

# Vi skal være produktkloge

*Af Henrik Egede, direktør for APPLiA og Elektronikbranchen.dk*

Vi skal gå de vrede unge i møde.

Det siger APPLiA Europas formand, norsk-tyrkiske Hakan Bulgurlu fra Beko.

Han har selv besteg Mount Everest og nået sydpolen ved Antarktis for med egne øjne at se klimaforandringerne – og han er foruroliget:

”Industrien er nødt til at forholde sig til den pris, naturen betaler for hvidevarer og elektronik”, sagde Bulgurlu sidste år på IFA-messen i Berlin.

Hakan Bulgurlu har en pointe. Hvidevarer og elektronik spiller en rolle for ca. 1 pct. af den globale klimaudledning – men selv i det perspektiv er der stadig meget, vi kan gøre. Gøre bedre.

Produkterne er i dag særdeles energieffektive. En 30 år lang proces med energimærker er en af EU's store succeser.

Det næste er, at vi skal reparere mere. Genbruge mere og forlænge produkternes holdbarhed.

APPLiA, interesseorganisationen for industrien i Europa og Danmark, ønsker dette. I dag er produktlevetid højest på agendaen for hvidevarer og elektronik.

Den trælse nyhed er, at reparationsviljen lige nu gået i stå.

Det viser APPLiA Danmarks seneste forbrugeradfærdsanalyse, udført af Epinion i august 2024.

Der er – hos 1050 danske forbrugere – ingen forandring at spore i viljen til reparation. Hver fjerde overvejer reparation, når et produkt er defekt. Det har ligget stabilt de seneste år. Det kan undre, i en tid med massiv omtale af cirkulær økonomi, at reparationsviljen ikke stiger.

Den positive lille nyhed er, at flere nu erklærer sig villige til at bruge over DKK 1000 på reparationen. Lad os se, om den tendens fortsætter.

Reservedele findes. Og langt de fleste produkter kan heldigvis skilles ad og repareres. I Forbrugerrådet Tænks opgørelse fra maj 2024 var der reservedele til samtlige vaskemaskiner i testen. Hos producent eller hos anden autoriseret forhandler. I de fleste tilfælde kan der skaffes

reservedele i ti år efter endt produktion. Historien om, at "der ikke findes reservedele" er oftest en dårlig undskyldning.

Det, der mangler, er incitament til at reparere mere.

Forbrugerne har i tidligere undersøgelser vist vilje til at reparere op til 40% af nyprisen. Dette kan øges, hvis Danmark gik i samme spor som Sverige og indførte fradrag for reparation af fx vaskemaskiner. Vi ved, at et sådant forslag lige nu er til overvejelse i regeringen. Vi håber, at forslaget vinder fremme, da det er en simpel måde at gøre samfundet grønnere på.

Lad os prøve dette i et antal år og følge forbrugeradfærden. Jeg er sikker på, at den vil ændre sig.

Inflation og høje fødevarerpriser sætter lige nu forbrugerne under pres. Vi bør give forbrugerne en hjælpende hånd, så reparation i en økonomisk presset tid bliver et reelt alternativ for de fleste.

Reparation af hvidevarer og elektronik kan ikke redde verden og klimaet. Vi er kun et lille hjørne af noget meget større.

Reparation af hvidevarer og elektronik har derimod den fordel, at her er faktisk et område, hvor vi kan gøre noget.

Forbrugerne kan vinde ved at blive mere "produktkloge". Udvis langtmere omtanke i den daglige brug af produkterne, så de ikke kalker til, ikke har forstoppede filtre osv. Alene dette kan helt automatisk og på en simpel måde forlænge produkternes levetid.

Når der købes nyt, er det en god ide at stille de produktkloge spørgsmål. De er ret simple:

- *Kan produktet skilles ad og repareres?*
- *Hvor længe kan der skaffes reservedele?*
- *Hvad er den korrekte måde at vedligeholde produktet på?*

I det lange løb ofte lige så vigtige spørgsmål som prisen!

Prisen på reservedele på verdensmarkedet er gået op de seneste par år. Den gode nyhed er, at nye hvidevarer er digitale, koblede op på nettet, i modsætning til før, hvor de var analoge.

Reparation vil i fremtiden oftere kunne klares online, via chat, uden det fordyrende teknikerbesøg, kørsel, irriterende ventetider osv. Jeg tror, vi vil se nye forretningsmodeller udvikle sig, hvor "service" og "reparation" får nyt indhold.

En B&O (Beomaster 1400) fra 1969 havde skruer med lige kærven og et instruktionsbrev i bunden af produktet med elektrisk diagram og komponentnavne, så forbrugerne selv kunne reparere. Sådan bliver det næppe igen.

Jeg er alligevel optimist. Optimist, fordi jeg tror, omtanke og bæredygtighed i 2030'erne bliver en folkesag og får producenterne til at udvikle ny forretning. Der kan konkurreres på bæredygtighed, fordi det kan betale sig for både producent og forbruger.

APPLiA har sammen med Syddansk Erhvervsskole skubbet gang i efteruddannelsen af reparatører til hvidevarebranchen. Vi arbejder med partnere for at få sat tilsvarende skub i et nyt område med reparation af audio-produkter, højttalere og head sets.

Alt sammen ud fra en tankegang om, at vi skal omgås vores varige forbrugsgoder med omtanke. Være produktkloge – og meget mere produktkloge, end vi har været i nogle årtier.