

# 1 Wat meer

## 1.1 Inleiding

Hoe is het gesteld met de service van de aangeschafte apparatuur? Welke kwaliteit mag je verwachten van wat je koopt? Wat als apparaten die je hebt aangeschaft defect gaan? Wie moet er voor het onderhoud zorgen? Er is hierover veel onduidelijkheid en te weinig kennis aanwezig zowel bij de consument als bij de verkoper. Organisaties zoals de consumentenbond geven helaas ook niet veel duidelijkheid en ook de wetgever helpt de consument niet veel. Om hier verandering in te brengen moet er veel gebeuren en in dit hoofdstuk gaan we dit verder uitwerken.

De volgende onderwerpen komen aan bod:

- garantie
- coulance
- non conformiteit (wettelijke garantie)
- de rol van de fabrikant en de klantenservice
- de rol van de verkoper

## 1.2 Garantie

Op een toestel zit twee jaar fabrieksgarantie en dat betekent dat als de televisie defect is deze door een geautoriseerd reparatiebedrijf van de fabrikant hersteld moet worden. Het is voor de consument niet mogelijk om zelf een reparatiebedrijf te kiezen omdat er geen keuze is; de fabrikant is immers verantwoordelijk.

Als een verkoper aangeeft dat er drie jaar fabrieksgarantie is, dan moet deze verkoper dus de reparatiekosten voor het derde jaar zelf voor zijn rekening nemen. Drie jaar fabrieksgarantie bieden is een verkoopmethode, maar de fabrikant weet van niets!

De consument moet bij een garantieclaim altijd het aankoopbewijs kunnen voorleggen en de verkopende partij moet de reparatie regelen. In de regel gaat het laten repareren van apparaten binnen de twee jaar garantie goed als de verkopende partij deze service goed geregeld heeft.

Als het toestel door de verkoper elders is ingekocht, via de zogenaamde grijze import, dan kunnen er wel eens problemen ontstaan. Echter volgens Europese verdragen moet het door de fabrikant aangewezen geautoriseerde reparatie bedrijf ook toestellen repareren die elders in Europa zijn ingekocht. Fabrikanten en reparatiebedrijven doen hier nog wel eens moeilijk omdat fabrikanten de grijze import hekelen. Het komt

voor dat consumenten die hun apparaten bij het geautoriseerde reparatiebedrijf aanmelden terug worden gestuurd naar de verkopende partij. Dit gebeurt vooral als het een dure reparatie betreft, bijvoorbeeld het vervangen van een scherm. Zo mogen dat echter volgens Europese afspraken *niet* doen en daarom is ons advies: laat het regelen van de garantie volledig over aan de verkoper. Volgens de wet heeft u een koopcontract met de verkoper en is de verkoper verantwoordelijk voor deze service. Laat de verkoper dus een afspraak maken voor een monteur aan huis of de tv bij u (laten) ophalen als deze naar de fabrikant terug moet.

Kortom: is apparatuur defect dan ga je als consument naar de verkoper en deze moet er dan voor zorgen dat de apparatuur hersteld wordt. De verkoper mag deze service niet afschuiven naar een derde partij. Ga niet zelf uw tv transporteren: schermschade door transport komt heel vaak voor en dan vervalt de garantie.

Is er geen factuur dan zal repareren onder garantie meestal niet mogelijk zijn, maar ook als de verkoper failliet gaat of stopt kunnen er problemen ontstaan. Fabrikanten gaan hier verschillend mee om. Soms accepteren ze een garantieclaim, maar er zijn ook gevallen dat het geautoriseerde reparatiebedrijf zo'n reparatie niet accepteert. Omdat de wet voorschrijft dat de verkoper verantwoordelijk is, hebben we dus een probleem. Hier ligt nog een taak voor de consumenten organisaties. Deze organisaties zouden zich ervoor moeten inzetten dat deze situaties bij wet geregeld worden.

Gaat een verkoper failliet, en dat gebeurt nogal eens, dan moet de televisie toch gewoon binnen de fabrieksgarantie hersteld kunnen worden? Ook met de opkomst van de snelle internethandel vormt het (al of niet bewust) failliet gaan van zo'n ondernemer een risico. Voorbeelden van fysieke bedrijven die failliet zijn gegaan en waar het niet goed voor de consument was geregeld zijn: Scheer & Foppen, Megapool, It's, Block en De Harense Smid, Dixons en MyCom. Ook internetwinkels kunnen zomaar failliet gaan zoals Create2Fit van de broers Coronel, vaak is er dan een doorstart en dan moet je hopen dat de overname inclusief de garantie zal zijn.

Internetwinkels zoals bol.com verkopen ook toestellen, maar doen dat niet zelf. Dit soort indirect verhandelen van producten is een groeiende markt. Er schuilt echter een zeer groot gevaar omdat bedrijven als bol.com geen verantwoording nemen voor het product. Producten worden namelijk verkocht onder de naam van bol.com, maar de verkoper is een ander bedrijf. Als het dan op de serviceverlening aankomt wordt de consument, die denkt dat hij een product bij bol.com heeft gekocht, doorverwezen naar de verkoper. Daar gaat het bij een garantieclaim vaak mis omdat veel van deze verkopers er eigen regels op na houden. Recent onderzoek van het programma Radar heeft dit aangetoond echter bol.com wilde er niet op reageren. Zelfs als ze dat later wel doen, dan geeft de eerste weigering al aan dat men er niet al te veel vertrouwen in moet hebben.

Bij garantieclaims wordt er soms een grijs gebied gecreëerd. Het is dan niet duidelijk hoe het garantietraject zal gaan verlopen. Er zijn op internet veel voorbeelden te vinden en ze betreffen meestal de lange doorlooptijd, geen vervangende televisie als er geen voorraad van onderdelen is, en onduidelijke informatie over de status van de reparatie. In dit grijze gebied, waar de verkoper de verantwoordelijke partij is, moet de communicatie officieel ook via de verkoper verlopen. Het is niet verstandig om als consument zelf achter de garantie reparatie aan te gaan en het reparatie bedrijf of de fabrikant te gaan benaderen. Als er uiteindelijk een conflict ontstaat moet de verkoper gedagvaard worden en niet het reparatiebedrijf of de fabrikant. Dit klinkt natuurlijk vreemd maar zo is het nu eenmaal in de wet geregeld.

De garantie op de grijze import apparaten heeft zo zijn eigen problemen. Bij eenvoudige reparaties zoals een mainboard, beeld module of voeding vervangen, zal het reparatiebedrijf meestal wel direct in actie komen omdat de rekening bij de fabrikant kan worden neergelegd, maar als er een scherm defect is kunnen er wel problemen ontstaan omdat bestelnummers kunnen afwijken en dit soort onderdelen soms van ver moet komen.

Grijze import toestellen zijn technisch identiek aan de toestellen die via de Benelux import worden geleverd. De enige handeling die op het grijze import toestel moet gebeuren is het veranderen van de landcode voordat deze wordt doorverkocht. Inhoudelijk zijn deze toestellen gelijk en de werking is ook hetzelfde. Maar omdat er soms andere nummers op het onderdeel (scherm, mainboard, enz.) staan, kan dit verwarring veroorzaken bij een reparatie. Op dat moment geeft het reparatiebedrijf aan dat het toestel niet voor de Nederlandse markt gemaakt is en verwijst de garantieclaim terug naar de verkoper maar dit is echter niet correct.

De relatie met de fabrikant en een grijze import verkoper is meestal niet optimaal en het reparatiebedrijf bungelt daar wat tussen. De verkoper moet dan met een oplossing komen en dat zal dan inhouden dat deze een nieuw toestel moet leveren als vervanging maar omdat de winstmarges klein zijn is zo'n situatie een grote belasting op de omzet van de verkoper. De verkoper is dan niet blij en het komt regelmatig voor dat deze situatie niet soepel wordt afgehandeld. Komt het in zulke situaties tot een arbitrage dan zal de consument altijd in zijn recht staan.

Kortom: weet wat u op de hals haalt als een toestel een paar tientjes goedkoper is maar van ver komt. We geven wat concrete voorbeelden (uit onze praktijk).

**Casus 1:** Samsung weigert een televisie die in Polen gekocht is en door een immigrant is meegenomen en hier defect te repareren. Samsung geeft dan aan dat de televisie niet in de Benelux is gekocht en dat de eigenaar naar de verkoper in Polen terug moet om deze daar ter reparatie aan moet melden. Dit is een praktijkvoorbeeld

dat ook aangeeft dat er binnen de Europese markt nog steeds een lokale Benelux markt is.

**Casus 2:** Soms wordt een defect aan een scherm verkeert geanalyseerd. Een scherm klacht wordt dan aangemerkt als schade van buitenaf terwijl dat niet het geval is. Een „Wel of niet schade?” discussie is dan moeilijk omdat er geen onafhankelijke expertise mogelijk is. Het gevolg is dan dat de consument meestal aan het kortste eind trekt. De fabrikant (en voor deze het reparatiebedrijf) gaat er dan hard in zodat de consument het uiteindelijk erbij laat zitten. Het is voor de consument namelijk een lange weg om te proberen het ongelijk van de fabrikant te bewijzen. Echter als het hier niet een barst of scheur betreft, zal het scherm onder garantie vervangen moeten worden.

**Casus 3:** Sommige functies van het toestel doen het soms niet en de televisie valt soms uit. Er wordt dan een reset geadviseerd en het probleem is voor een korte tijd weg, maar komt na een tijdje terug. Als dat over lange tijd gebeurt dan gaat men vanzelf over de garantie periode heen. Dit is een storing die bijvoorbeeld vaak voorkomt bij Philips toestellen en er moet dan een mainboard vervangen worden. Maar wat als door al dat resetten de rechten op garantie zijn verlopen. De consument is dan wel de dupe van ondeskundig advies door een helpdesk.

## 1.3 Coullance

Techniek Nederland (voorheen de UNETO) heeft met enkele partijen afspraken gemaakt hoe om te gaan met apparaten die na een garantieperiode van twee jaar vroegtijdig defect gaan. Deze afspraken zijn voor de verkopende bedrijven die lid zijn van Techniek Nederland en moet voorkomen dat consumenten massaal naar de rechter gaan. Het probleem is echter dat de regels van de afspraak wel helder zijn maar de uitvoering totaal oncontroleerbaar is. De uitvoering is namelijk afhankelijk van de diagnose van het geautoriseerde reparatie bedrijf van de fabrikant en daar is geen onafhankelijke controle mogelijk. Hoe de regeling wordt uitgevoerd is voor de consument totaal ondoorzichtig.

De prijzen die voor reparatie onderdelen worden gevraagd staan niet in verhouding tot de aanschafwaarde van een tv toestel. Doordat er vaak extreme prijzen wordt gerekend is deze regeling meestal een blamage. Ook weten veel consumenten niet van het bestaan van coullance regelingen dat komt omdat veel verkopers het bestaan er van verzwijgen als de consument met een reparatieverzoek komt. En omdat alle fabrikanten dat doen, is er ook weinig kans dat een koper dit een volgende keer laat meewegen in een keus.

De regeling wordt in een verkooppraatje misbruikt omdat de regeling gebruik maakt van een tabel waarin staat welke apparaten onder welke voorwaarden vallen. Deze

tabel heeft namelijk de naam ‚verwachte gebruiksduur‘ en is daarom makkelijk te gebruiken om de consument te overtuigen dat hun defecte apparaat al afgeschreven is. Echter, deze tabel is eigenlijk bedoeld om aan te geven dat een apparaat zeker *niet* in zo’n korte gebruikstijd defect mag gaan. De televisie zou veel langer mee moeten gaan.

Kortom: Een coulancregeling is een niet te controleren regeling en er wordt regelmatig misbruik van gemaakt en is ook nog eens fraudegevoelig. De regeling wordt namelijk regelmatig toegepast door fabrikanten om onder een claim uit te kunnen komen door de consument ondanks de regeling relatief veel te laten bijdragen. Omdat er geen onafhankelijk controle mechanisme bestaat kunnen ze namelijk zelf de bijdrage bepalen. Ook fouten in de productie kunnen zo verdoezeld worden. De regeling is voor verkopers en fabrikanten meestal goedkoper dan het non conformiteit beginsel toepassen, waarover nu wat meer.

## 1.4 Non conformiteit

Non conformiteit is een duur woord voor ‚wettelijke garantie‘ en het is de achilleshiel van de verkoper omdat deze de enige rechtspersoon is die aansprakelijk gesteld kan worden. Dit komt omdat de consument een koopovereenkomst heeft met de verkoper en niet met de fabrikant van het product.

Verkopende partijen als Mediamarkt en BCC vallen liever terug op de coulancregeling en dat is wel te begrijpen omdat deze goedkoper is dan een rechtsgang. Mochten er bij een coulancre situatie problemen ontstaan, dan komen we uit bij een geschillencommissie. Deze commissie is een verlengstuk van bedrijven die zijn aangesloten, zoals Techniek Nederland en thuiswinkel.org. Omdat het hogerop zoeken bij een geschil omslachtig is, wordt er weinig gebruik gemaakt van de geschillencommissie. De doorlooptijd bij een geschil is meerdere maanden en er wordt vaak tijdens het proces geschikt door de verkoper zodat een uitspraak uit blijft. En de koper heeft gedurende die tijd geen werkende televisie. Zou bij een geschil het aanbrengen en de uitvoering versneld kunnen worden, dan zou het wel een effectieve tool kunnen zijn. Echter een commissie die een verlengstuk is voor organisaties zoals Techniek Nederland is niet erg effectief. De geschillencommissie zou beter direct onder het kantonrechter systeem kunnen opereren, met als doel het snel doen van uitspraken bij een geschil. Of er zou een zware boete kunnen worden opgelegd bij vertragend gedrag.

Het bestaan van non conformiteit is goed, maar de inhoud van de teksten kun je ter discussie stellen omdat de fabrikant volledig buiten schot blijft en bij een geschil de verkoper gedagvaard wordt. Fabrikanten kunnen daardoor de door hen veroorzaakte reparatie problemen afschuiven naar de verkoper. De verkoper is afhankelijk van

de fabrikant dus daar zit een niet gewenste relatie. Deze ongelijke situatie opnieuw beoordelen is echter aan de politiek. Belangenorganisaties voor consumenten zouden dit moet onderzoeken en dit onrecht op de agenda moeten laten zetten.

De gang naar de rechter is meestal gunstiger voor de consument dan elke andere regeling. Het toezeggen door een consument dat hij naar de rechter gaat is vaak al genoeg reden voor een verkoper om in beweging te komen. In de meeste zaken zien we dat de consument in het gelijk wordt gesteld. De meeste uitspraken worden in het nadeel van de verkoper gedaan omdat deze vaak steken laat vallen en vormfouten maakt. Grote bedrijven staan echter vrijwel nooit voor de rechter omdat deze zaken net voordat deze zullen plaatsvinden al worden afgekocht. De consument is dan weken bezig geweest met voorbereiden, maar alle moeite is dan voor niets geweest omdat er geen uitspraak volgt. Grote bedrijven voorkomen zo imago schade en uitspraken die later voor vergelijkbare situaties als voorbeeld zouden kunnen dienen.

De meeste rechtzaken vinden dus plaats tussen de kleinere bedrijven en de consument omdat deze ondernemers vaak onvoldoende kennis in huis hebben en geen jurist die een zaak vooraf zal schikken. Vormfouten zijn snel gemaakt en dan zal de rechter snel in het voordeel van de consument beslissen. Het beste zou zijn als er alleen non conformiteit zou bestaan, dit is beter voor de consument en fraude bestendig. Het is echter oneerlijk dat de fabrikant van het product niet aansprakelijk wordt gesteld maar de verkoper. Dit zou andersom moeten zijn (maar wel met de verkoper als tussenpersoon).

## **1.5 De klantenservice**

Fabrikanten ontwerpen en produceren apparaten met als doel deze te verkopen. Alles wat daarnaast nodig is, zoals verplicht onderhoud, zijn kosten die uiteindelijk in de verkoopprijs zouden moeten worden doorberekent. Zoals ik al beschreven heb is onderhoud uitbesteed en door middel van slimme contracten met enkele reparatie bedrijven geregeld (via aanbesteding). Samsung maakt op dit moment gebruik van Servilux maar dat kan morgen anders zijn. Philips, wat nu TP Vision is, is momenteel gekoppeld aan CE Repair Services. Sony, Panasonic en LG, allemaal organiseren ze service, reparatie en onderhoud niet in eigen huis maar besteden het uit. Dit heeft geleid tot een totaal ongecontroleerde service. Er is geen instantie te vinden die onafhankelijk in de keuken van de fabrikant en het reparatiebedrijf kan kijken en zo kan bepalen of de service wel betrouwbaar en eerlijk wordt uitgevoerd. In een gesprek met de directeur van TP Vision heb ik gevraagd naar de controle en onafhankelijkheid van hun service partners en dan komt het antwoord „Dat doen we als fabrikant zelf en regelen we intern”.

Het is een utopie om op de goedheid van fabrikanten te vertrouwen en te geloven dat onderhoud en reparatie belangrijk en essentieel is voor de ontwikkeling van nieuwe

en betere producten. Elke fabrikant heeft zijn onderhoud uitbesteed en ontwerp en productie fouten worden daardoor onder de pet gehouden of niet eens vertaald in productverbetering. Bovendien, een medewerker van zo'n bedrijf die je vandaag sprak zit morgen ergens anders dus kun je het hele verhaal nog eens vertellen.

Bij een probleem met een apparaat is het voor fabrikanten belangrijk dat dit per apparaat en individueel wordt afgehandeld. Het is namelijk schadelijk als bekend wordt dat er in een apparaat een ontwerpfout zit of dat er een defect bestaat doordat er een productiefout is gemaakt. Productie- en ontwerpfouten komen echter veelvuldig voor maar blijven hierdoor onbekend.

Tussen het reparatiebedrijf en de fabrikant zitten vaak servicecenters waar je mee kan communiceren: chatten en mogelijk bellen. Deze servicecenters heb ik regelmatig met vragen over defecte apparaten gebeld. Antwoorden van servicecenters zijn vaak ondeskundig en kloppen niet. Je moet echt geluk hebben dat je de juiste medewerker aan de lijn krijgt.

Een voorbeeld van een servicecentrum is dat van Philips. Philips maakt gebruik van een centrum dat naar eigen zeggen in Spanje zit. Hier werken mensen die Nederlands als moedertaal hebben. Ze melden standaard dat na vijf jaar uw televisie te oud is om te repareren en dat televisies niet meer zo lang meegaan als vroeger. De waarheid is natuurlijk anders omdat er eerst een juiste diagnose moet plaatsvinden en de beschikbaarheid en prijs van onderdelen de levensduur bepalen.

Hier een voorbeeld van een antwoord van het call centrum van Philips:

In de offerte wordt rekening gehouden met de leeftijd van het toestel en de eventuele reparatiehistorie. Gezien de televisies steeds beter en goedkoper worden is de verwachte levensduur dan ook niet zoals vroeger. Voor alle televisies, niet enkel Philips, geldt conform Uneto Vni een verwachte levensduur van 72 maanden indien het toestel meer dan 1000 euro heeft gekost.

Deze tekst is naar een consument in ons bestand gemailed. Er had nog geen technisch onderzoek plaatsgevonden en er is ook geen telefonische offerte gegeven. Ook is er geen offerte met dit antwoord aan de consument mee verzonden. Is hier sprake van ondeskundigheid, misleiding, blufpoker? Kies maar.

Op internet zijn veel zaken te vinden over het functioneren van de klantenservices die door de fabrikanten zijn opgezet. Helaas regent het klachten en dan te bedenken dat die klachten worden geschreven door consumenten en die niet zoals ik weten wat een goede en eerlijke oplossing voor de consument is.

Kortom: met het hebben van een klantenservice wil een fabrikant of verkoper de bereidheid tot service uitdragen maar helaas is dit een oncontroleerbaar systeem waar veel foute informatie wordt verstrekt en waar totaal geen transparantie en controle mogelijk is. Hierdoor komen honderdduizenden televisies onterecht op de afvalberg terecht terwijl ze gewoon hersteld hadden kunnen worden.

## 1.6 De verkoper

Voor de meeste consumenten is het aanschaffen van een televisie een impuls aankoop geworden. Het kopen van een toestel is niet meer te vergelijken met vroeger toen de relatie tussen consument en verkoper centraal stond. Is je televisie defect dan ga je naar de fysieke winkel of je zoekt op internet naar een online shop: kiezen, al dan niet op basis van nep recenties, kopen, afreken en leveren. Bij een fysieke winkel is een verkoper aan te spreken, hoewel, in de grote ketens is na een paar jaar niet meer duidelijk wie verkoper was. Bij een bezoek aan een internetshop vervalt geheel het beeld dat een televisie hersteld kan worden omdat deze consumenten die mogelijkheid niet bekijken of de mogelijkheid van het repareren niet kennen.

De meeste consumenten denken dat repareren van een televisie niet meer kan en verkopers en fabrikanten zien dat als een voordeel. Als de consument naar een fysieke winkel gaat vindt er wel een verkoopgesprek plaats naar de verkoper zal meestal niet vragen waarom er een nieuwe televisie nodig is. De verkoper is geïnteresseerd in een aankoop omdat hij aan repareren niets kan verdienen (vroeger was repareren wel een verdien model). Vandaag adviseert hij of zij dit toestel, morgen is een ander beter, maar wees op uw hoede als het argument betrouwbaarheid of ,gaat nooit stuk' wordt gebruikt. Achter de schermen gaat het vooral om de marges.

Als de consument aangeeft dat hij naar de winkel is gekomen omdat zijn televisies het niet meer doet zal de verkoper meestal (uitzonderingen daar gelaten) de volgende argumenten aangeven zodat hij de consument kan overtuigen direct een nieuwe televisie aan te schaffen.

- Uw televisie is te oud voor reparatie. Ze gaan niet zo lang meer mee als vroeger.
- Een nieuwe televisie aanschaffen is op den duur altijd goedkoper dan repareren.
- De onderdelen zijn zo duur dat een reparatie is zinloos. Televisies worden tegenwoordig niet meer hersteld.
- De gebruiksduurverwachting conform de tabel ,Techniek Nederland' is x jaar dus uw televisie is afgeschreven.
- Een nieuwe televisie kan veel meer dan uw oude, kijk maar . . . klik, klik, klik.

Dagelijks zien en horen we dit soort leugens en onzin voorbij komen en verkopers mogen dit blijkbaar geheel ongestraft blijven verkondigen. Het bewust creëren van dit



beeld is de beste marketingtool van de afgelopen jaren. Door deze tactiek heeft de fabrikant met medewerking van de verkopers het beeld laten ontstaan dat een televisie na 5 tot 6 jaar afgeschreven kan worden. Zo'n 20 tot 10 jaar geleden werden er ook televisies verkocht en werd er gewoon bij vermeld dat je minimaal 10 jaar plezier van het toestel kon hebben. Doordat er geen relatie meer is met de verkoper (het verloop is enorm en het is een bijbaantje voor studenten geworden) kan de consument deze daarop niet meer aanspreken. Het creëren van dit systeem door de fabrikant en het beeld laten ontstaan dat de consument moet geloven dat televisies minder lang meegaan heeft voor een enorme omzetstijging gezorgd. Dat dit ten koste is gegaan van een eerlijke handel en zuivere identiteit interesseert een fabrikant niet. Economie, aandeelhouders, jaarcijfers en bonussen zijn de drijfveren die deze situatie hebben veroorzaakt. Ondertussen sta je daar als consument voor de verkoopbalie, gevangen in het systeem, wat moet je anders dan maar weer een ander toestel aanschaffen. En dan hebben we het nog niet eens over het milieu.

De oorzaak van een defect aan een televisie is vaak iets kleins zoals een slechte HDMI kabel, een probleem met de mediabox, een gebroken antenne stekker, een enkel klein onderdeel defect, een harde software reset, en ook wel bedieningsfouten. Natuurlijk zijn ook wel serieuze problemen zoals dure onderdelen, maar als ik dit analyseer over 30.000 aanvragen waar we adviseren om in 10.000 gevallen een reparatie te overwegen, is er in 20 procent sprake van een dure module die defect is gegaan. Repareren van een enkel onderdeel komt het meeste voor.

In computers zit vaak een zogenaamde harde schijf of SSD. Beiden worden gegarandeerd in termen als 'de tijd tussen twee momenten van falen' en dan praten we afhankelijk van de prijs over honderduizenden tot miljoenen uren. Dat wordt dan vertaald in een kans dat het u gebeurt. Stel dat die kans een half procent is over pakweg vijf jaar. Dat is er klein en in de harde schijf zitten bewegende delen die erg gevoelig zijn terwijl een SSD erg warm kan worden. Vergelijkbare berekeningen zijn te vinden bij autos. Officieel zou dit ook moeten gelden voor televisies, en we zouden dan veel betere toestellen hebben: niemand koopt immers een toestel als de specificatie vermeldt dat het toestel een kans heeft van 5 procent om binnen drie jaar een niet te repareren defect te krijgen en een levensverwachting heeft van vijf jaar.

Consumenten moeten hierin zelf een verandering teweeg brengen door vooraf aan de aanschaf of na een defect eerst te informeren bij een onafhankelijke reparateur of een reparatie zinvol is. Zal deze nadat de klacht is geanalyseerd een negatief reparatie advies geven, dan kun je als consument altijd nog overgaan tot de aankoop van een nieuwe televisie.