

Slut med bjerge af skrot: Nu skal levetiden på elektronik forlænges

Det skal være slut med bare at kassere telefoner, fladskærme, højttalere og hvidevarer, fordi der er kommet nye modeller. Levetiden kan sagtens forlænges på mange af dem med en opgradering. Stadig flere producenter ser en forretning i at gøre det muligt også at kunne bytte »hjernen« ud med en nyere model på et tidspunkt, hvor vi aldrig nogensinde har købt så meget ny elektronik.



Danske B&O ser en forretning i at udvikle sit design, så samtlige dele – også selve »hjernen« – i for eksempel denne Beovision Level-højttaler vil kunne skiftes ud, når de enten bliver beskadiget, eller der kommer ny og bedre teknologi. Her demonstrerer Mads Kogsgaard Hansen, der er ansvarlig for B&Os satsning på længere levetid på produkterne, hvordan man kan pille fronten af og komme ind til de ædlere dele af udstyret.

Foto: Thomas Breinstrup/Berlingske

Søndag d. 03. oktober 2021, kl. 06.08

Del denne artikel



THOMAS BREINSTRUP
journalist

Lyt til artiklen
11 min

Nej, nej, nej – turen går *ikke* til genbrugspladsen med den gamle fladskærm eller brugte højttaler, fordi de ikke er med på den nyeste teknik. Fremover skal de i stedet en tur til opgradering, hvor indmaden – og måske også ydersiden – bliver skiftet ud, så de kan komme hjem og holde i endnu mange år.

Den grønne bølge har sat fokus på mængderne af elektronikaffald, som vokser og vokser i takt med, at vi både køber mere og mere forbruger- og husholdningselektronik og **samtidig kasserer mange produkter**, før deres naturlige liv egentlig ophører.

44,4 millioner ton elektronikaffald samlede sig sammen i 2019, og det vil stige til 77,4 inden 2030, viser tal fra »The Global E-waste Monitor«.

»Det kan ikke blive ved med at fortsætte«

»Det seneste årti er den gennemsnitlige levetid på elektronik faldet fra 20 til ti og nu fire-fem år – vaskemaskiner holder længere, men mobiltelefoner holder i hvert fald i kortere tid. Det fører meget stigende mængder af elektronikaffald med sig, og det kan ikke blive ved med at fortsætte.

Vi er en del af industrien. Derfor ser vi os også som en del af løsningen og vil gerne vise, at der er andre måder at gøre det på. Nu flytter kunderne sig. De

tænker over, hvad de køber, stiller højere krav til holdbarheden og er mere selektive over for, hvad de investerer penge i. Det giver os spændende muligheder,« siger Mads Kogsgaard Hansen, der er ansvarlig for den danske lyd- og tv-producent B&Os satsning på længere levetid på produkterne.



Så er frontpladen på Beovision Level-højttaleren taget af (og kan udskiftes med en anden farve), og der er adgang til elektronikken bagved. Her kan så selve »hjernen« (nederst til højre) tages ud og skiftes ud med et nyt modul, hvis der på et tidspunkt kommer en nyere teknologi, som man gerne vil opgradere til. Dermed kan højttaleren holde i endnu flere år, før den når sin endelige udløbsdato.

Foto: Thomas Breinstrup/Berlingske.

I foråret kom B&Os højttaler Beosound Level, hvor alle dele og komponenter kan pilles ud og skiftes, hvis teknologien forældes. Sideløbende arbejder B&O på at opgradere klassiske produkter, så en mere end 40 år gammel B&O-pladespiller stadig kan kobles til moderne højttalere efter at have fået en teknologisk opgradering.

Helt billigt er det dog ikke:

»Serviceopgraderingen koster 38.000 kroner fra ende til anden, men så er pladespilleren fremtidssikret, også udseendemæssigt. Kan man pludselig få opgraderet sit udstyr og stadig få opfyldt behovene uden at købe nyt, kan det

være med til – med små skridt – at give en langtidsholdbar ændring af hele elektronikbranchen. Hvis vi kan gøre det så fedt og attraktivt, at noget kan få ekstra liv, ændrer det ved folks betalingsvillighed.«

Villighed til at betale mere for lang levetid

Han erkender, at nogle få produkter, hvor alt kan udskiftes, ikke forslår af meget.

»Det er en mindre dråbe, men vi er nødt til at tage det skridt for skridt. Vi har erkendt, at man ikke kan forudsige udviklingen ti år frem. Derfor bygger vi fleksibilitet ind, så også »hjernen« kan skiftes ud. Det handler ikke kun om lang holdbarhed. Vi vil gerne gøre det enormt let at servicere og reparere. Det er en af de største kilder til kort levetid for produkter. Det ser vi som en stor forretningsmulighed – men beslutningerne skal tages i dag.

Forbrugerelektronik i dag er ikke bæredygtigt. Der bruges masser af materialer og produceres masser af affald. Dette skal gøre os mere relevante end i dag og skabe vækst i butikken,« siger Mads Kogsgaard Hansen.

Danmark satte i 2020 europarekord i at købe ny elektronik. Næsten 30 milliarder kroner spenderede danskerne ifølge analysefirmaet GfK, og det er 17,1 procent mere end i 2019.

En dugfrisk undersøgelse, som analysefirmaet Epinion i august-september har foretaget blandt 1.015 forbrugere for APPLiA, der samler producenter og importører af hvidevarer og elektroniske husholdningsapparater, viser, at halvdelen af alle forbrugere – og de unge allermest – erklærer sig villige til at betale mere, hvis en producent eller forhandler har en bæredygtig profil.

Samtidig vægter 83 procent god kvalitet og lang holdbarhed som det vigtigste, når de køber hvidevarer som køleskabe, opvaskemaskine eller vaskemaskine – ofte foran energimærke og pris.

»Vi ser to tendenser, der udligner hinanden. På den ene side vil vi gerne have længere brugslevetid på produkterne, men nye ting med flere funktioner trækker også. Under pandemien er salget steget med 15-20 procent på toppen af et ellers forvejen godt marked. Rigtigt mange har gået hjemmet minutiøst igennem og set på, hvor komforten kunne forbedres.

Men vi kan godt have øget salg, samtidig med at relativt lange brugslevetider fastholdes. Jeg tror, at vi i 2020'erne vil se krav fra EU om, at forbrugerelektronik og hvidevarer skal kunne skilles ad og repareres for at komme ind på det europæiske marked. Det flugter fint med nye EU-krav om, at producenter skal kunne levere reservedele til markedsførte produkter i syv år efter markedsføringen,« siger Henrik Egede, der er direktør for APPLiA i Danmark.

Også bedre genbrug af kasseret udstyr

I Europa skønnes det, at 32.000 personer i dag er beskæftiget med daglig reparation af hvidevarer. I Danmark er det omkring 600.

Samtidig med at producenterne vil forlænge levetiden på elektronikken, arbejdes der intenst på at øge mængden af elektronik, som bliver genbrugt – direkte ved at blive sat i stand igen eller indirekte ved at splitte det ad i løsdele og genbruge flest mulige af dem.



En tekniker lægger elektronikaffald på et rullebånd i Orléans i det centrale Frankrig, hvor elektromagnetiske processer sorterer metaller, herunder de såkaldte sjældne jordarter (som er som nikkel, kobber, kobolt og platin) fra til genbrug.

Foto: Christophe Archambault/AFP/Ritzau Scanpix.

85-90 procent af al kasseret mindre elektronik – computerskærme, hårtørrere, eltandbørster, mobiltelefoner med mere – kan skilles ad og bruges igen som reservedele, mens fem procent af al kasseret småelektronik kan sættes i stand og sælges igen, viser en stor kortlægning, som genindvindingsvirksomheden H.J. Hansen Recycling netop har lavet sammen med organisationen Elretur, der samler omkring 900 danske producenter i den returordning, som skal sikre, at elektronikaffald skrottes korrekt.

To store finsorteringsanlæg for elektronikaffald i Øst- og Vestdanmark skal være klar i 2022.

Hvis nu en opgradering betyder, at man stadig kan sælge den for ...

Mobilgiganternes **årlige lancering af nye modeller med efterhånden minimale forbedringer** har hidtil lokket mange til at investere stadig mere i den nyeste model. Og der er da også alene i Danmark i januar-juni i år solgt lige over en million nye smartphones mod 2,2 millioner i hele 2020.

Softwareopgraderinger kan forbedre mange telefoner, og her når Apple væsentligt længere tilbage i tid end Android-telefoner, som højst opgraderes i tre år. Sydkoreanske LG, som tidligere i år droppede sin underskudsgivende smartphoneproduktion, [lancerede i 2016 sin G5-telefon, hvor man til en vis grad kunne sætte nye moduler på](#), heriblandt et B&O-lydmodul, mens hollandske Fairphone har designet alle sine telefoner med henblik på miljøet, så alt kan skiftes ud, når teknologien forældes, eller noget går i stykker.

Samsung, som er verdens største tv-producent, solgte i en periode opgraderingsmoduler til bestemte modeller af sine fjernsyn men fik kritik, fordi opgraderingen kostede en stor del af prisen på et nyt tv.

Derudover har hverken mobil- eller tv-markedet vist store tiltag i den retning.

B&O får sine tv-skærme leveret af sydkoreanske LG.

»Vi tænker nu i modularitet, så skærmen kan afkobles fra lyddelen, som vi selv designer, så man kan skifte skærm efter X antal år, når LG kommer med en anden standard eller variant. Det bedste, vi kan gøre, er at fjerne sammenkoblingen, så man kan skifte alt ud.

Hvis vores Level-højttaler, som koster omkring 9.000 kroner, kan sælges igen efter tre år for 6.000 kroner, ændrer folks værdiopfattelse sig. Vi er alle lidt slaver af pris og værdi, fordi industrien har opdraget os til, at vi nærmest hele tiden er nødt til at købe en ny telefon. Når vi formår at ændre den holdning hos folk, kan vi flytte barrierer,« siger Mads Kogsgaard Hansen fra B&O.

Kampen om kunderne vil vokse

Den helt friske årlige undersøgelse fra Energistyrelsen, hvor 2.000 husstande svarer detaljeret på, hvilke elektroniske produkter de har (alt fra antallet af

elektriske pærer til køleskabe), kan man se, hvor længe danskerne i gennemsnit har deres udstyr.

Her holder et køleskab i 15 år, et køle-/fryseskab i 16 år, en skabsfryser i 18 år, en kummefryser i 18 år, en vaskemaskine i ni år, en tørretumbler i 12 år, elkogeplader i 12 år, en elovn i ti år og en opvaskemaskine i ti år. Et farve-tv holder lige nu i fem-seks år, men mange fladskærme får ekstra liv i sommerhuset eller børneværelset, når der købes et nyt ind med nyere funktioner.

Anders Elbak, som er analysechef hos analysehuset IDC, der følger teknologimarkederne tæt, er ikke i tvivl om, at der vil komme øget fokus på genbrug og muligheder for at kunne opgradere eksisterende produkter i stedet for at købe nye.



Blandt forbrugerne er der øget fokus på genbrug og muligheden for at kunne opgradere eksisterende produkter i stedet for at købe nye. Og smide de gamle ud.

Foto: Jørgen Bausager.

»Nogle vil altid bare have det nyeste, men et organiseret genbrugsmarked er vokset frem. De store it-giganter som Google og Apple er hoppet ind på elektronikmarkedet, hvilket presser branchen, og samtidig giver [hele økosystemet med streamingtjenester](#) øgede forventninger til for eksempel lyd kvaliteten i en højttaler. Hvis man skal have folk til at købe kvalitet, sådan som de traditionelle producenter gerne vil det, er man nødt til at være med og sikre sig at have en opgraderingsstrategi og -garanti eller decideret kunne udskifte delene i udstyret. Det er jo ikke i B&Os interesse, hvis folk løber ud og køber en Google-højttaler til nogle hundrede kroner,« siger Anders Elbak.

Men hvis producenterne kan forlænge levetiden på deres produkter, risikerer de så ikke, selvom de måtte tage sig godt betalt for opgraderingerne, at folk køber mindre hos dem?

»Det vil være meget forskelligt fra virksomhed til virksomhed. B&Os forretningsmodel er nærmest gået ud på, at man sælger folk et anlæg eller en højttaler, og det gør man næsten kun én gang. Med telefoner og anden elektronik gælder det om at fange kunderne ind i et økosystem af tjenester, så de er kunder for livet og køber nyt udstyr hvert andet år. Derfor er der også prisforskelle,« siger Anders Elbak.

Tiltag på alle fronter – ellers går det galt

EU har i denne uge lagt op til [krav om fælles oplader til alle mærker af telefoner, tablets og højttalere](#) for at komme skrotbunken af elektronik til livs.

Samtidig arbejder tv- og pc-producenterne med at [nedbringe deres CO₂-aftryk](#) ved blandt andet at droppe farvetryk på papkasseindpakningen, bruge soyablæk i stedet for »rigtig« blæk, [fjerne al plastik fra emballagen](#), gøre

indpakningen og dermed transportomkostninger og klimabelastningen mindre og bruge mere genbrugsplastik i komponenterne. En kommende energimærkning på telefoner, tablets med mere vil også se på holdbarheden og mulighederne for at få et produkt repareret.

Ud af de samlede mængder af produceret og solgt elektronik er det dog stadig minimale ændringer, men truslen vinker forude.

»Forbrugerne vil meget hurtigt lugte, hvis man ikke gør noget men taler meget, og så vil de rangere virksomheden negativt. Hvis man ikke er bæredygtig, har man ingen forretning,« sagde [Emmanuel Fromont, europadirektør i Acer](#), der verdens fjerdestørste pc-producent, i juni til Berlingske.