

Recht op reparatie: uitdaging en kans

22-02-2024 14:10



De Europese Commissie heeft in november 2023 een voorstel aangenomen over het recht op reparatie dat consumenten meer mogelijkheden geeft om kapotte elektronische apparaten te laten herstellen. Dit is een belangrijke stap in de richting van een circulaire economie, waarin grondstoffen zo efficiënt en duurzaam mogelijk worden gebruikt. Het voorstel moet nog langs het Europees Parlement en de EU-lidstaten, waarna de lidstaten deze nieuwe richtlijn zullen omzetten naar nationale wetgeving. Wat betekent dit voor de retailsector, die vaak afhankelijk is van de verkoop van nieuwe producten? In deze blog gaan we in op de mogelijke impact voor retailers.

Waarom is het recht op reparatie nodig?

Wanneer het makkelijker en voordeliger is om defecte goederen te vervangen dan ze te repareren, gaat er iets mis. Niet alleen in hoe wij als consument omgaan met onze spullen (en het gemak waarmee we ze vervangen voor iets nieuws) maar ook in hoe producten worden ontworpen. Op zich zou het logischer zijn dat repareren goedkoper is dan volledig vervangen. Toch is dat vaak niet zo.

Doordat toeleveringsketens zeer efficiënt ingericht zijn en draaien op schaalvoordelen, ligt de kostprijs per eenheid relatief laag. Maar er zit ook een schaduwkant aan die efficiënte lineaire keten: de zogenaamde 'geplande veroudering'. Denk bijvoorbeeld aan elektronische apparaten waarbij fabrikanten producten zo

ontwerpen dat ze na een bepaalde periode minder goed functioneren, defect raken of niet meer compatibel zijn met de nieuwste software of accessoires. Het eindresultaat? Producten worden steeds efficiënter en goedkoper geproduceerd, met een (al dan niet) geplande houdbaarheidsdatum en tegelijkertijd steeds minder makkelijk te repareren. De kosten voor producten liggen daardoor relatief hoog en de nieuwprijs van producten juist relatief laag.

Consumenten worden dus gestimuleerd om steeds nieuwe producten te kopen, wat leidt tot meer grondstoffenverbruik, afvalproductie en CO₂-uitstoot. En dat terwijl we wereldwijd juist kampen met grondstofschaarste, milieuvervuiling, enorme afvalbergen en te hoge CO₂-uitstoot. Met het 'recht op reparatie' wil de Europese Unie de impact tegengaan door consumenten meer keuzevrijheid en zeggenschap te geven over hun producten en zo de levensduur van producten te verlengen als ook de consumptie terug te dringen.

Op de weg naar een circulaire economie vormt reparatie een belangrijke spijl op de R-ladder. De R-ladder is een model dat verschillende strategieën van de circulaire economie weergeeft. De R-ladder bestaat uit Refuse (afwijzen), Rethink (heroverwegen), Reduce (verminderen), Repair (repareren), Refurbish (opknappen), Remanufacture (reviseren), Repurpose (herbestemmen), Recycle (recycleren) en Recover (terugwinnen). Reparatie draagt bij aan het verlengen van de levensduur en het behouden van de waarde van producten, waardoor minder nieuwe grondstoffen nodig zijn.

Het wetsvoorstel klinkt als goed nieuws voor de maatschappij en het milieu. Het verlengen van de levensduur van producten moet immers zorgen voor minder productie van nieuwe producten, wat minder belastend zal zijn voor het milieu. Maar welke impact gaat deze regel straks hebben voor de retail? En wat gaat de consument hiervan merken?

Uitdagingen voor retailers

Vrijwel alle retailers zijn afhankelijk van het verkopen van nieuwe producten. De retailer die de meeste spulletjes tegen de beste marge verkoopt is plat gezegd de meest succesvolle. De huidige operatie is volledig lineair ingericht waarbij de retailer na verkoop van het product en de garantieperiode in principe geen rol meer speelt naar de consument.

Het recht op reparatie is dus een bedreiging. Als consumenten langer met hun producten doen, of ze laten repareren in plaats van vervangen, zal dit leiden tot minder omzet en winst van de retailer. Daarnaast kunnen retailers te maken krijgen met extra kosten en verplichtingen om aan de nieuwe wetgeving te voldoen. Kosten die zie eerder niet maakten, zoals het aanbieden van reparatieservice, het inkopen van reserveonderdelen, het verlengen van de garantieperiodes en het informeren van de klanten.

Het recht op reparatie kan ook een uitdaging zijn voor retailers die nog niet over de nodige kennis, competenties en infrastructuur beschikken om reparaties uit te voeren of aan te bieden. Dit geldt vooral voor zelfstandige retailers, die minder schaalvoordelen, financiële middelen en onderhandelingsmacht hebben dan ketens en dus moeilijker kunnen concurreren met fabrikanten, professionele reparateurs of online platforms die reparaties aanbieden. Zeker als er sprake is van *part pairing* (zie kader), een steeds vaker voorkomende praktijk die wordt gebruikt door fabrikanten van smartphones en andere elektronische producten om te

bepalen welke partijen bepaalde soorten reparaties wel of juist niet mogen uitvoeren.

Het recht op reparatie brengt dus nieuwe uitdagingen voor retailers. Maar die uitdagingen brengen ook weer nieuwe kansen met zich mee.

Part Pairing

Sommige onderdelen hebben een uniek serienummer dat door de fabrikant gekoppeld wordt middels software aan een individuele eenheid van een apparaat. Wanneer dit onderdeel tijdens reparatie vervangen wordt moet deze via de software van de fabrikant worden gekoppeld. Wanneer dit proces door een niet geautoriseerde reparateur wordt uitgevoerd, kan dit proces niet worden uitgevoerd waardoor het toestel mogelijk niet meer functioneert.

Kansen voor retailers

Het recht op reparatie biedt kansen voor retailers die zich willen onderscheiden en inspelen op de groeiende vraag naar duurzame en circulaire producten en diensten. Door reparatie aan te bieden of te faciliteren, kunnen retailers hun klantrelaties versterken, klanttevredenheid verhogen, klantloyaliteit vergroten en merkimago verbeteren.

Reparatie kan ook een bron van extra inkomsten zijn, of een manier om klanten naar de winkel te trekken, waar ze mogelijk ook andere producten of diensten afnemen. En aan het verplicht aanbieden van reparaties hangen niet louter financiële nadelen. Zo kunnen retailers of fabrikanten langer terugvallen op de reparatieplicht in plaats van de eis van een consument voor een nieuw product in te willigen.

Reparatie kan ook een kans zijn voor retailers om hun assortiment te verbreden of te vernieuwen, door bijvoorbeeld gereviseerde of herbestemde producten aan te bieden. Dit kan een aantrekkelijk alternatief zijn voor consumenten die op zoek zijn naar kwalitatieve, betaalbare en duurzame producten.

Voor kleinere retailers kunnen er ook kansen liggen in de samenwerking met andere partijen, zoals fabrikanten, reparateurs, leveranciers, platformen of andere retailers. Door samen te werken kunnen kleinere retailers hun kennis, competenties en infrastructuur voor reparatie verbeteren, hun kosten en risico's delen, hun schaalvoordelen en marktbereik vergroten.

En de consument dan?

Als fabrikanten en retailers reparaties stimuleren en faciliteren, blijft er nog 1 schakel over in de keten om de regelgeving in de praktijk te laten werken: de consument. Of die hier gretig gebruik van zal maken is geen uitgemaakte zaak. Ondanks dat 77 procent van de EU-consumenten volgens een Eurobarometerenquête (2020) liever hun goederen zouden herstellen in plaats van nieuwe aan te kopen. Naar verwachting zal dit een traject van de lange adem worden. Immers, de consument is de afgelopen jaren flink verwend. Producten volgen elkaar razendsnel op, zijn relatief goed betaalbaar en de dopamineboost na iedere aankoop werkt verslavend. Er moet dus flink wat gebeuren om die consument te laten bewegen naar repareren in plaats van

door nieuw vervangen.

Bewustwording door middel van educatie kan helpen, al weet iedereen wel dat nieuwe producten kopen minder duurzaam is dan het repareren van bestaande. Maar zolang de consument de grondstofschaarste nog niet in de portemonnee voelt, gaat deze ook niet anders acteren. De markt zal dus vooral moeten streven naar een zo groot mogelijk verschil in prijs tussen reparatie en nieuw. Door producten zodanig te ontwerpen dat ze langer, goedkoper en beter gerepareerd kunnen worden. Want wanneer reparaties relatief duur blijven, zal de consument eerder blijven kiezen voor nieuw.

Conclusie

Het recht op reparatie is een belangrijke stap in de transitie naar een circulaire economie, waarin grondstoffen zo efficiënt en duurzaam mogelijk worden gebruikt. Het recht op reparatie kan een uitdaging zijn voor retailers die vooral afhankelijk zijn van de verkoop van nieuwe producten, of die nog niet over de nodige kennis, competenties en infrastructuur beschikken om reparaties uit te voeren of aan te bieden. Maar het recht op reparatie biedt ook kansen voor retailers die zich willen onderscheiden en inspelen op de groeiende vraag naar duurzame en circulaire producten en diensten.

Het recht op reparatie is dus een bedreiging, maar vooral een kans voor de retailsector, mits retailers zich goed voorbereiden en de juiste strategieën en partners kiezen.

Olaf Zwijnenburg en Peter van Heerde, sectormanagers retail en groothandel Rabobank