

mai, Asia-
d Devel-
bejderan-
å 1.000
06. Faci-
op til
e. Udvik-
de ansæt-
dware-in-
ingmed-

istor

e har lavet
t. De har
rganisk
om to
stande.
ruges til
g. For-
mpelvis
strøm
i 40 Hz
pænding
genska-
ske med
i konven-
er er op-
esultatet
ature 22.
am]

er

er runde-
telefoner
er i følge
ce. Det er
en første
ram]

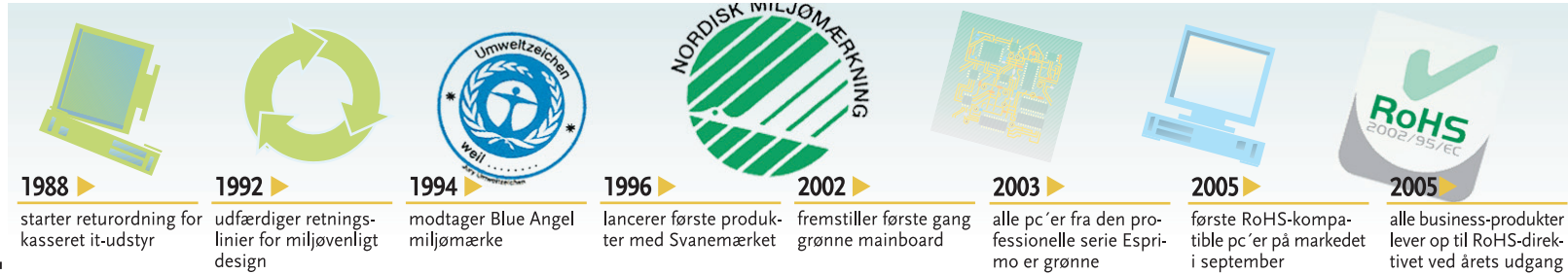
Hos Kirk Telecom, der er slut-
producent af bl.a. telefoner,
vurderer logistikchef *Søren E.
Mikkelsen* situationen som be-
rygende.

ponenter, men vi kan også se,
at det kan blive noget, der kan
komme til at spidse til og blive
værre hen over efteråret – bl.a.
inden for integrerede memo-

nikproducent, Bang og Oluf-
sen i Struer, volder overgan-
gen til RoHS også store van-
skeligheder på trods af, at
B&O er én af de danske elek-

En række japanske produ-
center af plasmapanelerne
har indsendt en ansøgning til
EU-Kommissionen om at bli-
ve fritaget for at opfylde RoHS-

FUJITSU-SIEMENS' BLÅ BOG FOR MILJØFORBEDRINGER



Grøn profil bliver brugt i markedsføringen

Af **Henrik Skov**
hes@ing.dk

Da det daværende Siemens-Nixdorf allerede tilbage i 1992 begyndte at lave interne retningslinjer for miljøvenligt design, var det ikke alle i virksomheden, der kunne få øje på fornuften. For det havde sin pris.

Nogle medarbejdere fik en idé om, at elektronikkoncernen, der senere blev til Fujitsu-Siemens, kunne begynde at udvikle mere miljøvenlige pc'er – de havde kigget på udviklingen og havde forudset det gigantiske omfang af elektronikskrot, der ville lande på lossepladserne i fremtiden.

»Deres antagelse var, at samfundet ville belønne os ved at købe sådanne miljøvenlige produkter,« fortæller *Peter Esser*, direktør hos Fujitsu-Siemens.

Ledelsen var interesseret og sendte medarbejderne tilbage til regnemaskinen for at finde ud af, hvor store merkostningerne ville blive.

Svaret var nedslående. En grøn pc ville koste mere end 8.000 kr. mere end en almindelig. Så meget var der ingen, der ville betale, mente ledelsen.

Alligevel arbejdede gruppen videre med forslaget – og ledelsen indvilligede i at bakke det op. Den gik i gang med at finde besparelser an-

dre steder i virksomheden, for prisen måtte ikke stige.

Fujitsu-Siemens kunne spare store summer på logistik, pakning og strømforbrug. Alene på pakning blev der sparet 37 millioner kroner. Og det finansierede udviklingen af grønne pc'er.

»Vi kan ikke forlange højere priser, fordi pc'erne er miljøvenlige. Forbrugeren forventer, at prisen skal ligge i omegnen af dine konkurrenters. Vores medarbejdere følte et ansvar for at skulle spare på andre ressourcer, så virksomheden kunne investere mere i udviklingen af miljøvenlige produkter,« fortæller *Peter Esser*.

Selv om ledelsen i sin tid var tilbageholdende, blev det et stort plus, at Fujitsu-Siemens allerede var godt i gang med miljøforbedringer, da tiden nærmede sig for implementeringen af lovpligtige forbedringer såsom RoHS-direktivet.

»I dag er vi nok nogle måneder foran vores konkurrenter med implementeringen af RoHS. Det er lang tid, når den skal være gennemført om ni måneder. Og mange af de nødvendige investeringer har vi allerede foretaget,« påpeger *Peter Esser* og fremhæver, at én af de største udfordringer har været at få underleverandørerne til at

følge trop. Desuden var det en tung ingeniørmæssig opgave at udvikle de nye lodde-metoder, der kræves, når de blyfri komponenter skal loddes ved højere temperaturer.

Han pointerer, at den langsigtede miljøsatsning har vist sig at give Fujitsu-Siemens en ledende fordel inden for miljøvenlige pc'er.

»Det har allerede vist sig at være gavnligt for vores markedsposition. Særligt i de nordiske lande har vi fået en række gode kontrakter, simpelthen fordi vores produkter er miljøvenlige,« fastslår *Peter Esser*. □