2025: Als der Digitale Produktpass zur Sprache der Produkte wurde

19.12.2025, 07:27 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Narravero – Let your products talk*

Das Narravero-Team feiert die Erfolge des Jahres 2025

Die Wirtschaft liebt Zahlen, weil sie rechnen muss. Marken lieben Geschichten, weil sie erinnern wollen. **2025 war bei Narravero das Jahr, in dem beides sichtbar zusammenfand:** Der Digitale Produktpass hat sich aus der reinen Pflichtecke herausbewegt – und ist dort angekommen, wo C-Level ihn wirklich braucht: als **tragfähige Infrastruktur**, die Transparenz organisiert, Prozesse beschleunigt und gleichzeitig eine neue Qualität von Produktkommunikation für starke Marken möglich macht.

Wenn Narravero 2025 in einem Satz zusammenzufassen ist, dann so: **Vom Nachweis zur Beziehung – und vom Datensatz zur echten Produktstimme. Hier sind unsere Highlights:**

1 aussagekräftiger Preis

Narravero liefert ausgezeichnete Praxisbeweise und erhält den ersten Branchenaward für Digitale Produktpässe

Auszeichnungen sind schnell erzählt. Interessant wird es, wenn sie nicht nur Applaus sind, sondern ein Signal in den Markt: Beim Circular Tech Forum wurde Narravero mit dem DPP Award in der Kategorie **„Maturity in Action“** ausgezeichnet – als sichtbarer Beleg dafür, dass der Digitale Produktpass nicht nur diskutiert, sondern **marktreif umgesetzt** werden kann.

301 Millionen Mal Alltag

Wenn der Digitale Produktpass nicht erklärt werden muss – sondern läuft

301 Mio. Plattform Data Operations. Das ist keine Zahl für die Bühne, sondern eine Zahl direkt aus dem Maschinenraum. Sie zeigt, dass der Digitale Produktpass dort funktioniert, wo er zählten muss **– im Dauerbetrieb** und als Systemrealität, die Produktdaten in Bewegung bringt.

66 neue Kunden

Neue Kunden als Realitäten einer neuen Ära der Markenkommunikation

2025 kamen im Verbund der Narravero-Familie 66 neue Kunden dazu. Stellvertretend für die Breite der Branche: **BONPRIX (OTTO Group)**, **ROFA**, **Straub Marbert Beauty Group, Blaser Group und Mediaprint.**

Branchen-Welten, die unterschiedlicher kaum sein könnten. Und doch zeigt sich in allen dieselbe Entwicklung: Der Digitale Produktpass wird dann wertvoll, wenn er nicht nur korrekte Informationen anzeigt, sondern den Menschen ihr Leben jeden Tag leichter macht – und genau in den Momenten Orientierung gibt, in denen sich entscheidet, ob ein Produkt nur Ware ist oder ein Versprechen.

Genau diese Branchenmischung ist vielleicht unsere liebste Kennzahl des Jahres: **Der Produktpass wächst aus der Nische heraus – hinein in den Alltag der Märkte und der Menschen.**

20 neue Gesichter

Willkommen:
Anna, Artem, Ben, Chris, Dagmar, Emil, Felix, Hendrik, Katja, Kivanc, Luisa, Lukas, Nicole, Nina, Oliver, Onur, Philipp, Sofiia, Susi, Tjark!

2025 hat nicht nur Themen bewegt – 2025 ist Narravero auch gewachsen. Mit neuen Menschen, neuen Verantwortlichkeiten und klareren Rollen.

Denn der Digitale Produktpass skaliert nur dort erfolgreich, wo Daten, Umsetzung und Führung zusammen gedacht werden.

Zwei dieser strategischen Köpfe stellen wir im Folgenden näher vor:

Hendrik Bauer – Produktdaten als strategische Disziplin. Hendrik steht für eine zentrale Verschiebung: Produktdaten sind nicht „Pflichtarbeit“, sondern strategische Ressource. Wer den Digitalen Produktpass ernst meint, muss Datenqualität, Integrationsfähigkeit und Priorisierung zusammenbringen – so, dass Skalierung nicht fragil wird, sondern stabil.

Dagmar Zoder – Umsetzung, die ins Geschäft übersetzt. Dagmar offeriert die andere Seite derselben Medaille: Aus DPP-Potenzial wird nur dann Markt-Wirkung, wenn Umsetzung nicht im Konzept endet, sondern konsequent in Go-to-Market, Partnerlogik und operative Steuerung übersetzt wird.

55 Events rund um die Welt

Der Digitale Produktpass erhält Einlass in die Weltpolitik

55 Events klingen nach Vielfliegerstatus. In Wahrheit war es vor allem eine Neugier aus dem Markt: **Was muss passieren, damit der Digitale Produktpass vom Pflichtfeld zum Werttreiber wird?** Gestellt wurde diese Frage auf der Techsauce in Bangkok, der Cosmoprof in Bologna, dem TextilWirtschaft Sustainability Summit in Hamburg und auf vielen weiteren Events rund um die Welt.

Und eines wurde dabei deutlich: der Digitale Produktpass ist europäisch gestartet, aber **er wird nicht europäisch bleiben.** So begleitete unser CEO **Thomas Rödding in China** die weitere Entwicklung der DPP-Standardisierung als Grundlage für internationale, interoperable Datenflüsse. Ein Update zu Europas DPP-Standardisierungsfortschritt und die Gespräche in China waren mehr als ein Austausch einzelner Positionen - sie waren ein Zeichen, dass sich hier ein Alignment beschleunigt. Weniger Reibung. Mehr Automatisierung. Mehr Verlässlichkeit – quer über Grenzen und Systeme hinweg.

2025 für uns in einem Satz

2025 wurde Beziehung zum Maßstab: Der Digitale Produktpass ist kein Pflichtnachweis mehr, sondern ein Treffpunkt, an dem Kunden, Marken und Partner einander wiederfinden – damit aus Produkten ein Versprechen wird, das trägt.

Narravero GmbH

Am Mittelhafen 10
48155 Münster
Deutschland

Portrait

Über Narravero

Wenn Produkte sprechen, wird Besitz zur Beziehung. Ein Tap oder Scan mit dem Smartphone, kein Download, keine App: Der Digitale Produktpass (DPP) gibt Produkten eine Stimme – und Menschen einen Grund zuzuhören.

So entsteht eine neue Beziehung zwischen Marke, Produkt und Mensch: Ein Kauf wird zum Dialog, der bleibt. Diese Nähe verbessert messbar die Ansprache, erhöht die Kundenbindung und schafft neue Umsatzpotentiale. Datenbasiert und messbar.

Narravero bietet die komplette Lösung für den Digitalen Produktpass über seine SaaS-Plattform – im Einsatz bei über 200 Unternehmen in 12+ Branchen, darunter BONPRIX, STRAUB MARBERT, B&W International, SEINE Batteriesysteme und COR. CEO & Gründer Thomas L. Rödding wirkt auf europäischer und nationaler Ebene an der Gestaltung der DPP-Standards in leitender Position mit (DIN, CEN-CENELEC).

Mehr unter: www.narravero.com

Pressekontakt

Narravero GmbhAm Mittelhafen 10
48155 Münster
Deutschland

Dr. Inga EllenKastens (Chief Communication Officer)

025174788851

ingaellen.kastens@narravero.com

narravero.com

News-ID: 1299511 • Views: 537 (Stand: 31.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:
https://www.openpr.de/news/1299511/2025-Als-der-Digitale-Produktpass-zur-Sprache-der-Produkte-wurde.html