

GfK RETAIL REPORTS

Q3 / 2015



GfK. Growth from Knowledge

Met GfK Retail Reports heeft u elk kwartaal direct zicht op de actuele ontwikkelingen binnen de grootste non-food markten in de Nederlandse retail: Een heldere samenvatting van de harde feiten en een spitse analyse van trends, in woord & beeld.

KLEIN HUISHOUDELIJKE APPARATUUR

Klein huishoudelijk: het zijn de producten met een verhaal die succesvol zijn!



Niels van Steijn
Business Consultant

Het derde kwartaal van 2015 betekende weer groei voor de markt van klein huishoudelijke apparaten. De omzet in het derde kwartaal kwam uit op €184 miljoen. Een groei van 5,6% vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Daarmee laat deze markt nu al geruime tijd positieve omzetcijfers zien, want het is ondertussen het 8e opeenvolgende kwartaal met groei!

De stijgende omzet binnen de klein huishoudelijke markt laat zich naast de vervangingsvraag eenvoudig verklaren door een aantal elementen welke al vaker zijn genoemd; gemak, innovatie, en gezondheid. Voorbeelden hiervoor zijn te vinden in de zeer positieve verkoopcijfers van 'vetarme' friteuses, sapcentrifuges en citruspersen, bloeddrukmeters, digitale thermometers, elektrische tandenborstels, haardrogers, personenweegschalen, en stofzuigers. Doorgaans allemaal producten met een ondersteunend verhaal erachter. Het is dan ook geen toeval dat deze producten succesvol zijn en door de consument breed worden omarmd.

Wanneer we wat dieper inzoomen op de klein huishoudelijke markt, dan kunnen we de markt ruwweg opsplitsen in drie hoofdsegmenten, namelijk: 'Kitchen Appliances', 'Personal Care', en 'Home Comfort'.

Het segment Kitchen Appliances liet in het derde kwartaal van 2015 een groei zien van 6,8%. Hieronder vallen de kleine keukenapparaten zoals koffiezetters, waterkokers, broodroosters, friteuses, keukenmachines etc. Opmerkelijk binnen dit segment is de omzetzaling binnen koffiezetters in het derde kwartaal. Deze daling wordt grotendeels veroorzaakt door een toenemende druk op de gemiddelde prijs. Ook waterkokers en broodroosters hebben niet kunnen bijdragen aan de groei.

Binnen het segment Personal Care zagen we ook een groei van 6,8%. Maar hier bleven vooral tondeuses, haarstylers, en scheerapparaten achter in de groei. De rest van de producten binnen dit segment presteerden juist bovengemiddeld.

Tot slot het segment Home Comfort, hier noteerde wij de kleinste groeibijdrage: 2,5%. Deze groei komt volledig uit de stofzuigermarkt aangezien strijkijzers in het 3e kwartaal wederom een daling in de omzet liet zien.



COLOFON

Uitgever

GfK
Krijgsman 22-25
1186 DM Amstelveen
Tel. 020 - 713 3000
nl@gfk.com
www.gfk.com/nl/

Redactie

Barbara Schouten, Andrea Hoogesteijn

Vormgeving & Productie

Marijn van Zomeren
Corporate internationaal GfK team

Disclaimer

GfK Retail Reports is een uitgave van GfK. Hoewel bij het ontwikkelen van deze uitgave de grootst mogelijke zorgvuldigheid is betracht, bestaat altijd de mogelijkheid dat bepaalde informatie onjuist is. GfK is niet aansprakelijk voor de gevolgen van activiteiten die worden ondernomen op basis van deze informatie.

Copyright

Het is toegestaan informatie uit deze uitgave over te nemen, mits er sprake is van juiste bronvermelding: GfK

Interesse in de Belgische markt?

Schrijf u nu in op www.gfk.com/be/retail-reports en blijf elk kwartaal op de hoogte van de actuele ontwikkelingen binnen de grootste non-food markten in de Belgische retail.

