

Sajtóközlemény

2019. július 25.

Mihók Ildikó
Public Relations
T +36 30 619 3361
ildiko.mihok@gfk.com

Sztupár Andrea
Head of Market Insights
T + 36 30 970 6418
andrea.sztupar@gfk.com

Ellentétes fogyasztói trendek csatája az energiahatékonyságért

Budapest, 2019. július 25. – A GfK megvizsgálta az energiahatékonysághoz fűződő vásárlói szokásokat

A műszaki fogyasztási cikkek (Technical Consumer Goods - TCG), például okostelefonok, számítógépek, televíziók vagy mosógépek vásárlásakor milyen fogyasztói trendek érvényesülnek valójában napjainkban? A GfK Consumer Life® által megfigyelt fogyasztói attitűdök, valamint a kiskereskedelmi értékesítési helyszíneken tapasztalható vásárlói magatartás egyaránt szilárd bizonyítékkal szolgálnak arra, hogy az alábbiak befolyásolják legnagyobb mértékben az emberek vásárlási döntéseit:

1. Teljesítmény: A kifinomult termékjellemzők által élmények széles választéka érhető el
2. Egyszerűsítés: Az ismétlődő feladatok automatizálása, vagy a feladatok elvégzésének egyszerűbbé tétele
3. Prémium: Saját identitás kifejezése
4. Határtalan vásárlás: Fogyasztók: Most akarom!

GfK Hungária
Piackutató Intézet
1077 Budapest
Wesselényi u. 16.
A épület, IV. emelet
Magyarország

Levelezési cím:
1391 Budapest 62
Pf. 220

Tel. +36 1452 3050
Fax +36 1320 1776
www.gfk.com
www.facebook.com/gfkhungaria

Igazgató
Kozák Ákos PhD

További nagy hatással bíró fogyasztói trendek

A fenntarthatóság egy másik olyan döntő fogyasztói trend, amely erőteljesen jelen van a háztartási gépek világában, például a mosógépeknél és a hűtőszekrényeknél. Manapság a fogyasztók törekszenek rá, hogy jelentős mennyiségű energiát spórolhassanak meg, ami azt jelenti, hogy az energiacímkek fontos szerepet játszanak a döntési folyamatban.

Ebben az értelemben az elmúlt évtizedben Európában az értékesítés egyik fontos sikertényezője a megkülönböztetést segítő energiacímke –mivel így elérhetővé tették a gyártók számára, hogy megkülönböztessék magukat, és

ez hozzájárult a megnövekedett fogyasztói elégedettséghez.

2012-ben az európai országokban¹ mindössze a termékek 24%-a rendelkezett A++/+++ címkével, 2018-ra azonban a „Legjobb” címkével értékesített háztartási gépek részesedése 62%-ra nőtt. A+++ címkével mosógépeket adtak el, a hűtőszekrények és a fagyasztók piacán még mindig ritka ez a címke.

Ez azonban csak az igazság egyik fele!

Egyrészt az azonos méretű háztartási gépek az elmúlt évek során egyre energiatakarékosabbá váltak (például a no-frost technológiával ellátott kombinált hűtő-fagyasztók átlagosan 9 százalékkal kevesebb energiát fogyasztottak 2018-ban, mint 2014-ben), másrészt azonban egyre több fogyasztó vált át nagyobb kapacitású készülékre.

A műszaki cikkek esetében is a nagyobb teljesítmény került előtérbe. A vásárlók törekednek a gazdag és kényelmes fogyasztási élményre, azaz nagyobb kapacitású hűtőszekrényeket vásárolnak, amelybe több élelmiszert helyezhetnek el egyszerre, és így ritkábban kell vásárolni menniük. Azonban egyre több fogyasztó érez felelősséget a környezetünk iránt — jó példa erre a globális felmelegedés elleni mozgalmak számossága. A GfK Consumer Life® kutatása is megerősíti a fenntarthatóság előretörését: 2018-ban világszerte a válaszadók 45%-a mondta azt, hogy lelkiismeret furdalása van, ha valami olyat tesz, ami nem környezetbarát. Ez a gondolkodásmód folyamatos növekedést mutat a 2015-ös 37%-hoz képest.

Nyilvánvaló, hogy két fogyasztói igény csap itt össze egymással: A fenntarthatóság (energiatakarékosság) és a nagyobb teljesítmény (energiaéhség).

Valójában mi fontos a műszaki fogyasztási cikkek, például mosógépeket, szárítógépeket és hűtőszekrényeket vásárló fogyasztók számára? Infografikánkból megtudhatja, milyen fenntarthatósági trendek érvényesülnek Európában a háztartási gépek terén. (Infografika: Fenntarthatósági trendek az európai háztartási gépek terén)

Az energiahatékonyságot is figyelembe vevő tudatos vásárlás hazánkban is teret nyert, amihez hozzájárultak a kormány csereprogramjai is. A 2014-2018 közötti hazai adatokat vizsgálva, megállapítható, hogy 4 év alatt a nagyobb háztartási gépek (mosó- és mosogatógépek, szárítógépek, hűtők, fagyasztók, sütők) esetében jelentősen nőtt az A plusz(+/+)+ energiaosztály részaránya. A legjelentősebb emelkedés az A+++ -os mosógépek esetében figyelhető meg: arányuk 2014-es 20,6%-ról 2018-ra 67,8%-ra növekedett. A mosógépeken belül leginkább a 6 kg alatti kapacitásúak

¹ .Az adatok 10 jelentős európai országból származnak: AT, BE, DE, ES, FR, GB, IT, NL, PT és SE

esetében nőtt az A+++ részarányának növekedése (9,3%-ról 30,9%-ra), míg a 7 kg-os kapacitásúak esetében ez az arány 7%-ról 23,2%-ra emelkedett.

A közlemény mellékleteként készített infografika [ITT](#) érhető el.

A GfK-ról

A GfK-nál az adatok tudományos módszerekkel kerülnek feldolgozásra. Innovatív kutatási megoldásaink a fogyasztók, a különböző piacok, a márkák és a média jelenét és jövőjét firtató fő üzleti kérdésekre adnak választ. Mit kínálunk kutatóként és elemzőként partnereinknek világszerte? "Growth from Knowledge".

További információért, kérjük, látogasson el a www.gfk.com, illetve kövesse a GfK-t a Twitteren: <https://twitter.com/GfK>.