

2019. szeptember 09.

Sztupár Andrea
Tel. +36 30 970 6418
andrea.sztupar@gfk.com

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

Sajtóközlemény

Három fő tényező érvényesül a háztartási nagygépek piacán

Nürnberg, 2019. szeptember 04. – A világkereskedelemben tapasztalható nehézségek ellenére a háztartási nagygépek piaca kifejezetten jó első félévet tudhat maga mögött. A teljes piaci forgalom 2,7 százalékkal nőtt, ami alapján a teljes évre vonatkozó növekedés akár 2 százalék is lehet a GfK várakozásai szerint. Ez pedig 182 milliárd eurós éves forgalmat vetít előre. A növekedéshez hozzájáruló fő trendek a teljesítmény/kapacitás, az egyszerűsítés és a korlátlan vásárlás lehetősége – állapítja meg a GfK a 2019-es berlini IFA alkalmából a háztartási nagygépek piacról készített összegzésében.

Az egyes régiókat megvizsgálva 2019 első hat hónapjában az látszik, hogy a háztartási nagygépek piaca Brazíliában újra a régi (+13 százalék), míg Indiában erőteljes fellendülésnek indult (+10 százalék). Európa az euróban számított abszolút növekedés legnagyobb részét adva továbbra is növekedési pályán van. Ugyanakkor Kínában 6,2 százalékos visszaesés volt tapasztalható, ami egyben a teljes piac lassulásának legfőbb indoka, lévén Kína akkora piac, hogy a többi régióknak csak nagy küzdelmek árán sikerült kiegyensúlyozni az értékbeli forgalom visszaesését. Emiatt 2019 egészét tekintve immár egyértelmű, hogy a piac teljesítménye a kínai piac ingadozásaitól és az amerikai-kínai kereskedelmi feszültségektől függően alakul majd.

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

Levelezési cím:
1391 Budapest 62
Pf. 220

Tel. +36 1 452 3050
Fax +36 1 320 1776

Igazgató
Kozák Ákos PhD

Vannak azonban pozitív irányba mutató trendek is - így például az erőteljes növekedés Algériában (+35 százalék), Lengyelországban (+12 százalék) és Magyarországon (+17 százalék), ahol a háztartási nagy gép-csereprogram sokat lendített a piacon.

A németországi piac fejlődésének tavalyi megtorpanását követően idén javított a növekedés dinamikáján (+1,7 százalék), és 3,9 milliárd eurós forgalmával az év első felében továbbra is a világ harmadik legnagyobb háztartási nagy gép-piaca.

Norbert Herzog, a GfK háztartási nagy géppiaci szakértője szerint „a méret igenis számít a fogyasztóknak, amikor háztartási nagy gépekről van szó. Hosszú távon a kapacitás az, ami valamennyi nagyobb piacon hajtóerőként működhet. Ez a mosógépek esetében a gyakorlatban egyre nagyobb ruhatöltetet, a hűtők esetében a szélesség és magasság, sütők esetében pedig a belső tér tágasságának növelését jelenti. Példának okáért a 9 kg vagy annál nagyobb ruhatöltetű mosógépek eladása 24 százalékkal bővült.”

Egyszerűsítsük életünket

A GfK Consumer Life felmérése szerint a fogyasztók mintegy fele (52 százalék) világszerte egyetért azzal az állítással, hogy „Folyamatosan keresem a módját, hogy egyszerűsítsem életemet” Így aztán a házimunka elvégzése által felemésztett idő lerövidítése különös fontossággal bír a fogyasztók számára, tehát a multifunkcionális és intelligens gépek-berendezések egyre népszerűbbek. E trend nyilvánvalóan tükröződik a kombinált mosó-/szárítógépek 2019. évi forgalmának 13 százalékos növekedésében.

Új keletű és valós trend a **gőzfunkciós készülékek** iránti kereslet. Ezek egyszerre többféle előnyt kínálnak - a gőzfunkciós mosogatógépekben a szárító funkció hatásosabb, e funkcióval a szárítógépekben kevésbé gyűrődik a ruha, az ezekben készülő étel pedig egészségesebb. A gőzfunkcióval rendelkező háztartási eszközök globális forgalma 2019 első hat hónapjában 41 százalékkal bővült. Jelenleg ebben Kína és India a zászlóshajósok, és a jövőben további növekedés várható.

Az okos **háztartási berendezések** célja általában az egyszerűsítés; értékesítésük - Kínát kivéve - minden régióban erőteljesen nő. Kína nélküli globális képet tekintve az intelligens készülékek forgalma 18 százalékkal bővült.

E piac további fejlődéséhez elengedhetetlen lesz a márkák közötti interfész kialakítása, az adatbiztonsággal kapcsolatos fogyasztói aggodalmak elosztatása, és a használatra biztató meggyőző esettanulmányok terjesztése. A smart speaker, azaz okos hangszóró potenciális megoldást jelenthet ezek némelyikére, és a jövőben leegyszerűsítheti az okosotthon ökoszisztéma működtetését.

A siker kulcsa a korlátlan vásárlási lehetőség

A GfK FutureBuy tanulmánya szerint a fogyasztók 65 százaléka úgy érzi, soha ilyen erős támogatást nem kapott még a vásárlásig vezető úton. Az online kereskedelemmel az időben korlátlan, 7/24-es vásárlás vált az új normává, és ezzel magasabbra helyeződött a lécs fogyasztók vásárlási élményre vonatkozó elvárásait illetően. Nem csoda, hogy mérséklődött a vásárlási csatornával szembeni preferencia, mivel az omnichannel, azaz sokcsatornás megközelítés vált a siker kulcsává.

A teljes iparágból 20 százalékos részesedést kiharító online értékesítés már most érett üzletág. Kínát nem számolva ide, az online kiskereskedelem még mindig 11 százalékkal bővül, ám e bővülés dinamikája szemmel láthatóan lassul. Ha azonban a képletbe Kínát is beírjuk, az szinte teljesen nullázza a növekedést, tekintve, hogy az online kereskedelemben élen járó piac előbb stagnált, majd 2019 első félévében 5 százalékos visszaesést produkált.

A vásárlók legjobb kiszolgálása az online és offline összekötésével és promotálásával lehetséges. Európában a hagyományos üzletek online értékesítése az elmúlt négy évben 39 százalékkal megugrott, és ezzel meghaladta a kizárólag online értékesítő kereskedők „csupán” 12 százalékos növekedési ütemét. Ez pedig nem másra, mint a határtalan, korlátlan vásárlási élmény fontosságára hívja fel a figyelmet.

Megjegyzés a szerkesztőnek

A GfK kiskereskedelmi paneljén keresztül világszerte több mint 80 országban gyűjt rendszeresen adatokat a háztartási nagygépekről, így a mosó- és szárítógépek, mosogatógépek, hűtők és fagyasztók, tűzhelyek és sütők, főzőlapok, elszívók, mikrohullámú sütők piacáról. Ellenkező jelzés hiányában, valamennyi, e sajtóközleményben szereplő számadat 2019 január-június közötti hathónapos időszakra vonatkozik. A százalékban megadott növekedési ütem az előző év azonos időszakában mért bevételhez viszonyított bevétel-

növekedést jelzi. Jelen közlemény alkalmazásában a háztartási nagygépekbe a légkondicionáló berendezések nem beleértendők. Jelen sajtóközleményben szereplő valamennyi forgalmi adat rögzített árfolyamon alapul.

A 2019. évi IFA során a GfK különböző témákban - így az IT, TV, telekommunikáció, audióberendezések, háztartási kis- és nagygépek, okosotthon, határtalan vásárlás és a műszaki fogyasztási cikkek - tájékoztatja a sajtót közlemények formájában. További információ a következő linken elérhető: <https://www.gfk.com/press-room/>

Sajtókapcsolat: Mihók Ildikó, T.: +36 1 452-3050;
ildiko.mihok@gfk.com

Találkozzon a GfK-val a berlini IFA-n, 2019. szeptember 6 és 11 között.

Szakértőink elérhetők a IFA NEXT Hall 26-ban és az IFA-n működő GfK irodában (4. emelet, VIP2, Nagy Csillag)