v primerjavi z vsakim oglasom za ponovno ciljanje, ki se prikaže tri dni kasneje.

- Celoten videz iz kampanje, ki ga lahko takoj naročite
- Ujemajoči dodatki: pas, šal, torba, čevlji
- Druge barve in velikosti istega modela
- Ponovna prodaja istega izdelka – pri priljubljenih kosih gre za močno podcenjen dejavnik rasti prodaje
- Sezonska dopolnitev: k poletni obleki jeseni ustrezen pleten plašč
- Izdelki za nego: pralno sredstvo za volno, brivnik za odstranjevanje kosmov, impregnacijski sprej, nadomestni gumbi

Križna prodaja, način izračuna	Predpostavka	Rezultat
QR-kode na trgu letno	250'000	
Stopnja skeniranja ob vidni obljubi koristi	12 %	30'000 skeniranj
Konverzija na priporočilo kombinacije	3 %	900 naročil
Vrednost košarice	65 €	58.500 € prometa
Delež prispevka k pokritju stroškov	45 %	26.325 € prispevka k pokritju stroškov

Stopnje skeniranja pri potrošniških izdelkih znašajo običajno med 5 in 15 odstotki. Te se znatno povečajo, če je na etiketi navedena konkretna korist: »Nasveti za nego, ustrezni modeli in podaljšana garancija« namesto samega kode. Ta stavek nič ne stane in je najučinkovitejši posamezni ukrep, ki ga poznam.

4.3) Dogodki, skupnost, doživetje blagovne znamke

Podatke v produktnem potnem listu je mogoče prosto urejati in kadarkoli posodobiti, ne da bi se pri tem spremenil QR-koda. Tako vsak kos oblačila, ki je na trgu, postane kanal za obveščanje o aktualnih dogodkih, tudi še leta po prodaji.

- Vabila na dogodke v trgovinah, razprodaje vzorcev, premiere kolekcij, trunk showe
- Rezervacija termina za osebno svetovanje o stilu v najbližji trgovini

- »Repair Cafés« in storitve popravil – močan dokaz trajnosti z visoko stopnjo ponovnega stika
- Regionalna omejitve: le stranke v bližini trgovine vidijo njene termine
- Predprodajna obdobja in skupnostni formati za registrirane uporabnike

4.4) Orodje za pridobivanje potencialnih strank

S Transpareo Lead Generatorjem lahko samostojno in brez agencije ustvarite poljubno število vprašalnikov ter jih povežete s produktnim profilom. Za učinkovitost je ključna ena tehnična podrobnost: vprašalnik se samodejno odpre po skeniranju QR-kode. Stranka ne mora ničesar iskati niti klikati. Kdor je že kdaj poskušal ljudi spodbuditi, da z dodatnim klikom odprejo obrazec, ve, kakšen vpliv ima ta razlika na stopnjo udeležbe.

Mehanizem sam po sebi je star in deluje: stranka dobi konkretno korist in v zameno posreduje podatke ter da soglasje.

Prednost za stranko	Vprašanja v vprašalniku	Koristi za vas
Podaljšana garancija po registraciji izdelka	Datum nakupa, kraj nakupa, kontaktni podatki	Prvi stik in preglednost prodaje na debelo
Osebni stilski vodnik za kupljeni izdelek	Stilne preference, priložnosti, velikosti	Segmentacija za kampanje in načrtovanje ponudbe
Ugodnost ali darilo ob naslednjem nakupu	E-pošta, privolitev za prejemanje e-novic	Potencialni kupec z opt-inom brez stroškov oglaševanja
Predčasen dostop do nove kolekcije	Najljubše kategorije, cenovna pripravljenost	Kazalnik povpraševanja pred naročilom
Udeležba v nagradni igri ali dogodku skupnosti	Regija, preferenca trgovine	Aktiviranje na podlagi lokacije
Povratne informacije o prileganju z priporočilom velikosti za naslednjič	Telesne mere, ocena prileganja	Neposredna baza podatkov za zmanjšanje števila vrnjenih izdelkov
Brezplačen pregled za popravilo	Življenjska doba, mesta obrabe	Podatki o kakovosti iz prakse za razvoj izdelkov

Zadnja vrstica zapre krog, ki se v modni industriji skoraj nikoli ne zapre. Povratne informacije o prileganju in trajnosti običajno pridejo do oddelka za razvoj izdelkov le prek razlogov za vračila in reklamacij, torej so izkrivljene, negativno selekcionirane in zamujene. Prek »produktnega potnega lista« pa jih po več mesecih dejanske uporabe posredujejo zadovoljni uporabniki. Kot tekstilni inženir bi si želel takšen vir podatkov.

Pridobivanje potencialnih strank, izračun	Predpostavka	Rezultat
Skandiranih dokumentov na leto (12 % od 250'000)	30'000	
Udeležba v avtomatsko odprtem vprašalniku	25 %	7'500 potencialnih strank
od tega iz fizičnih trgovin, doslej anonimno	60 %	4'500 novih stikov
Primerjalna vrednost stroškov pridobivanja potencialnih strank v modni industriji	6 € na potencialno stranko	45'000 € medijskega ekvivalenta

Vrednost medijske ekvivalence ne predstavlja priliva denarnih sredstev in je zato v skupnem poročilu prikazana ločeno. Kakovostna razlika je sicer še večja kot znesek: potencialni kupec iz produktnega profila prihaja od preverjenega kupca z znanim nakupom izdelka.

4.5) Zaščita blagovnih znamk in zaščita pred ponarejanjem

O tej temi se v povezavi s produktnim potnim listom doslej presenetljivo malo govori, čeprav bi to za premijske in luksuzne blagovne znamke verjetno predstavljalo največjo posamezno prednost, ki je takoj na voljo.

Potrdilo o izdelku, ki prek edinstvene identifikacijske oznake napotuje na zbirko podatkov, ki jo vzdržuje blagovna znamka, je opremljena z različico in kriptografsko podpisana, predstavlja dokaz o poreklu. Kupec lahko v brskalniku preveri, ali je izdelek pristojen, od kod prihaja in kdaj je bil dan v promet. Ponarejevalec lahko sicer kopira QR-kodo, vendar ne more ustvariti veljavnega vnosa v vaši zbirki podatkov niti zagotoviti veljavnega podpisa.

Uporaba za:

- Potrdilo o poreklu za visokokakovostna oblačila, torbe, ure in luksuzne izdelke
- Možnost preverjanja s strani carinskih organov in organov za nadzor trga brez potrebe po poizvedbi pri proizvajalcu
- Krepitev zaupanja na sekundarnem trgu, kjer je pristnost glavna ovira za nakup
- Serijske številke za vsak posamezen kos namesto le za vsak artikel, kjer se to splača
- Kadar je to organizacijsko mogoče, lahko odgovorni vodja prodajne trgovine prek pooblastila v upravitelju aplikacij vnese ime kupca ali kupke ter dodatne podatke o nakupu in jih tako trajno vpiše v potrdilo o izdelku

Trdno računam, da se bodo v naslednjih letih uveljavili postopki NFC in RFID, ki uporabljajo isti identifikator, shranjen v QR-kodi. Čip v robovih, ki nosi isti identifikator, je precej težje ponarediti kot natisnjen kvadrat. Tudi dokazila o lastništvu, ki temeljijo na NFT-jih, bodo ta identifikator uporabljala kot sidro. Ključno je: kdor danes z digitalnim potrdilom o izdelku vzpostavi čisto, nedvoumno identifikacijo za vsak izdelek, je že zdaj pripravljen na vse te tehnologije.

4.6) Sekundarni trg in ohranjanje vrednosti

Trg rabljene mode raste hitreje kot primarni trg. Potrdilo o izdelku ima na tem trgu trojni učinek:

- **Ohranjanje vrednosti.** Oblačilo z neprekinjeno, digitalno shranjeno zgodovino materiala, porekla in nege doseže pri ponovni prodaji višje cene kot tisto z nečitljivo etiketo. To vpliva na pripravljenost kupcev za plačilo pri prodaji novih izdelkov.
- **Pristnost.** Glej poglavje 4.5 o zaščiti pred ponarejanjem. Na sekundarnem trgu je to odločilni argument za nakup.
- **Nov stik brez stroškov pridobivanja strank.** Drugi lastnik skenira etiketo in tako pride do vas. Iz nakupa rabljenega izdelka, na katerem ne zaslužite ničesar, postane potencialni kupec in morebiti nova stranka.

4.7) Večjezičnost in dostopnost

Navodila za nego, napisana v devetih jezikih s črkami velikosti 4 na štirih slojih satenskega traku, so za znaten del prebivalstva dejansko nečitljiva. To velja za vsakega kupca, starejšega od šestdeset let, za vsakogar s slabim vidom in za vsakogar, ki po tretjem pranju ne more več razbrati navodil.

Podatkovna kartica izdelka je optimizirana za prikaz na zaslonu, jo je mogoče prebrati s programom za branje zaslona, jo je mogoče poljubno povečati in ima visok kontrast. To neposredno prispeva k izpolnjevanju zahtev Evropskega zakona o dostopnosti.

Kar zadeva jezik, je pomembno tudi to, da območje ni več pomembno. Transpareo prevaja vse podatke iz baze podatkov brez dodatnih stroškov v vse evropske jezike ter v bengalščino, kitajščino, hindijščino, indonezijsko, japonsko, korejšino in vietnamsko, skupaj 40 jezikov, med katerimi so vsi 24 uradnih jezikov EU. V upravitelju aplikacij si vsak uporabnik sam izbere delovni jezik. Na strani s potrdilom se samodejno prikaže jezik brskalnika, ne da bi moral stranka kaj nastavljal.

Za vas to pomeni dve stvari. Dodatni trg ne zahteva niti milimetra več širine etikete niti stroškov za prevajanje. Poleg tega so zajeti tudi jeziki v dobavni verigi: šivalnica v Bangladešu, dobavitelj v Vietnamu in partner na Kitajskem berejo vaše specifikacije v svojem jeziku. V praksi je to vsaj tako pomembno kot stran za stranke.

5) Kaj s tem pridobi vaša organizacija

Najtežje izmerljiva, a dolgoročno najpomembnejša korist leži v sami organizaciji. Produktni potni list je podatkovni produkt, kar predpostavlja jasno opredeljene pristojnosti, združene vire in vključene dobavitelje. Ničesar od tega ni mogoče vzpostaviti v kratkem času. Kakovosti podatkov ni mogoče kupiti, ampak si jo je treba pridobiti.

5.1) Preprosto začni s tem, kar je na dosegu roke

Najpogostejši razlog, zakaj se projekti v zvezi s potrdilom o izdelku ne začnejo, je prepričanje, da je treba najprej zbrati vse potrebno. To je napačno in ovirajoče. Začnite s podatki, ki so na voljo in dostopni brez dodatnega poizvedovanja, v primeru dvoma pa z oddelkom 2.6, za katerega vam ni treba pisati nikomur. Objavite jih. Nato pa zbirko postopoma razširjajte od kolekcije do kolekcije.

Za stranko je že danes dragocen priročnik z navodili za nego, podatki o materialih, tabelo velikosti in priporočili za kombiniranje. Ne pričakuje popolnih podatkov o dobavni verigi do tretje stopnje, in tudi leta 2029 jih ne bo pogledala kot prvo.

Faza	Obdobje	Vsebina	Rezultat
1 Začetek	1.–2. mesec ali prej	Ugotovitev stroškovne osnove. Določitev pilotnega asortimenta od 20 do 30 modelov. Zbiranje izključno notranjih podatkov: podatki o trženju, materialu, vzdrževanju in velikostih. Tarifni paket »Small«, 139 do 199 CHF na mesec.	Prvi popolni nizi podatkov brez enega samega stika z dobaviteljem
2 Objava	Mesec 3–5 ali prej	Oblikovanje postavitve in obljube o koristih. Vključitev QR-kode v tiskanje etikete. Priprava prvega vprašalnika. Začetek delovanja.	Uspele prodaje na trgu, prvi skeni, prvi potencialni kupci, prvi izmerjeni podatki
3 Širitev	6.–12. mesec ali prej	Uvedba v celotno kolekcijo. Produktivna vzpostavitev povezave z Excelom in ERP-sistemom. Zmanjšanje obsega etiket. Določitev ključnih kazalnikov.	Polni prihranek stroškov v veljavi, zanesljivi podatki o konverzijah
4 Poglobitev	2. leto do leta 2028	Dopolnitev podatkov dobaviteljev 2. in 3. stopnje. Vzpostavitev področij okolja, popravil in recikliranja. Vključitev dostave podatkov v okvirne pogodbe. Uvedba rutinskih postopkov za zagotavljanje kakovosti podatkov.	Visoka stopnja zrelosti že dolgo pred uvedbo obveznosti
5 Registracija	od leta 2029	Uskladitev s končnim podatkovnim modelom iz delegiranega pravnega akta, registracija v registru EU.	Skladnost brez projekta in brez časovnega pritiska

Upoštevajte, da fazi 1 in 2 skupaj trajata največ pet mesecev in ne zahtevata ničesar, kar ne bi bilo v vaši lastni pristojnosti. To je točka, na kateri se večina pomislov razbline.

5.2) Uvoz podatkov in povezovanje ter zakaj je pomembna smer

Transpareo uvaža poljubno število Excelovih datotek; uvoznik se prilagaja vašim datotekam in ne obratno. Ločen sistem za upravljanje informacij o izdelkih (PIM) ni potreben, vendar ga je mogoče povezati. Poleg tega je mogoče povezati poljubno število notranjih in zunanjih podatkovnih baz, vključno z ERP-sistemi.

Za povezavo velja arhitekturna odločitev, ki jo štejem za pomembno z vidika varnosti in ki jo je treba natančno preučiti pri vsakem ponudniku, ki ga preverjate:

Pretok podatkov poteka enosmerno, in sicer v smeri od zunaj navznoter. Izvorna stran se avtentificira pri Transpareo-Vendor-API in pošlje paket podatkov. Transpareo nikoli ne posega v sisteme proizvajalcev in ne potrebuje podatkov za dostop do vašega ERP-sistema. To pomeni: z naše platforme ni nobene poti do vaših sistemov. Ni vhodnega dostopa, ni shranjenih poverilnic, ni odprte povezave, ki bi jo bilo mogoče ogroziti. Kdor gradi sistem na principu »push« namesto »pull«, že vnaprej izključuje celotno skupino možnosti napadov.

Če primerjate ponudnike, je to eno od vprašanj, ki bi ga zastavil kot prvo. Za to smo namerno pripravili strukturirano podlago, ki je nevtralna do ponudnikov; glejte poglavje 6.4.

5.3) Zbirka podatkov kot samostojna vrednost

Sedaj pa k točki, ki me osebno najbolj zanima in ki v razpravi praktično ni omenjena.

Če imate podatke o izdelkih strukturirano na enem mestu, so vaši in jih lahko kadarkoli v celoti ali delno prenesete nazaj: v vaše podatkovno skladišče, v vašo orodja za analizo, v vaše lastne sisteme. Pri Transpareo prek izvoza v formate CSV, XLSX, JSON-LD in SQL ali prek REST-API. In to ne glede na to, ali sploh objavite en sam profil. Takoj in kadarkoli.

To odpira možnosti za uporabo in ogromne koristi, ki nimajo ničesar opraviti s skladnostjo:

- **Usposabljanje umetne inteligence na lastnih podatkih.** Jezikovni model, ki pozna vse vaše materiale, oznake kakovosti, logiko kroja in strukturo dobaviteljev, je nekaj povsem drugega kot splošni model. Osnova za to je čista, dosledna baza podatkov o izdelkih – točno tisto, kar nastane že pri sestavljanju podatkovnega profila izdelka.
- **Aplikacije z agenti.** Asistentski sistemi, ki analizirajo podatke o kolekcijah, predlagajo alternativne materiale, preverjajo specifikacije ali odgovarjajo na poizvedbe strank, nujno potrebujejo strukturirane podatke o izdelkih. Brez njih vsaka ideja agenta ostane le predstavitvena diapozitiva.
- **Nabava in načrtovanje proizvodnje.** Potrebe po materialih za različne modele, barve in velikosti, združevanje kakovosti preje po kolekcijah, koncentracija dobaviteljev po skupinah materialov: vse to so analize, ki se pri razpršenih podatkih izkažejo za neuspešne, s povezanimi podatki pa postanejo preproste.
- **Raziskave in razvoj.** Katera konstrukcija, katera gramatura in katera obdelava povzročajo v več sezonah kakšno ravnanje v zvezi z reklamacijami in vračili? To korelacijo je mogoče izračunati le, če so podatki o materialih, prodaji in povratnih informacijah shranjeni na enem mestu.

To kot podjetnik jasno poudarjam: tudi če bi EU jutri brez nadomestila ukinila produktni potni list, bi bilo delo na tej zbirki podatkov pravilno in dolgoročno dragoceno. Potni list je le aplikacija. Podatki so tisto, kar predstavlja vrednost.

5.4) Ključni kazalniki, ki jih morate meriti že od prvega dne

Kazalnik	Merilo	Namen
Stopnja skeniranja	Število skeniranj na 100 prodanih izdelkov	Optimizacija obljube koristi na etiketi
Čas zadrževanja in globina strani	Sekunde, kliki	Priorizacija vsebin, odstranjevanje nepotrebnih elementov
Konverzija potencialnih strank	Število potencialnih strank na 100 skeniranj	Testiranje ugodne ponudbe
Konverzija navzkrižne prodaje	Naročila na 100 skeniranj	Izboljšati logiko kombinacij
Stopnja vračil med uporabniki skenerja in tistimi, ki ga ne uporabljajo	Razlika v odstotnih točkah	Najbolj prepričljiva številka za vodstvo
Zahtevki za storitve glede nege in velikosti	Število zahtevkov na mesec	Dokazati razbremenitev službe za podporo strankam
Stroški etiket na kos	Evrov na kos	Prikazati prihranke v nadzoru

Peto vrstico nastavite, prosim, pred začetkom delovanja v živo. Retrospektivno namreč ni več mogoče izvesti primerjave med uporabniki skenerja in tistimi, ki ga ne uporabljajo, in prav to število vas bodo vprašali v drugem letu. Statistika skeniranja v Transpareo se zbira na strežniku, brez piškotkov in brez sledilnikov. Prejmete število, časovni potek in regijo, ne da bi pri tem nastal problem s privolitvijo.

6) Od potrdila o izdelku do registra EU: zgolj formalnost

Najpogostejši ugovor proti zgodnjemu začetku je, da končni podatkovni model EU še ni določen, zato bi bilo današnje delo morda zaman. Razumem ta ugovor, vendar temelji na napačnem razumevanju delovanja registra.

6.1) Kaj dejansko počne register

Register EU za potne liste izdelkov deluje od 20. julija 2026; izvedbena uredba (EU) 2026/1778 ureja nadzor dostopa, preverjanje uporabnikov, registracijo in zahteve glede shranjevanja. Ključno je: register hrani edinstvene identifikatorje in metapodatke; ni pa shramba za same potrdila. Dejanski podatki o izdelkih ostanejo decentralizirano pri gospodarskem subjektu ali njegovem ponudniku storitev.

V praksi to pomeni: pomembno je, da imajo vaši potni listi identifikacijsko oznako, ki ustreza standardom in jo je mogoče razčleniti, ter da so vneseni v register, preden se izdelek, ki zadeva EU, da v promet. Vzdrževanje podatkov ostaja nespremenjeno.

Transpareo v celoti izpolnjuje usklajene standarde, navedene v Uradnem listu v Izvedbenem sklepu (EU) 2026/1736 z dne 15. julija 2026; tudi oba preostala standarda sta že upoštevana. Transpareo deluje z GS1 Digital Link in standardno skladno razrešitvijo GTIN ter je zasnovan za registracijo v registru EU. Vsaka različica potrda vsebuje dva neodvisna podpisa, izdajatelja in Transpareo; ključ izdajatelja lahko sami hranite prek lastnega podpisnega konca.

Enkrat vnesite. Danes objavite. Kasneje registrirajte.

1. **Vnos:** obstoječe podatke o izdelkih prenesite v bazo podatkov na strukturiran in na poljih temelječ način. Ključno je ravno to, da temelji na poljih: tekoči tekst ni mogoče preslikati, urejena polja pa že.
2. **Objava:** potrdilo je takoj na voljo. QR-koda na izdelku, koristi že od prvega dne.
3. **Razširitev:** od kolekcije do kolekcije se dodajajo nova polja, v skladu z vsakodnevnim poslovanjem.
4. **Registracija:** ko začne veljati obveznost, se obstoječi podatkovni niz preslika na končni model in ga Transpareo vpiše v register EU. Brez novega začetka, brez projekta, brez panike zaradi rokov.

6.2) Štiri ugovori, ki jih najpogosteje slišim

Ugovor	Moj odgovor
»Podatkovni model za tekstil še ni določen.«	Tehnična struktura še ni določena, vsebinska osnova pa vsekakor je. Material, poreklo, nega, popravila, certifikati in možnost recikliranja bodo vključeni, o tem ni resnih dvomov. Strukture je mogoče avtomatsko mapirati, če so vsebine natančno in po posameznih poljih zajete. Prav to zajemanje je dejanski napor, ki ga je treba opraviti tako ali tako.
»Potem delamo dvakrat.«	Podatkovni niz vnesete enkrat v bazo podatkov. Takoj se objavi kot potrdilo o izdelku, kasneje pa se dodatno registrira. Enkrat vnesete, večkrat izkoristite.
»Čakamo na standard.«	Šest od osmih standardov je od julija 2026 navedenih v usklajeni obliki, register pa že deluje. Standard, na katerega so čakali, je v veliki meri že tu. Obe preostali sta znani in ju je Transpareo že implementiral. Kdor pa še naprej čaka, hkrati odlaša s prihranki pri stroških, potencialnimi strankami in krivuljo učenja.
»Nimamo vseh podatkov.«	Nihče jih nima. Potrdilo o izdelku se začne z obstoječimi podatki in se širi. Tako bo vedno, tudi po vpisu v register. Glej poglavje 5.1.

6.3) Tveganja, jasno navedena

Tveganje	Ocena	Obravnava
Končni model podatkov se razlikuje	srednje	Vnos na podlagi polj namesto tekočega besedila. Avtomatsko mapiranje je mogoče, ponovno zbiranje podatkov glede na vsebino pa ne bi bilo.

Tveganje	Ocena	Obravnav
Nizke stopnje skeniranja na začetku	srednje	Obljubo koristi oblikujte na etiketi, preizkusite v pilotnem projektu in izvedite ponovne poskuse, preden se razširi na večjo raven.
Fizično obvezno označevanje ostaja v veljavi	visoko	Že vključeno v ceno. Realistični scenarij nadomešča izključno prostovoljne nosilce.
Dobavitelji ne posredujejo podatkov	srednje	Začnite z notranje razpoložljivimi podatki. Postopno vključujte posredovanje podatkov v okvirne pogodbe, dokler še obstaja manevrski prostor za pogajanja.
Vezi z enim ponudnikom	nizko	Mesečna možnost odpovedi, popoln izvoz v štirih formatih, stabilni naslovi potnih listov, odprtokodni renderer. To preverite pri vsakem ponudniku, ki ga upoštevate; naš kontrolni seznam za ponudnike navaja vprašanja, ki jih je vredno zastaviti.
Varstvo podatkov pri pridobivanju potencialnih strank	nizka	Jasna privolitve (opt-in), omejitev namena in koncept izbrisa od samega začetka.

6.4) Odločitev o ponudniku

To besedilo pišem kot ustanovitelj podjetja Transpareo, zato ga prosim preberite v tem smislu. Zato je naslednje opozorilo zame še toliko pomembnejše.

Objavili smo namerno ponudnikovo nevtralni [kontrolni seznam](#) s tridesetimi merili, ki so dejansko pomembna za samozavestno odločitev o izbiri platforme: skladnost s standardi, podpora za GS1 Digital Link, koncept podpisovanja in arhiviranja, suverenost nad podatki in možnost izvoza, cenovni model in prilagajanje številu SKU-jev, možnost izstopa. Preverite ta seznam, preden se odločite, tudi in še posebej takrat, če se na koncu odločite proti nam. Platforme, ki takšnega preverjanja ne prestane, ne bi smeli izbrati; to velja tako za nas kot za vse ostale.

Poleg tega boste v rubriki »[Vpogledi in perspektive](#)« redno našli strokovne prispevke o ESPR, standardizaciji in praksi izvajanja, v našem [ESPR-vodniku](#) pa tudi razlago same uredbe. Renderer Transpareo Time Machine je odprtokodna rešitev pod licenco GPL v3, zato je mogoče vsak potrdil neodvisno od nas preveriti v brskalniku.

7) Prvih 90 dni

Na koncu še načrt, s katerim lahko začnete že v ponedeljek. Za njegovo izvedbo ni potrebno svetovalno pooblastilo, javni razpis niti zahtevkov za proračunska sredstva.

Obdobje	Naloga	Rezultat
1.-2. teden	Zbiranje dejanskih stroškov: zbiranje računov za etikete, naročil za obešalke, stroškov prevajanja in seznamov za uničenje iz zadnjih dvanajstih mesecev	Vaše lastne številke namesto mojih modelnih predpostavk iz poglavja 3
Teden 2-4	Izdelava zemljevida podatkov: katero polje se nahaja v katerem sistemu, kdo ga vzdržuje, kako aktualno je. Uporabite tabele iz poglavja 2 kot predlogo	Jasnost glede zrelosti podatkov in dejanskih vrzeli
3.-4. teden	Določite pilotni asortiment: 20 do 30 modelov z visoko prepoznavnostjo in dobrim potencialom za pripovedovanje zgodb. Brezplačen preizkus, nato paket »Small«	pregleden, pomenljiv pilotni projekt
4.-6. teden	Odpreti račun, opredeliti strukturo polj, uvoziti pilotne podatke prek Excelovega uvoza	prvi popolni nizi podatkov
6.-8. teden	Oblikovati postavitev in strukturo vsebine, vnesti priporočila za kombinacije, oblikovati obljubo o koristih za etiketo	dokument, pripravljen za objavo
7.-9. teden	Uskladitev integracije QR-kod z dobaviteljem etiket in vključitev v naslednjo, tako ali tako načrtovano zamenjavo etiket	Mejni stroški uvedbe so skoraj nič
8.-10. teden	Priprava prvega vprašalnika v generatorju potencialnih strank. Priporočilo: podaljšana garancija ob registraciji izdelka	Mehanizem pridobivanja potencialnih strank v delovanju, vprašalnik se samodejno odpre po skeniranju
10.-12. teden	Začetek delovanja pilotnega asortimenta, določitev ključnih kazalnikov, začetek merjenja, zlasti primerjava vračil	prvi dejanski podatki o skeniranju in konverzijah
12. teden	Analiza, posodobitev poslovnega primera z dejanskimi številkami, odločitev o širitvi	zanesljiva podlaga za odločanje

7.1) Tri stvari, ki bi vam jih rad posredoval

- **Na etiketo napišite koristi.** Sam QR-kodo bo le redko kdo skeniral. »*Digitalni potni list izdelka: nasveti za nego, ustrezni stili ter podaljšana garancija in še veliko več*« večkratno poveča število skeniranja. Ta stavek nič ne stane, a odloča o celotnem marketinškem delu računa.
- **Prehod povežite z naslednjo zamenjavo etikete.** Kdor integracijo QR-kode vključi v zamenjavo, ki je tako ali tako predvidena, praktično nima stroškov **prehoda**. Kdor iz tega naredi posebno akcijo, plača dvakrat.

- **Merite vpliv na število vrnjenih izdelkov že od samega začetka.** Primerjava deleža vrnjenih izdelkov med tistimi, ki so etiketo skenirali, in tistimi, ki je niso, je najbolj prepričljiv podatek, ki ga lahko predstavite v drugem letu, in vzvod z največjim potencialom za rast. Retrospektivno ga ni mogoče izračunati.

In če boste po branju tega članka storili le eno stvar: v svojem podjetju vprašajte po zadnjem računu dobavitelja etiket in znesek delite s številom kosov. Ta ena številka je izhodišče vsake resne razprave o digitalnem potnem listu izdelka. Pri večini blagovnih znamk, s katerimi se pogovarjam, je ta znesek višji, kot bi vodstvo pričakovalo.

Priloga: Pregled vseh predpostavk

Vsaka številka v tem dokumentu je bodisi ena od naslednjih predpostavk bodisi izhaja iz njih z izračunom. Namerno sem se izogibal navajanju vrednosti, ki ne bi bile razumljive, v primeru dvoma pa sem izbral previdnejšo možnost.

Predpostavka	Vrednost	Značilnost
Letna prodaja	250.000 kosov	Določitev modelov
Kombinacije izdelkov in barv (= število kombinacij)	1.200	Določitev modelov
Fizično označevanje danes	0,500 € na kos	pogoji, običajni v panogi
Fizično označevanje s potrdilom o izdelku	0,200 € na kos	modelni izračun
Predvideni prihranek (realistični scenarij)	0,300 € na kos	razlika med obema vrednostma
Spletna naročila	100.000 letno	ustreza 40–odstotnemu deležu D2C
Stopnja vračil pri spletnih naročilih	42 %	tipična za panogo
Celotni stroški na vračilo	11,00 €	značilno za panogo
Predvideno zmanjšanje vračil	1,0 odstotna točka	namerno konzervativno
Stopnja skeniranja QR-kod	12 %	povprečna vrednost ob jasni obljubi koristi
Stopnja sodelovanja pri izpolnjevanju vprašalnika	25 % skeniranj	izkušnje z ugodno ponudbo
Konverzija navzkrižne prodaje na skeniranje	3 %	konzervativna
Vrednost košarice in stopnja pokritja stroškov	65 € in 45 %	vzpostavitev modela
Primerjalna vrednost za pridobivanje potencialnih strank (CPL)	6,00 €	razpon v modni industriji od 4 do 12 €

Predpostavka	Vrednost	Značilnost
Stroški platforme med uvajanjem (tarifa Large)	pribl. 18.500 € na leto	cenik avgust 2026
Skupni stroški uvedbe v 1. letu	25.000 do 40.000 €	Ocena razpona
Tekoči stroški od 2. leta naprej	18.000 do 25.000 €	Ocena razpona

Vse vrednosti so zgolj ilustrativne in ne nadomeščajo individualnega izračuna za posamezno podjetje. Izračun je sestavljen tako, da lahko namesto predpostavk vnesete svoje dejanske vrednosti. Izjave o dovoljenem obsegu zmanjšanja števila etiket ne predstavljajo pravnega svetovanja in jih je treba v posameznih primerih preveriti.

Excelov kalkulator za ta dokument, v katerem lahko vsako predpostavko nadomestite s svojo lastno številko, najdete na [naši spletni strani o potrdilu o izdelku za tekstil](#).

O avtorju

Günter Reichelt, ustanovitelj in že 19 let strateški svetovalec podjetja Transpareo, predsednik upravnega odbora, tekstilni inženir, že več kot 50 let strasten podjetnik z več podjetji. Zug, Švica.

Če imate glede posameznih postavk v izračunu kakršne koli predloge za spremembe, dopolnitve ali dodatne pripombe, bom z veseljem prejel vaše povratne informacije. Menim, da so te teme izjemno pomembne, in si zanje z veseljem vzamem čas.

O podjetju Transpareo

Švicarsko podjetje Transpareo AG s sedežem v Tech Cluster Zug ponuja samopostrežni portal za pravo, upravljanje in objavo digitalnih potrdil o izdelkih za podjetja vseh panog in velikosti v 40 jezikih. Uporabniški vmesnik Transpareo Time Machine je odprtokodni.

Portal že danes v celoti izpolnjuje zahteve Uredbe EU o ekološkem oblikovanju glede digitalnih potnih listov izdelkov ter usklajenih standardov, navedenih v Izvedbenem sklepu (EU) 2026/1736 z dne 15. julija 2026. Podatke je mogoče že zdaj vnašati, digitalne potne liste izdelkov pa že zdaj uporabljati.

- **Kontakt za medije:** Günter Reichelt, predsednik upravnega odbora, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Sedež:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Švica
- **Portal DPP:** transpareo.com

Transpareo® in Transpareo Time Machine® sta registrirani blagovni znamki družbe Transpareo AG. Avtorske pravice 2026 Transpareo AG.

Avtorske pravice 2026 Transpareo AG, Zug, Švica – transpareo.com