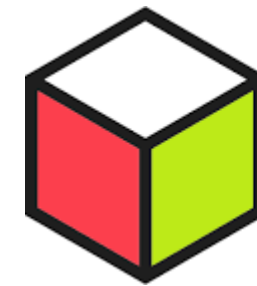




Right to repair

Expertgroep circulair shoppen 2030

Deelnemers Right to repair



thuiswinkel
.org



WITGOED
BRIGADE

snelle reparatie, goed geregeld



Techniek
Nederland

TNO innovation
for life



theterrace
the agency for positive change



BASIL[®]
spread the cycling joy



THE HAGUE
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

Media Markt



RETAIL &
INDUSTRY

troostwijk
auctions

floria
COLLECTIVE



de Bijenkorf 

B
Bleckmann

Inhoudsopgave



Wat is de “Right to Repair”?

1

Het recht op reparatie *tijdens* de garantieperiode

Consumenten hebben het recht om niet-functionerende producten te (laten) repareren zonder additionele kosten.

2

Het recht op reparatie *na* de garantieperiode

Consumenten hebben het recht om de aangekochte producten te repareren met reserveonderdelen en instructies van de producent.

3

Het recht van consumenten om producten *zelf te repareren*.

Consumenten hebben het recht om aangekochte producten zelf te repareren en mogen hierbij niet gehinderd worden door het ontwerp.

Achtergrond & definitie

Impact van voortijdige verwijdering van goederen

- 261 miljoen ton CO2-emissies per jaar
- 30 miljoen ton grondstoffen verbruikt
- 35 miljoen ton afval geproduceerd
- Jaarlijks 12 miljard euro verlies voor consumenten door vervanging in plaats van reparatie

Nieuwe EU-wetgeving (Green Deal)

- Verplicht hogere reparatie-eisen voor o.a. huishoudelijke apparaten, elektronica en lampen
- Toegang tot betaalbare reparaties voor consumenten, inclusief zelfreparatie opties
- Reparaties krijgen prioriteit binnen garantie

Voordelen nieuwe regels

- Verwachte groei en investeringen: €4,8 miljard
- Verlenging levensduur producten bespaart grondstoffen en vermindert afval [circulaire economie]

De expertgroep van Shopping Tomorrow ‘Circulair shoppen in 2030’ committeert zich aan de ‘Right to Repair’ en onderzoekt samen het volgende:

“Hoe ontwikkel je een duurzaam, en op termijn, winstgevend business model rondom recht op reparatie, zowel binnen als buiten de garantie?”

Wat is het doel van 'Right to Repair'?

Boost voor 3 categorieën van Right to Repair:

1

Promotie van zelfstandige reparaties

1. Toegang tot betaalbare reparaties voor consumenten
2. Tijdelijk leenapparaat tijdens reparatie
3. Keuze voor opgeknapt exemplaar als reparatie niet mogelijk is

2

Stoppen van slechte praktijken:

1. Software die reparaties blokkeert.
2. Reparaties duur en onaantrekkelijk maken.
3. Ontwerpen die reparatie onmogelijk maken.

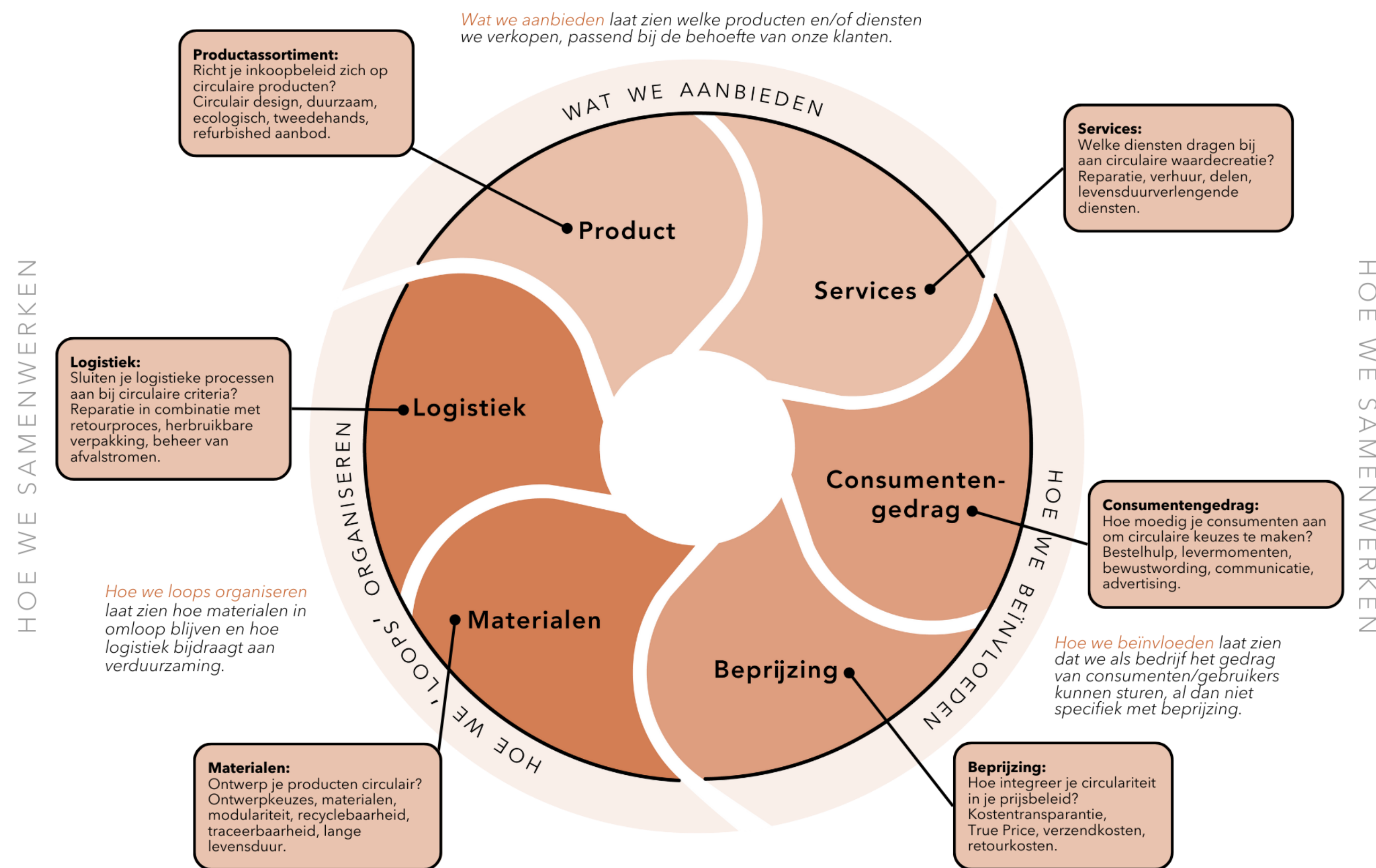
3

Stimuleren van nationale overheden:

Verdere invulling van wetgeving, details nog onbekend.

Hoe analyseren we het business model voor 'Right to Repair'?

Vliegwiel voor circulair shoppen in 2030



Het Vliegwiel gebruiken we om het business model voor Right to Repair te analyseren, waarbij we de volgende onderwerpen uitlichten:

1

Logistiek en Materialen

Welke uitdagingen brengt de Right to Repair met zich mee qua logistiek en materialen? En wat zijn de best practices?

2

Beprijzing

Welke uitdagingen brengt de Right to Repair met zich mee qua beprijzing? En wat zijn de best practices?

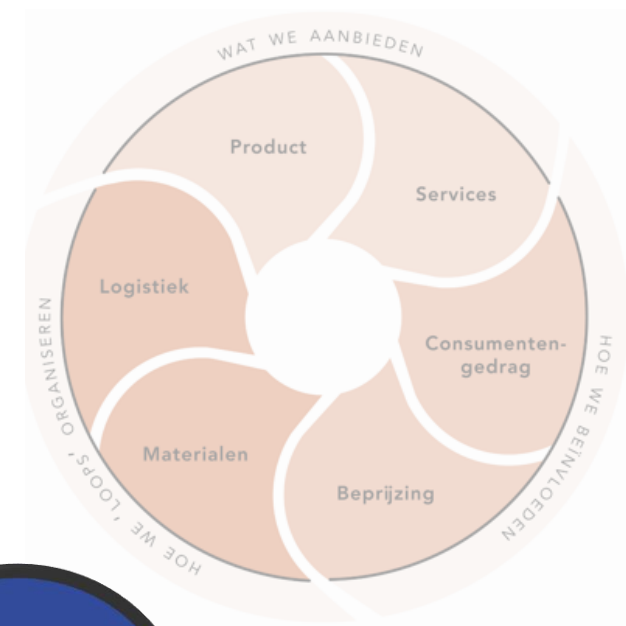
3

Consumentengedrag

Welke uitdagingen brengt de Right to Repair met zich mee qua consumentengedrag? En wat zijn de best practices?

In de komende slides gaan we het vliegwiel uitpluizen, dit doen we aan het van de ervaringen van drie experts: Freek Snijders van Decathlon, Charlotte Hooijdonk van Beter Bed en Terry Hommelberg-Hoogsteder van Livera

1 Logistiek en Materialen



Freek van Decathlon

“Decathlon ontwerpt en produceert veel van de producten die ze verkopen zelf. Hiermee kan haar schadelijke impact op het milieu actief verminderd worden. Om de levensduur van haar producten te verlengen, wordt o.a. de reparbaarheid verbeterd. [Lees hier meer over Ecodesign](#)”



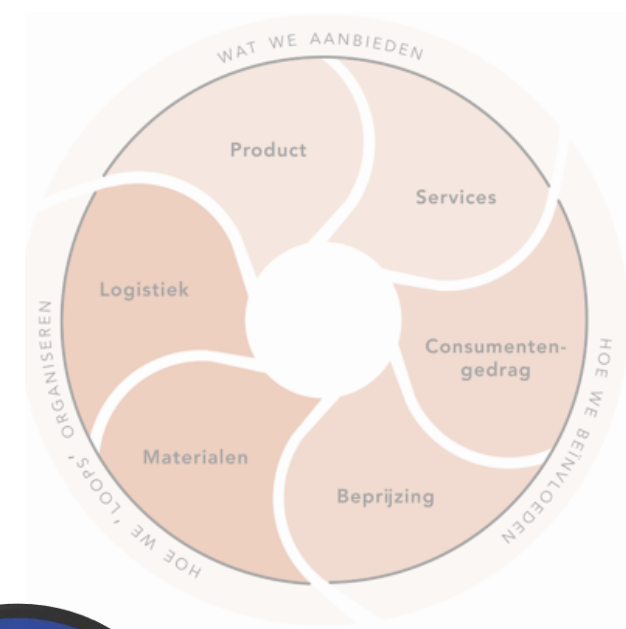
Charlotte van Beter Bed

“Bij Beter Bed zijn we bezig om in het product ontwerp de levensduur van producten te verlengen. Dat betekent dat we bijvoorbeeld matrassen meer modulair gaan maken zodat we onderdelen kunnen vervangen (bijvoorbeeld alleen de toplaag van de matras).”

- De wetgeving brengt **logistieke uitdagingen** met zich mee, aangezien er een volledig **nieuwe productenstroom** wordt opgestart (of uitgebreid)
- **33% van de producten wordt niet gerepareerd** omdat de fabrikant de mogelijkheid niet aanbiedt, mede door logistieke kosten
- **Het biedt ook kansen voor bedrijven**

1

Logistiek en Materialen – Best Practices



- **Durf te investeren** en zet in op de lange termijn (>10 jaar), ook bij het zoeken van een partner. Denk bij de business case voor repair aan de vraag: **“Wat kost het mij als ik het niet doe?”**
- Onderzoek de **mogelijkheden van AI** om klanten met reparatievragen te helpen d.m.v. doe-het-zelf reparatie tips. E.g., met een chatbot
- **Stuur onderdelen op in batches:** lagere kosten en minder transport
- Gebruik van **analyse van data** kan voor veel inzichten zorgen
- **Digitaliseren** en **automatiseren** van **processen voor kleine reparaties**
- **Lokale reparateur:** zo min mogelijk transport tussen winkels
- Zet een eigen **reparatie-atelier** op, zoals Bever dit heeft gedaan. In dit atelier geven eigen reparatie-experts outdoor kleding een tweede leven.
- **Investeer in support content** voor consumenten om zelf reparaties te kunnen doen. Voor tips, bezoek deze website: <https://nl.ifixit.com/>



Freek van Decathlon

“Decathlon helpt consumenten om zelf producten te onderhouden of repareren door advies en reserveonderdelen aan te bieden. Daarnaast kunnen consumenten hun product ook laten onderhouden of repareren bij Decathlon winkels.”

“Decathlon werkt samen met partners om producten te laten repareren. (bijv. met United Repair Center om kleding te repareren.”



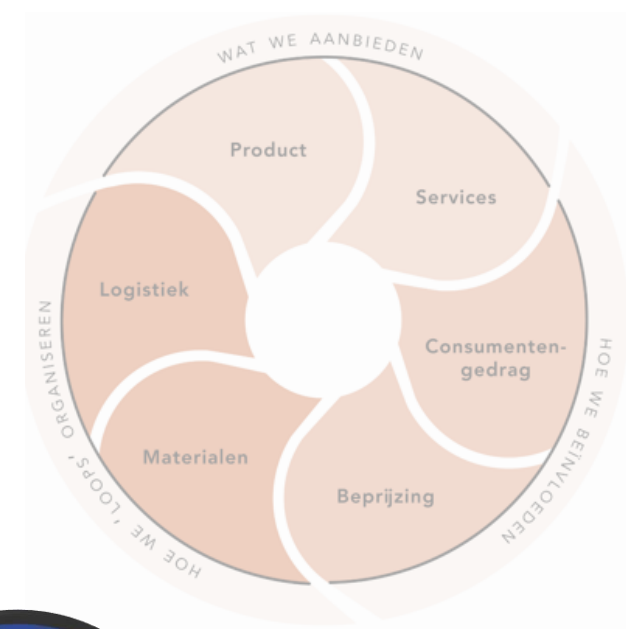
Terry van Livera

“Meer dan 60% van onze Livera winkels werkt samen met een lokale coupeuse”

1

Logistiek en Materialen – Knelpunten

- Het **beschikbaar houden van (kleine, diverse) onderdelen** [spare parts] is een uitdaging aangezien het vaak duur is. Een webshop kan uitkomst bieden
- Voor winkels met een grote variëteit aan producten is het **moeilijk om voor iedere categorie reparateurs beschikbaar te hebben**
- Al vanuit het ontwerp wordt er te weinig gedacht vanuit uniforme en repareerbare onderdelen. Er is **weinig sprake van 'design for life'**
- De **beschikbaarheid van data** over producten en onderdelen **loopt in de meeste gevallen nog achter**. Het digitale productpaspoort kan dit veranderen
- **Veel verschil tussen de logistieke processen** van retailers.
- De **kosten van reparatie** voor **laagwaardige producten** zijn in **verhouding** vaak **hoog**
- Naar welke chatbot gaat de vraag? Naar het merk, de retailer, de hersteller? → **van wie is/blijft de klant?**

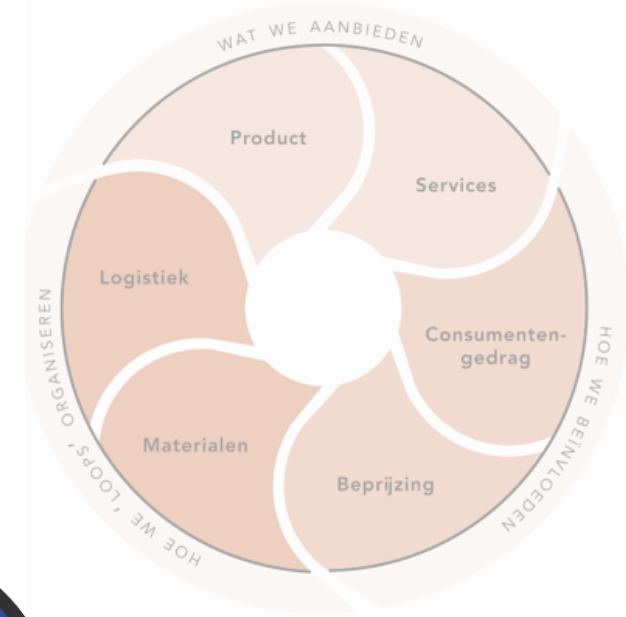


Freek van Decathlon

“Voor Decathlon zijn online bestellingen van onderdelen momenteel niet altijd rendabel. Dit komt doordat de gemiddelde bestelling een erg lage waarde heeft en de kosten zoals 'picking' relatief hoog zijn.”

2 Beprijzing

- Reparatie is nog lang **niet altijd rendabel**. Voor producten met een lage economische waarde (o.a. kleding) is het goedkoper om het product te vernietigen en de consument een nieuw product te geven
- Wat te doen? **Hogere prijzen** rekenen voor reparatie met de kans dat klanten afhaken? Het **verlies** op reparatie op de koop toe nemen? Of doorgaan met **vernietigen**?
- Voor dat laatste komt wetgeving, die het verbiedt om onverkochte producten te vernietigen of verbranden. Voor textiel zal dit als eerste gelden. In Frankrijk geldt dit al (**Anti-Waste Law for a Circular Economy**)
- De expertgroep heeft aangetoond dat reparatie **zeker rendabel** kan zijn



Freek van Decathlon

“Uit onze data blijkt dat klanten die producten laten repareren loyaler (vaker de winkel/webshop bezoeken) en waardevoller (meer uitgeven per bezoek) zijn.”



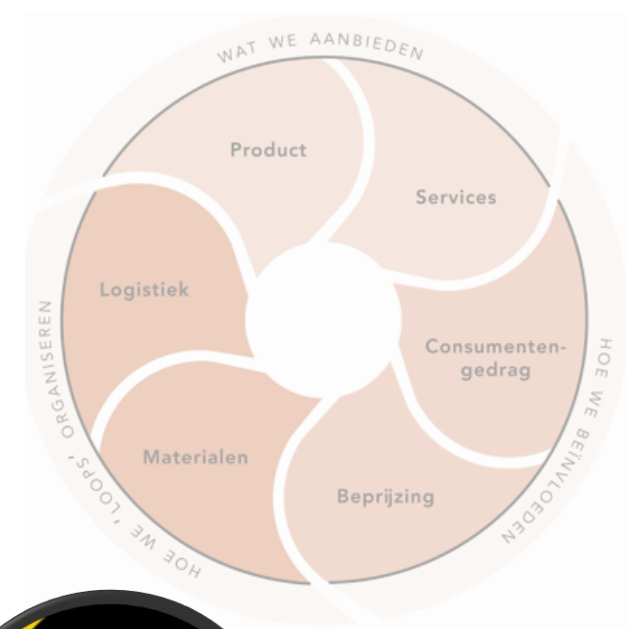
Terry van Livera

“Voor artikelen met een lage economische waarde en een klein defect gaan wij werken met het 'ik ben niet perfect, en heb een klein defect' kaartje aan het artikel waarop het korting percentage staat van het artikel. Zo hoeft het artikel niet vernietigd te worden.”

2

Beprijzing – Best Practices

- **Focus op grote/ingewikkelde reparaties** – kleine defecten / lage economische waarde vaak niet rendabel
 1. Content creëren waardoor **DIY** makkelijker wordt
 2. Consument informeren over **gebruik van het product** en invloed op levensduur
 3. Informeren van de consument over wat er nodig is – vaak heb je **minder nodig dan je denkt.**
 4. **Produceer van robuuste producten:** minder onderdelen, steviger, makkelijker te repareren.
- Reparaties kunnen een **commerciële dienst** zijn die **op grote schaal winst oplevert**. Dus zorg ervoor dat:
 - **Reparaties minder tijdsintensief** zijn. Technologische tools zorgen voor kortere diagnosetijd
 - **Investeer in volume** – hier valt er meer winst te behalen. Zowel commercieel, ecologisch als economisch.
 - **Breng reparatie onder de aandacht.** Consumenten kunnen slecht inschatten wat reparatie hen oplevert;
 - **Weggooien kost ook geld**, wanneer dit afgezet wordt tegen repair is het een andere business case.
- **Creëer een ecosysteem**, zodat kosten (e.g., transport) gedeeld worden. Samenwerking met lokale reparateurs zorgt ervoor dat transport- en reparatiekosten zo laag mogelijk blijven
- Repair zorgt voor een **betere brand image en een hogere waarde van je product/merk**
 - Een **duidelijke feedbackloop op kwaliteit** zorgt voor een betere klantbeleving.
 - **Klantenbinding wordt sterker door reparatie:** emotionele binding met een product
 - **Traceerbaarheid en loyaliteit van klanten/reparaties:** klant kan worden beloond voor reparaties via klantpunten op de klantkaart



Charlotte van Beter Bed

“Het slaap abonnement Leazzzy. Kies het slaap product dat bij jou past, en betaal een vast bedrag per maand. We bezorgen tot in je slaapkamer, inclusief montage én verhuisservice. Gaat er onbedoeld iets stuk? Dan zorgen wij dat het gerepareerd wordt.”



Freek van Decathlon

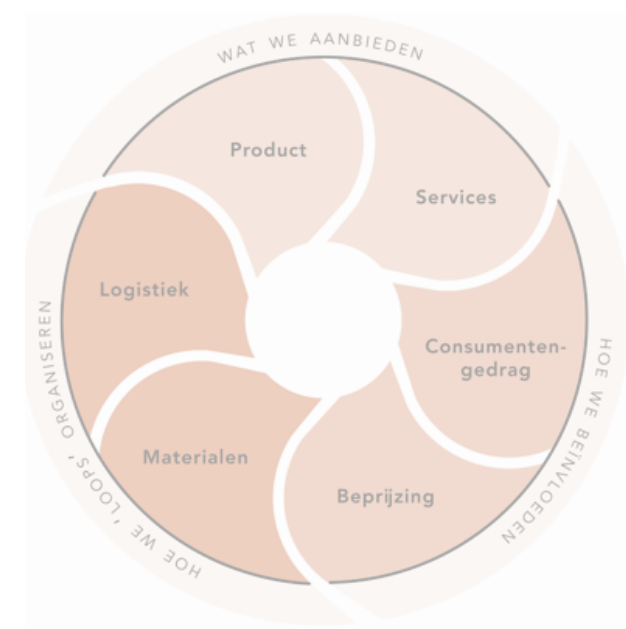
“Decathlon verkoopt producten die niet meer als nieuw verkocht kunnen worden als Second Life product voor een lagere prijs. Dit zijn veelal producten die retour komen en waarvan het product of de verpakking (licht) beschadigd is. Of die door klanten ingeruild worden via ons BuyBack programma. Deze producten zijn gecontroleerd en getest en hebben 1 jaar garantie.”



2

Beprijzing – Knelpunten

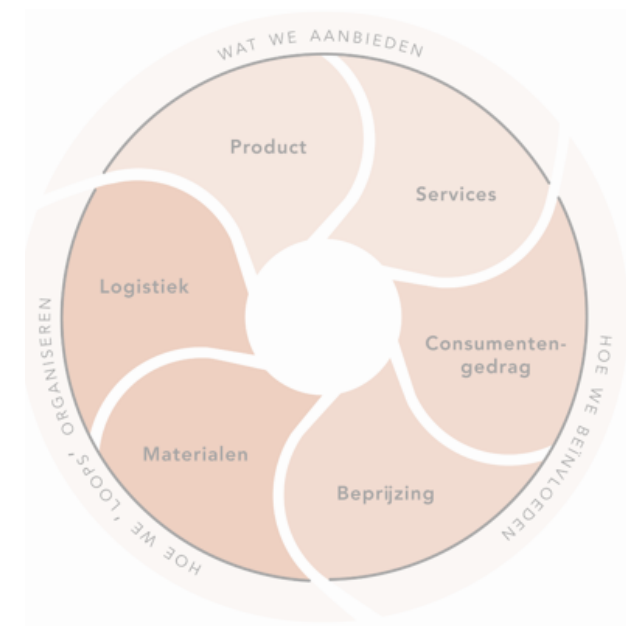
- **Reparatie is tijdsintensief.** De diagnosetijd van een product kan relatief lang duren en er zitten verborgen kosten aan verbonden. Unieke stukken zijn lastiger om te repareren (Niet gestandaardiseerde reparatie is arbeidsintensief, en vraagt meer vaardigheden van reparateurs);
- **Consumenten zijn huiverig** wanneer producten als 2^e hands (na reparatie) worden verkocht maar de **kwaliteit van als nieuw** hebben. Als de **verkoopprijs te laag** is zijn ze bang voor verborgen gebreken, bij een te hoge verkoopprijs willen ze liever een nieuw product.
- **Online 2^e hands verkopen zijn lastiger dan offline.** Offline kan de consument het product voelen en zien wat er mis is, online ziet men meer weerstand.
- Er is **geen vaste stroom** in aantallen, waardoor de vraag en aanbod lastig te matchen is.
- Veel kapotte producten komen buiten de garantie binnen – **de consument is niet altijd bereid om te betalen voor de reparatie.**
- Versturen van producten ter reparatie naar een **centraal punt** levert **verzendkosten** op, wat de reparatiekosten behoorlijk opdrijft.



Terry van Livera

"Om verzendkosten en onnodige impact te voorkomen, kunnen webshop klanten na overleg met onze klantenservice het artikel laten maken bij een lokale coupeuse en worden de kosten vergoed van defecten binnen de garantietermijn"

3 Consumentengedrag



- Hoe krijgen we consumenten zo ver dat ze **minder weggooien en meer repareren?**
- Om dit te bereiken moet reparatie **gemakkelijk** zijn, de consument moet **weinig weerstand ervaren**, reparatie moet de **norm** zijn en de consument moet **intrinsiek gemotiveerd** zijn.
- De **best practices** en **uitdagingen** lezen jullie op de volgende slides



Freek van Decathlon

“Decathlon en Kultlab zamelden op twee meerdaagse festivals in juli 150 achtergebleven tenten en andere kampeerspullen in. De “No tent left behind”-actie had als doel om het afvalprobleem tegen te gaan, veroorzaakt door achtergelaten kampeerspullen op festivalterreinen. Aan de ingezamelde tenten werd vervolgens op verschillende manieren een tweede leven gegeven.”

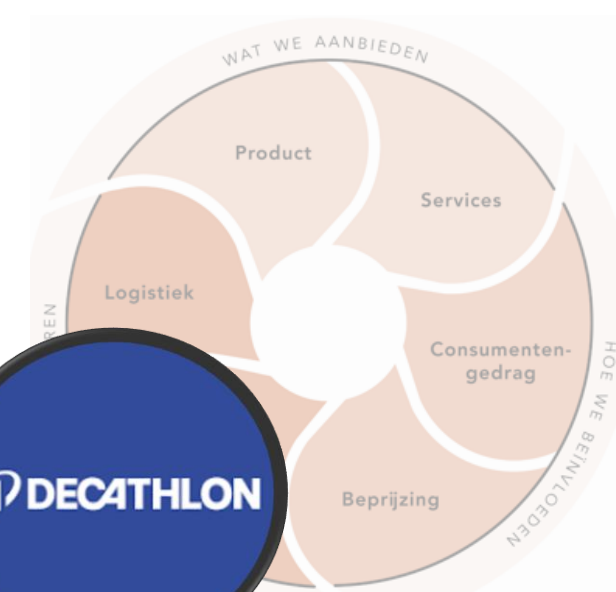


Charlotte van Beter Bed

“Aangezien bedden/boxsprings/matrassen een hoog aankoopbedrag hebben bieden wij een reparatie service aan. Het team wat de producten aflevert bij de klant heeft ook als taak om reparaties te verrichten en klachten te verhelpen bij klanten thuis. Dit is een gratis service binnen de normale garantieperiode van 2 jaar.”

3

Consumentengedrag



Best Practices

- De consument moet het product **altijd en overall** kunnen laten **repareren** – netwerk van reparateurs
- Maak **reparaties voorspelbaar**. Kosten, hersteltijd en service moeten logisch voor de consument zijn.
- Breng onderhoud en reparatie preventief onder de aandacht. **Beter voorkomen dan genezen**.
- Zorg dat consumenten **emotionele waarde hechten aan hun product**. Wanneer ze gehecht zijn aan hun favoriete product, zullen ze het vaker repareren en langer gebruiken.
- Maak het **klein en persoonlijk**, zorg dat consumenten zich aangesproken voelen.
- Maak inzichtelijk wat de **impact van jouw gedrag** is.

Knelpunten

- Een nieuw product wordt ervaren als kwalitatief en innovatief, **superieur aan tweedehands**.
- Het is voor de consument **niet de norm** om te laten repareren
- Reparatie wordt **niet altijd als een mogelijkheid** ervaren.
- De consument/reseller heeft niet altijd de **kennis over reparatie** die nodig is
- Reparatie wordt als **duur** ervaren in vergelijking met vervanging.

Freek van Decathlon

"Bij veel producten ontvangen klanten na aankoop automatisch per mail informatie over hoe ze dit product kunnen onderhouden en repareren."

"Veel van onze klanten weten nog niet dat onze producten gerepareerd kunnen worden. Daarom proberen we zoveel mogelijk te benoemen dat onze producten gerepareerd kunnen worden"



Charlotte van Beter Bed

"De garantieperiode is een stimulans voor klanten om artikelen te laten repareren. De verlenging van de garantieperiode zou als service aangeboden kunnen worden, als een soort verzekering."

Lessons Learned

1

Maak reparaties makkelijk

Wanneer de consument lokaal, actief geïnformeerd en ondersteund door technologie kan repareren, wordt reparatie een nog groter succes

2

Werk samen met partners

Samenwerking in de keten zorgt voor een betere consumentbeleving, maar ook voor lagere kosten.

3

Reparatie is rendabel op termijn, durf te investeren

Investeren in volume, kennis en een netwerk maakt reparatie op lange termijn rendabel.

4

Faciliteer kleine reparaties, neem grote reparaties uit handen

Kleine reparaties (en van lage economische waarde) zijn vaak eenvoudig door de consument zelf te doen, grote reparaties vragen specialisme.

Follow-up acties

1

Implementeren Right to Repair

Verbanden die in de expertgroep zijn gelegd gebruiken om reparatie-uitdagingen in retail aan te gaan, door gedeelde expertise toe te passen om right-to-repair in het business model te implementeren.

2

Kennis delen met (deelnemende) bedrijven

Bewustwording vergroten door het delen van de geproduceerde podcasts/magazine. Wat kan iedere expert/bedrijf doen? De learnings uit deze expertgroep toegankelijk maken voor een bredere groep.

3

Alerten naar de buitenwereld toe

Hergebruik en reparatie door de consument verder stimuleren d.m.v. een gezamenlijke consumentencampagne.

Deelnemers Right to repair



thuiswinkel
.org



WITGOED
BRIGADE

snelle reparatie, goed geregeld



Techniek
Nederland

TNO innovation
for life



theterrace
the agency for positive change

BASIL[®]
spread the cycling joy



THE HAGUE
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



Media Markt



RETAIL &
INDUSTRY

troostwijk
auctions

floria
COLLECTIVE



de Bijenkorf 


Bleckmann