

# JAAROVERZICHT 2015

V L E H A N

V L E H A N V E R E N I G I N G  
• L E V E R A N C I E R S • H U  
I S H O U D E L I J K E • A P P  
A R A T E N • N E D E R L A N D

# JAAROVERZICHT 2015

## INHOUD

VOORWOORD VLEHAN	5
MARKTRAPPORTAGE & SAMENVATTING	7
PRODUCTGROEPEN, DEFINITIE	12
METHODE VAN ONDERZOEK	13
TOTALE MARKT GROOT HUISHOUDELIJKE APPARATEN	15
WASAUTOMATEN	16
DROOGAUTOMATEN	18
AFWASAUTOMATEN	20
KOELKASTEN	22
VRIEZERS	24
INBOUW KOOKPLATEN	26
FORNUIZEN & OVENS	27
AFZUIGKAPPEN	28
MAGNETRONS	29
STOFZUIGERS	30
STIJKIJZERS	32
KOFFIEZETAPPARATEN	33
SAMENSTELLING BESTUUR	34
LEDENLIJST	35
LEDEN	37
UITGAVE	39

V L E H A N V E R E N I G I N G  
• L E V E R A N C I E R S • H U  
I S H O U D E L I J K E • A P P  
A R A T E N • N E D E R L A N D

# V L E H A N

## VOORWOORD VLEHAN

### 2015 EEN GOED JAAR!

In mijn voorwoord van 2014 gaf ik aan dat de economie zich voorzichtig herstelt. Dit herstel is in 2015 doorgezet. Met een economische groei van 1,9% loopt Nederland weer voorop in Europa. De grootste bezuinigingen zijn achter de rug en Nederland kan zich weer opmaken voor een periode van economische voorspoed. De € 5 miljard die de overheid in 2015 heeft uitgetrokken voor lastenverlichting voor de burgers zal hieraan een bijdrage leveren.

Een aantal productgroepen heeft duidelijk profijt gehad van deze positieve ontwikkelingen. Het aantal verhuisbewegingen neemt met de dag toe, ondanks de strengere hypotheek eisen. De markt voor inbouwapparatuur is daardoor toegenomen, omdat een verhuizing een carrousel op gang brengt van meerdere verhuizingen. In iedere keuken die verkocht wordt gaan 5 apparaten. De Vlehan leden hebben hiervan geprofiteerd.

In 2015 zijn er twee campagnes geweest van 'Energievreeters. Pak ze aan!', zowel voor koel-vries apparaten als voor energiezuinige wasdrogers. In de afzetcijfers waren de resultaten van beide campagnes terug te zien. De totale verkoop van grote huishoudelijke apparaten is 8% gestegen. De grootste stijging vond plaats in de productgroep 'koken'. Er was een bovengemiddelde groei van kookplaten van 12,5% in volume en 19% in omzet. Ook de groep afzuigkappen heeft geprofiteerd van deze sterke groei.

De omzet in kleine huishoudelijke apparaten heeft in 2015 ook een sterke impuls gekregen. De totale omzet is gestegen met 6,5% naar € 753 miljoen. Het aantal verkochte stofzuigers is met 5,7% gestegen, terwijl de omzet steeg met 11,1%. Dat er meer duurdere apparaten zijn verkocht heeft te maken met de invoering van het energielabel. 35% van de stofzuigers heeft het energielabel A. Er is dus een vliegende start gemaakt na de invoering van het label in het afgelopen jaar.

Een uitzondering op de positieve toestand zijn de koffiezetters. In volume daalde het aantal koffiezetters met 6,1%. Het aantal espressomachines nam toe. De daling is geheel toe te schrijven aan de dripfiltermachines. Blijkbaar heeft er een verzadiging van de markt plaatsgevonden voor dit segment van de markt.

In 2015 is de nieuwe website van de Vlehan live gegaan. Deze interactieve site is er op gericht de communicatie met de stakeholders verder te verbeteren. Naast een besloten gedeelte is er veel informatie te vinden voor de retail en de keukenbranche over bijvoorbeeld energielabels. Door het secretariaat van de Vlehan is er in overleg met de nVWA een brochure opgesteld waar alle informatie in staat die bij de plaatsing van een label in de winkel of showroom relevant is.

Voor 2016 verwachten wij een bestendiging van de groei die waarschijnlijk niet zo uitbundig zal zijn als in 2015, maar indien de tendens zich voortzet zitten we binnenkort weer op het niveau van 2008. En dat was één van de beste jaren uit de geschiedenis van de branche!

Jeroen de Roos  
Directeur VLEHAN



V L E H A N V E R E N I G I N G  
• L E V E R A N C I E R S • H U  
I S H O U D E L I J K E • A P P  
A R A T E N • N E D E R L A N D

2015 - "HET HERSTEL ZET DOOR IN 2015:

OMZET GROOT HUISHOUELIJK +8%.

KLEIN HUISHOUELIJK +6%."

2015 vormt het tweede jaar op een rij waarin de ontwikkeling in de Witgoed markt een uitermate positieve trend laten zien. Ondersteund door een stevige groei in de (ver)huizenmarkt is het logisch dat de verkoop van keukenapparatuur groeit. Maar ook de aantallen wasautomaten en droogautomaten profiteren mee van de positieve stemming van de consument. Zoals in de voorgaande jaren en met gepaste trots melden we dat deze ontwikkeling mede gedragen wordt door een fors hoger percentage verkopen in de betere energieklassen.

De markt voor kleine huishoudelijke apparaten groeide ook in 2015 weer stevig door. De omzet steeg met ruim 6%. "Home comfort" springt er uit met een stevige groei in stofzuigers en "steam cleaners". "Personal care" doet daar weinig voor onder met als sterkste segmenten scheerapparaten en elektrische tandenborstels. En de wat lagere volumegroei in kleine keukenapparatuur resulteerde door de hogere gemiddelde prijs toch in een nagenoeg gelijke omzetstijging met als plus (hete lucht) frituurpannen en als min de koffiezetters.

Het VLEHAN jaarverslag is een initiatief van de VLEHAN ondersteund door GfK. Kijk voor de GfK kwartaalupdates van de belangrijkste trends in de markt op [www.gfk.com/gfktemax](http://www.gfk.com/gfktemax).



## ALGEMENE ECONOMISCHE SAMENVATTING

De Nederlandse economie is in het vierde kwartaal van 2015 met 0,3% gegroeid ten opzichte van een kwartaal eerder, meldt het CBS. Dat is vooral te danken aan de investeringen en de uitvoer. Dit is het zevende achtereenvolgende kwartaal met groei. Met het beschikbaar komen van het vierde kwartaal is ook het eerste (voorlopige) groeicijfer voor het jaar 2015 bekend. De Nederlandse economie groeide vorig jaar met 1,9%. Met uitzonderlijke elementen zoals het warme weer en als gevolg het lage energieverbruik (drukt de bestedingen) tegenover de stimulans van de hogere autoverkopen door wijzigingen in de bijtellingsregeling.

Sinds het begin van de economische crisis in 2008 liep de werkloosheid in Nederland vrijwel continu op, tot 7,4% in 2014. Toen zette de daling in tot 6,9% in 2015. Een langzame daling mede vertraagd door de verdergaande rationalisering/automatisering.

De Nederlandse economie groeide weer in 2015, de 1,9% groei die het CBS publiceerde onderstreept een voorzichtig maar aanhoudend herstel.

## CONSUMPTIEVE BESTEDINGEN

In de elektronica sector staat de mobiele telefoon en de 'tablet' nog onverminderd in de belangstelling van de consument. Telecom zet op jaarbasis nog een zeer stevige 16% groei op de kaart, maar IT verliest ruim 8% omzet.

Met de stevige stijging in de Witgoed- en de Kleine Huishoudmarkt komen we uit op een omzetstijging van 1,4% voor het totaal van de uitgaven van de consument in de sectoren gemeten door GfK (zie "detailhandelsomzet" en TEMAX). Dit is slechts een selectie van uitgaven; totale consumptie door huishoudens was volgens het CBS De consumptie van gezinnen was 1,6% hoger.

## DETAILHANDELSOMZET

De groei wordt ook in de witgoedbranche grotendeels gerealiseerd in de online business. Een van de oorzaken die mede aangedragen worden als reden van de "shake-up" in retail met zijn dieptepunt in begin 2016 met het verdwijnen van een aantal bekende ketens zoals V&D.

Online staat niet meer in tegenstelling tot traditioneel of fysiek, het is daarin volledig geïntegreerd. Het verdienmodel is aan het verschuiven met als voornaamste drijvers logistiek en CRM. De 'nieuwkomers' hebben dan wel de vrijheid om een strategie neer te zetten die het beste bij de moderne, internet georiënteerde, klant past. Het is logisch maar toch verfrissend om te zien dat de klant in die aanpak weer meer dan ooit centraal gezet is: we bieden een breed pakket, helpen bij de keuzes, zorgen voor een levering die snel is en op het moment dat de klant het wil, leggen zijn gegevens vast. 'Last but not least': als hij het wil verzorgen we de plaatsing/installatie. De toegevoegde waarde van retail blijft overduidelijk aanwezig in een aantal van deze diensten.

De bestedingen in het laatste kwartaal van 2015, in alle door GfK gemeten non-food markten, laten een stijging van 2,5% zien ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Deze groei is volledig gedragen door Telecom, Groot en Klein Huishoudelijk. GfK TEMAX® Netherlands is een index die is ontwikkeld door GfK om de bovenstaande trends van de markten voor technische consumentengoederen in kaart te brengen. De door GfK gemeten "TEMAX" omzet, in retail als totaal, stond met 9,3 miljard Euro op een stijging

van 1,4% voor totaal 2014 (voor een update zie <http://www.gfk.com/temax/western-europe/Pages/netherlands.aspx>).

## HUIZENMARKT

Het aantal opgeleverde nieuwbouwhuizen en het aantal verhuizingen zijn belangrijke factoren in de ontwikkeling van de witgoedmarkt.

## DE ONTWIKKELING VAN DE PRIJZEN

Naast de kosten van producten zijn verschuiving in de mix en productintroducties oorzaak van een veranderende prijs. Wederom zijn we als branche erin geslaagd de extra toegevoegde waarde te leveren met een lichte stijging van de prijs. Bij de volume stijging geeft de prijsstijging de omzet een forse extra duw in de rug.

De prijs van de (inbouw)apparatuur is vaak een niet op detail gespecificeerd onderdeel van een totale keukenofferte en wordt op basis van GfK ad hoc onderzoek bijgestuurd. Op deze basis zien we een stijging van de gemiddelde verkoopprijs van inbouwapparatuur van 1,4%. Het is gangbaar dat er in het aanbod van nieuwe keukens extra kortingen gegeven worden die ook weerslag hebben op de apparatuur. Het is daarom aannemelijk dat in de door GfK verkregen prijs een licht positieve vertekening van de prijs en omzet van dit jaarverslag geeft.

De prijs van de vrijstaande producten ontwikkelde zich in 2014 met een 1% plus ook positief. "Wassen" blijft op dezelfde gemiddelde prijs en maakt de inflatie dus niet goed. In "koelen" zien we een kleine 1% stijging en "drogen" zorgt met een solide 2,5% stijging voor een reële groei. De techniek speelt hier een doorslaggevende rol, de droogtrommels met warmtepomp en grotere beladingscapaciteit staan garant voor toegevoegde waarde.

Blijvend is de groei van producten met betere kenmerken tegen steeds scherpere prijzen. Vaak komt dat terug in de betere energieklassen waarin het product valt, traditioneel een sterk punt van de witgoedindustrie en wederom de rode draad in dit VLEHAN jaarverslag. We zien voor nieuwe producten een sterke focus op het beste energielabel.

## WASSEN EN DROGEN

De wasautomatenmarkt toont in 2015 weer ups & downs; met in de eerste helft van het jaar een stevige groei. In de tweede helft nam de groei af, mede omdat in die periode de 2014 verkopen al uitbundig gegroeid waren. Modellen met een capaciteit van 8kg groeiden fors in aandeel, in december qua verkoopvolume al gelijk aan de 7 kg modellen. Deze verschuiving in modellen ging gepaard met een aanmerkelijke groei in de beste energieklassen A+++; in aantallen in december al naar 86%. De consument was winnaar en kocht deze betere machines tegen dezelfde gemiddelde prijs. Al in al resulteerde dit in een omzetgroei van 3,8%.

De verkoop van droogautomaten toonde eenzelfde uitbundig eerste helft van het jaar. De tweede helft van 2015 werd gekenmerkt door relatief goed weer, waarbij de droger minder belangrijk is. En ook hier een najaar in 2014 wat moeilijk te evenaren was. Uiteindelijk kwam de omzet ruim 11% boven 2014 uit op jaarbasis, bij een volume stijging van ruim 8%. Het innovatieve 'warmtepomp' segment steeg naar boven de 70% omzetaandeel in december.

## AFWASSEN

Traditiegetrouw vinden we in deze productgroep een van de betere resultaten binnen de witgoedbranche. Afwasautomaten hebben naast de vervangingsvraag nog een stukje autonome groei. Steeds meer wordt het in- onderbouw model verkocht, vrijstaand is nog slechts een op de vier.

De stevige volumestijging resulteerde in een bijna gelijkaardige omzetgroei van 6%. Met het populairder worden van deze apparaten neemt het minder hoge prijssegment in belang toe. Hier werden wel betere apparaten verkocht maar tegen dezelfde prijs. De categorie A++ en A+++ groeiden naar een omzetaandeel van 59% op jaarbasis.

## KOELEN EN VRIEZEN

Met 40% in aantallen koelkasten in de energieklassen "A++ en beter" is in 2015 de volgende stap gemaakt. We kunnen de verdergaande trend al zien; "A+++" staat al stevig op de kaart met 7% aandeel in stuks. Als we dan ook over het totaal van 2015 5,4% hogere verkoopaantallen en 6,5% meer omzet in de rapportage terugzien kunnen we op het jaar tevreden terugkijken.

De markt voor diepvriezers daalt met 1% in volume maar met een plus van 3,4% in omzet. De trend richting de betere producten komt ook tot uiting in de energieklassen; van 34% naar 40% in "A++ en beter".

## KOKEN

Dit jaar zat de grote verrassing in de groep "Koken". Bij kookplaten zagen we in 2015 weer de verdere verschuiving van gas naar elektrisch. Deze productgroep groeit met een forse 13,3% in volume en 14,5% in omzet.

De fornuizen/ovens lopen in de pas met de deze forse groei: 12,5% in volume en een ongekende 19% in omzet. De volumegroei valt samen met een vernieuwd productaanbod en we zien hier een scherpe verschuiving naar de hogere segmenten. Ook voor de afzuigkappen een aanhoudende groei met een forse 5,6% in volume ondersteund door een stevige verschuiving naar de hogere segmenten zoals de schouw- en eilandkap. Resultaat: een 11,4% hogere omzet.

Minder uitbundig maar nog steeds robuust is dan de ontwikkeling in magnetrons. De verkoopaantallen groeiden met een 4,3%. Daarbinnen groeit het aandeel van de hoger gespecificeerde inbouw combi magnetrons en duwt de gemiddelde prijzen omhoog. Een omzetgroei van 5,8% is het resultaat.

## KLEINE HUISHOUDELIJKE APPARATEN

De markt voor kleine huishoudelijke apparaten omvat een 13-tal productgroepen, niet alleen apparaten voor in de keuken maar ook producten voor persoonlijke verzorging zoals haardrogers, elektrische tandenborstels en scheerapparaten. De totaalomzet van deze markt groeide in 2015 met 6,5% naar 753 Miljoen Euro (zie: [www.gfk.com/gfktemax](http://www.gfk.com/gfktemax)). Deze goede resultaten zijn te verklaren door een aantal ontwikkelingen in de markt. Het zijn doorgaans de innovatieve producten die hebben bijgedragen aan deze groei. Bijvoorbeeld de opmars van ontharingsapparaten met behulp van 'lichtpulsen'. Daarnaast zien we ook dat gezondheid een belangrijk thema is. Het is dan ook niet vreemd dat nagenoeg alle producten die hiermee te maken hebben groeien in afzet en omzet. Voorbeelden van dit

soort producten zijn: hete-lucht-friteuses, foodprocessors, multi cookers, blenders, en slow juicers.

De drie productgroepen in dit jaarverslag ontwikkelden zich als volgt:

## STOFZUIGEN

In 2015 zijn de aantallen met 5,7% en de omzet met 11,1% gegroeid. De invoering van het energielabel in 2014 heeft de markt aardig veranderd. In deze rapportage hebben we dan ook hier het energielabel toegevoegd en met 35% van het aantal verkochte stofzuigers in 2015 in categorie A maken we hier een vliegende start. Mede door de invoering van het energielabel zien we een verschuiving in de mix naar een gemiddeld hogere prijs, getuige de voornoemde omzetgroei.

## STRIJKEN

Het totaal aantal verkochte strijkijzers bleef stabiel in 2015, waarbij het aandeel van strijksystemen eveneens op 21% bleef steken. De totale omzet daalde met 1,2%. Hier zien we dat in 2015 door een aantal aanbiedingen in het lagere prijs/performance segment het volume op pijl bleef, maar de omzet licht daalde.

## KOFFIE ZETTEN

De koffiemachinemarkt is in 2015 gedaald in volume met 6,1% en in omzet met 2,4%. Het aandeel espresso machines nam verder toe zowel in afzet als in omzet, de daling vond voornamelijk plaats in de filtersystemen.



# PRODUCTGROEPEN

## DEFINITIE

De definitie van de markt van groot en klein elektrische huishoudelijke apparatuur is: de totale jaarlijkse uitgaven van de Nederlandse consument aan groot- en klein huishoudelijke apparaten gedaan bij de Nederlandse retailers. Het gaat hier zowel om vrijstaande als inbouw apparatuur. De zakelijke markt voor deze apparaten wordt niet meegenomen. Hieronder volgt een opsomming van alle producten die samen de markt voor elektrische huishoudelijke apparatuur vormen in dit rapport. (Productgroepen die niet worden genoemd zijn dus niet meegenomen in de totale omzetcijfers voor deze markt).

### GROOT ELEKTRISCHE HUISHOUELIJKE APPARATEN

- Wasautomaten
- Droogautomaten
- Afwasautomaten
- Koelkasten
- Diepvriezers
- Inbouwkookplaten
- Ovens en Fornuizen
- Afzuigkappen
- Magnetrons

### KLEIN ELEKTRISCHE HUISHOUELIJKE APPARATEN

- Koffiezetapparaten, filter en padmachines
- Espresso apparaten
- Stoom- en droogstrijkijzers
- Strijksystemen
- Stofzuigers



# METHODE VAN ONDERZOEK

Als onderdeel van het internationale marktonderzoekbureau GfK opereert de 'Retail and Technology' divisie sinds 1978 op de Nederlandse markt met een continu panel in de Nederlandse detailhandel. GfK registreert verkopen van genoemde huishoudelijke apparatuur aan consumenten op basis van de verkopen van de detailhandel. De resultaten van dit onderzoek maken het mogelijk om de ontwikkeling van de verschillende producten in de tijd te volgen. Vervolgens kunnen hiervan onder meer trendanalyses weergegeven worden. GfK Retail and Technology in Amstelveen is onderdeel van de Retail and Technology Business Unit van de GfK Group, die deze markt wereldwijd volgt. Voor meer informatie over de wereldwijde activiteiten van GfK zie [www.gfk.com](http://www.gfk.com).

### OVERIGE BRONNEN

Voor aanvullende informatie over de totale Nederlandse markt voor huishoudelijke apparatuur zijn gegevens van andere instituten die actief zijn in deze markt gebruikt. Met name het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en de VLEHAN statistiek uitgevoerd door Panteia.

### SAMENSTELLING RAPPORT

Aan de hand van de trendanalyses op basis van de GfK Retail and Technology marktrapportages, raadpleging van diverse overige bronnen en inbreng van de diverse leden aangesloten bij de VLEHAN, zijn de tabellen samengesteld. De gerapporteerde gegevens hebben betrekking op de totale uitgaven van de Nederlandse consument aan huishoudelijke apparatuur, zoals eerder gedefinieerd. In de samenstelling van productgroepen en verkoopkanalen kunnen in dit rapport enkele correcties zijn doorgevoerd op de cijfers uit het vorige rapport. Dit heeft mogelijk een kleine trendbreuk met de oude gegevens tot gevolg, maar gezien de ontwikkelingen in de markt oordelen wij deze gecorrigeerde inschatting als een betere basis voor de toekomstige verslaggeving. Eveneens kunnen er kleine verschillen ontstaan met de GfK TEMAX rapportage door verschillen in marktdefinitie, productgroepen en afrondingen.

Alle genoemde bedragen zijn in Euro incl. BTW. Bij de grafieken zijn de aantallen in 1.000 stuks en de omzet in 1.000.000 Euro weergegeven. Door de afronding kunnen er verschillen zijn tussen de absolute aantallen, percentages en totaalstellingen.



# CIJFERS 2015

JANUARI - DECEMBER

V L E H A N V E R E N I G I N G  
• L E V E R A N C I E R S • H U  
I S H O U D E L I J K E • A P P  
A R A T E N • N E D E R L A N D

## TOTALE MARKT GROOT HUISHOUDELIJKE APPARATEN

AANTALLEN	2014	2015
Wasautomaten	18 %	18 %
Droogautomaten	9 %	9 %
Afwasautomaten	12 %	12 %
Koelkasten	19 %	19 %
Vriezers	6 %	6 %
Fornuizen/ovens	6 %	6 %
Kookplaten (inbouw)	8 %	8 %
Magnetrons	14 %	14 %
Afzuigkappen	8 %	8 %
	3.219 x 1.000	3.413 x 1.000
<b>GROEI 6,0 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Wasautomaten	21 %	20 %
Droogautomaten	9 %	9 %
Afwasautomaten	15 %	15 %
Koelkasten	19 %	19 %
Vriezers	5 %	5 %
Fornuizen/ovens	7 %	8 %
Kookplaten (inbouw)	9 %	9 %
Magnetrons	9 %	9 %
Afzuigkappen	6 %	6 %
	1.572 x 1.000.000	1.697 x 1.000.000
<b>GROEI 8,0 %</b>		



## WASAUTOMATEN ONDERVERDELING NAAR TOERENTALLEN

AANTALLEN	2014	2015
≤ 1.200 tpm	4 %	4 %
1.201 - 1.300 tpm	0 %	0 %
1.301 - 1.400 tpm	76 %	73 %
1.401 - 1.500 tpm	0 %	0 %
1.501 - 1.600 tpm	20 %	23 %
> 1.600 tpm	0 %	0 %
	599 x 1.000	622 x 1.000
<b>GROEI 3,8 %</b>		

WAARDE	2014	2015
≤ 1.200 tpm	3 %	3 %
1.201 - 1.300 tpm	0 %	0 %
1.301 - 1.400 tpm	68 %	65 %
1.401 - 1.500 tpm	0 %	0 %
1.501 - 1.600 tpm	29 %	32 %
> 1.600 tpm	0 %	0 %
	328 x 1.000.000	340 x 1.000.000
<b>GROEI 3,8 %</b>		

## WASAUTOMATEN ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2014	2015
Energieklasse A+++	60 %	74 %
Energieklasse A++	20 %	15 %
Energieklasse A+	17 %	7 %
Energieklasse A	2 %	3 %
Energieklasse B	1 %	1 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	599 x 1.000	622 x 1.000
<b>GROEI 3,8 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Energieklasse A+++	70 %	81 %
Energieklasse A++	17 %	11 %
Energieklasse A+	9 %	4 %
Energieklasse A	3 %	3 %
Energieklasse B	1 %	1 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	328 x 1.000.000	340 x 1.000.000
<b>GROEI 3,8 %</b>		

## DROOGAUTOMATEN CONDENSATIE VS LUCHTAFVOER

AANTALLEN	2014	2015
Afvoer elektronisch	9 %	6 %
Afvoer tijdgestuurd	3 %	3 %
Condens elektronisch	87 %	90 %
Condens tijdgestuurd	1 %	1 %
	279 x 1.000	303 x 1.000
<b>GROEI 8,6 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Afvoer elektronisch	7 %	5 %
Afvoer tijdgestuurd	0 %	1 %
Condens elektronisch	92 %	93 %
Condens tijdgestuurd	1 %	1 %
	145 x 1.000.000	161 x 1.000.000
<b>GROEI 11,3 %</b>		

## DROOGAUTOMATEN ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2014	2015
Energieklasse A+++	0 %	1 %
Energieklasse A++	22 %	33 %
Energieklasse A+	18 %	17 %
Energieklasse A	1 %	0 %
Energieklasse B	39 %	37 %
Energieklasse C	20 %	12 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	279 x 1.000	303 x 1.000
<b>GROEI 8,6 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Energieklasse A+++	0 %	2 %
Energieklasse A++	29 %	45 %
Energieklasse A+	25 %	19 %
Energieklasse A	2 %	0 %
Energieklasse B	31 %	27 %
Energieklasse C	13 %	7 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	145 x 1.000.000	161 x 1.000.000
<b>GROEI 11,3 %</b>		

## AFWASAUTOMATEN ONDERVERDELING NAAR VRIJSTAAND - INBOUW

AANTALLEN	2014	2015
Vrijstaand	23 %	22 %
In- onderbouw	77 %	78 %
	385 x 1.000	410 x 1.000
<b>GROEI 6,5 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Vrijstaand	15 %	14 %
In- onderbouw	85 %	86 %
	234 x 1.000.000	248 x 1.000.000
<b>GROEI 5,9 %</b>		

## AFWASAUTOMATEN ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2014	2015
Energieklasse A+++	4 %	6 %
Energieklasse A++	35 %	44 %
Energieklasse A+	53 %	47 %
Energieklasse A	8 %	3 %
Energieklasse B	0 %	0 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	385 x 1.000	410 x 1.000
<b>GROEI 6,5 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Energieklasse A+++	8 %	10 %
Energieklasse A++	40 %	49 %
Energieklasse A+	45 %	38 %
Energieklasse A	7 %	3 %
Energieklasse B	0 %	0 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	234 x 1.000.000	248 x 1.000.000
<b>GROEI 5,9 %</b>		

## KOELKASTEN ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2014	2015
1 deurs tafelmodel	31 %	31 %
1 deurs kastmodel >90 cm	21 %	21 %
2 deurs vriezer boven	5 %	4 %
2 deurs vriezer onder	41 %	41 %
Side by side	2 %	2 %
Overigen	0 %	1 %
	612 x 1.000	645 x 1.000
<b>GROEI 5,4 %</b>		

WAARDE	2014	2015
1 deurs tafelmodel	18 %	17 %
1 deurs kastmodel >90 cm	27 %	27 %
2 deurs vriezer boven	3 %	3 %
2 deurs vriezer onder	46 %	47 %
Side by side	5 %	5 %
Overigen	1 %	1 %
	296 x 1.000.000	316 x 1.000.000
<b>GROEI 6,5 %</b>		

## KOELKASTEN ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2014	2015
Energieklasse A+++	6 %	7 %
Energieklasse A++	27 %	33 %
Energieklasse A+	65 %	58 %
Energieklasse A	2 %	1 %
Energieklasse overigen	0 %	1 %
	612 x 1.000	645 x 1.000
<b>GROEI 5,4 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Energieklasse A+++	9 %	10 %
Energieklasse A++	35 %	42 %
Energieklasse A+	55 %	47 %
Energieklasse A	1 %	1 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	296 x 1.000.000	316 x 1.000.000
<b>GROEI 6,5 %</b>		

## VRIEZERS ONDERVERDELING NAAR TYPE

AANTALLEN	2014	2015
Kist	10 %	10 %
Kast	90 %	90 %
	191 x 1.000	189 x 1.000
<b>GROEI -1,0 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Kist	9 %	9 %
Kast	91 %	91 %
	76 x 1.000.000	78 x 1.000.000
<b>GROEI 3,4 %</b>		

## VRIEZERS ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2014	2015
Energieklasse A+++	8 %	9 %
Energieklasse A++	26 %	31 %
Energieklasse A+	64 %	59 %
Energieklasse A	2 %	1 %
Energieklasse B	0 %	0 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	191 x 1.000	189 x 1.000
<b>GROEI -1,0 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Energieklasse A+++	13 %	14 %
Energieklasse A++	33 %	38 %
Energieklasse A+	52 %	47 %
Energieklasse A	2 %	1 %
Energieklasse B	0 %	0 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	76 x 1.000.000	78 x 1.000.000
<b>GROEI 3,4 %</b>		

## INBOUW KOOKPLATEN ONDERVERDELING NAAR ENERGIEBRON

AANTALLEN	2014	2015
Elektrisch	47 %	48 %
Gas	53 %	52 %
Mix	0 %	0 %
	249 x 1.000	282 x 1.000
<b>GROEI 13,3 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Elektrisch	58 %	59 %
Gas	41 %	40 %
Mix	1 %	1 %
	138 x 1.000.000	158 x 1.000.000
<b>GROEI 14,5 %</b>		

## FORNUIZEN EN OVENS (INCL. STOOMOVENS) ONDERVERDELING NAAR INBOUW EN VRIJSTAAND

AANTALLEN	2014	2015
Vrijstaand	42 %	39 %
Inbouw	58 %	61 %
	192 x 1.000	216 x 1.000
<b>GROEI 12,5 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Vrijstaand	30 %	25 %
Inbouw	70 %	75 %
	117 x 1.000.000	140 x 1.000.000
<b>GROEI 19,0 %</b>		

## AFZUIGKAPPEN ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2014	2015
Vrij / onderbouw	23 %	20 %
Geïntegreerd	2 %	2 %
Vlakscherm	13 %	14 %
Inbouw	9 %	9 %
Schouw / eilandmodel	51 %	52 %
Plafond	2 %	3 %
	270 x 1.000	285 x 1.000
<b>GROEI 5,6 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Vrij / onderbouw	6 %	5 %
Geïntegreerd	1 %	2 %
Vlakscherm	10 %	10 %
Inbouw	10 %	10 %
Schouw / eilandmodel	65 %	64 %
Plafond	8 %	9 %
	88 x 1.000.000	98 x 1.000.000
<b>GROEI 11,4 %</b>		

## MAGNETRONS ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2014	2015
Combi magnetron	61 %	60 %
Magnetron + Grill	5 %	7 %
Magnetron	34 %	33 %
	442 x 1.000	461 x 1.000
<b>GROEI 4,3 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Combi magnetron	83 %	82 %
Magnetron + Grill	4 %	6 %
Magnetron	13 %	12 %
	149 x 1.000.000	158 x 1.000.000
<b>GROEI 5,8 %</b>		

## STOFZUIGERS ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2014	2015
< 1.200 Watt	19 %	74 %
1.201 - 1.300 Watt	5 %	2 %
1.301 - 1.400 Watt	7 %	11 %
1.401 - 1.500 Watt	2 %	5 %
1.501 - 1.600 Watt	4 %	4 %
1.601 - 1.700 Watt	1 %	0 %
1.701 - 1.800 Watt	7 %	2 %
1.801 - 2.000 Watt	23 %	1 %
> 2.001 Watt	32 %	1 %
	959 x 1.000	1.014 x 1.000
<b>GROEI 5,7 %</b>		

WAARDE	2014	2015
< 1.200 Watt	25 %	75 %
1.201 - 1.300 Watt	9 %	5 %
1.301 - 1.400 Watt	6 %	7 %
1.401 - 1.500 Watt	1 %	4 %
1.501 - 1.600 Watt	3 %	5 %
1.601 - 1.700 Watt	1 %	0 %
1.701 - 1.800 Watt	5 %	2 %
1.801 - 2.000 Watt	19 %	1 %
> 2.001 Watt	31 %	1 %
	131 x 1.000.000	146 x 1.000.000
<b>GROEI 11,1 %</b>		

## STOFZUIGERS ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2014	2015
Energieklasse A	8 %	35 %
Energieklasse B	3 %	21 %
Energieklasse C	1 %	6 %
Energieklasse D	3 %	10 %
Energieklasse E	2 %	6 %
Energieklasse F	2 %	8 %
Energieklasse G	1 %	5 %
Zonder energielabel	80 %	9 %
	959 x 1.000	1.014 x 1.000
<b>GROEI 5,7 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Energieklasse A	13 %	45 %
Energieklasse B	3 %	16 %
Energieklasse C	1 %	4 %
Energieklasse D	3 %	8 %
Energieklasse E	5 %	9 %
Energieklasse F	2 %	5 %
Energieklasse G	1 %	6 %
Zonder energielabel	72 %	7 %
	131 x 1.000.000	146 x 1.000.000
<b>GROEI 11,1 %</b>		



## STRIJKIJZERS ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2014	2015
Stoomstrijkijzers	79 %	79 %
Strijksystemen	21 %	21 %
	620 x 1.000	620 x 1.000
<b>GROEI 0,0 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Stoomstrijkijzers	47 %	47 %
Strijksystemen	53 %	53 %
	39 x 1.000.000	39 x 1.000.000
<b>GROEI -1,2 %</b>		

## KOFFIEZETAPPARATEN ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2014	2015
Dripfilter (incl. 'pads')	70 %	67 %
Espresso (incl. 'capsules')	30 %	33 %
	1.540 x 1.000	1.446 x 1.000
<b>GROEI -6,1 %</b>		

WAARDE	2014	2015
Dripfilter (incl. 'pads')	41 %	36 %
Espresso (incl. 'capsules')	59 %	64 %
	174 x 1.000.000	170 x 1.000.000
<b>GROEI -2,4 %</b>		

## SAMENSTELLING BESTUUR

### S.A.J. DE ROOS - Directeur

Boerhaavelaan 40  
2713 HX ZOETERMEER  
Postbus 190  
2700 AD ZOETERMEER  
telefoon +31 79 353 13 72  
fax +31 79 353 13 65  
email vlehan@vlehan.nl  
www.vlehan.nl

### J.H.W. VERHOEVEN - Voorzitter MIELE NEDERLAND B.V.

De Limiet 2  
4131 NR VIANEN  
Postbus 166  
4130 ED VIANEN  
telefoon +31 347 37 89 11  
fax +31 347 37 82 90  
email info@miele.nl  
www.miele.nl

### M.A.J. VAN DEN BERG SAMSUNG ELECTRONICS BENELUX B.V.

Olaf Palmestraat 10  
2616 LR DELFT  
Postbus 681  
2600 AR DELFT  
telefoon +31 15 219 61 00  
fax +31 15 219 63 00  
www.samsung.com

### B.C.G CROLS ELECTROLUX HOME PRODUCTS (NEDERLAND) B.V.

Vennootsweg 1  
2404 CG ALPHEN AAN DEN RIJN  
Postbus 120  
2400 AC ALPHEN AAN DEN RIJN  
telefoon +31 172 46 84 68  
fax +31 172 46 85 23  
email contact@electrolux.nl  
www.aeg.nl  
www.electrolux.nl  
www.zanussi.nl

### H. KOOPMAN BABYLIS NEDERLAND B.V.

Weltevreden 2b  
3731 AL DE BILT  
telefoon +31 30 221 96 30  
fax +31 30 221 96 40  
email info@babyliss.nl  
www.babyliss.nl  
www.bablissformen.nl  
www.babylisspro.nl  
www.cuisinart.nl

### R.W.B.A. VAN POPPELEN GROUPE SEB NEDERLAND B.V.

De Schutterij 27  
3905 PK VEENENDAAL  
Postbus 238  
3900 AE VEENENDAAL  
telefoon +31 318 58 24 24  
www.tefal.nl  
www.krups.nl  
www.rowenta.nl  
www.lagostina.nl  
www.moulinex.nl

### E.A.C. UBBENS - Penningmeester PHILIPS NEDERLAND B.V.

Boschdijk 525  
5621 JG EINDHOVEN  
Postbus 90050  
5600 PB EINDHOVEN  
telefoon +31 40 279 11 11  
www.philips.nl

### R.F. WASSENAAR BSH HUISHOUDAPPARATEN B.V.

inspiratiehuis 20120  
Taurusavenue 36  
2132 LS HOOFFDORP  
Postbus 259  
2130 AG HOOFFDORP  
telefoon: +31 88 424 44 44  
fax +31 88 424 44 00  
email bsh.nl@bshg.com  
www.bosch-home.nl  
www.siemens-home.nl  
www.constructa-home.nl  
www.gaggenau.nl  
www.neff.nl  
www.solitaire.nl

## LEDENLIJST

### ALBERS TRADING B.V.

Vareseweg 44  
3047 AV ROTTERDAM  
telefoon +31 10 262 48 03  
fax +31 10 262 37 31  
email info@alberstrading.nl  
www.alberstrading.nl  
www.salora.nl

### ALLUANCE GROUP B.V.

Sasdijk 14  
8281 BM GENEMUIDEN  
Postbus 100  
8280 AC GENEMUIDEN  
telefoon +31 38 385 18 50  
fax +31 38 385 65 75  
email info@alluance.nl  
www.alluance.nl  
www.alluxe.nl  
www.asko.nl

### ASOGEM NEDERLAND B.V.

Signaalrood 21  
2718 SH ZOETERMEER  
Postbus 41  
2700 AA ZOETERMEER  
telefoon +31 79 363 73 10  
fax +31 79 342 21 92  
email info@asogem.nl  
www.asogem.nl  
www.beko.nl

### ATAG NEDERLAND BV

Impact 83  
6921 RZ DUIVEN  
Postbus 1033  
6920 BA DUIVEN  
telefoon +31 26 882 12 00  
fax +31 26 882 12 10  
email info@atagnederland.nl  
www.atagnederland.nl  
www.etna.nl  
www.pelgrim.nl  
www.welovecooks.nl

### BABYLIS NEDERLAND B.V.

Weltevreden 2b  
3731 AL DE BILT  
telefoon +31 30 221 96 30  
fax +31 30 221 96 40  
email info@babyliss.nl  
www.babyliss.nl  
www.bablissformen.nl  
www.babylisspro.nl  
www.cuisinart.nl

### BSH HUISHOUDAPPARATEN B.V.

inspiratiehuis 20|20  
Taurusavenue 36  
2132 LS HOOFFDORP  
Postbus 259  
2130 AG HOOFFDORP  
telefoon: +31 88 424 44 44  
fax +31 88 424 44 00  
email bsh.nl@bshg.com  
www.bosch-home.nl  
www.siemens-home.nl  
www.constructa-home.nl  
www.gaggenau.nl  
www.neff.nl  
www.solitaire.nl  
www.inspiratiehuis2020.nl

### BURAM ELECTRO B.V.

Handelsweg 30  
1422 DW UITHOORN  
Postbus 74  
1420 AB UITHOORN  
telefoon +31 297 23 99 99  
email info@buram.nl  
www.koelen.nl

### DE'LONGHI GROEP BENELUX S.A.

Claudius Prinsenlaan 128a  
4818 CP Breda  
telefoon +31 76 523 36 00  
fax +31 76 522 88 86  
email info@delonghi.nl  
www.delonghi.com  
www.braun.com  
www.kenwoordworld.com

### DOMEST IMPORT EXPORT B.V.

J.F. Kennedylaan 101b  
7001 CZ Doetinchem  
telefoon +31 314 36 22 44  
fax +31 314 37 82 32  
mail info@domest.nl  
www.domest.nl

### DYSON B.V.

Keizersgracht 209  
1016 DT AMSTERDAM  
telefoon +31 20 521 98 90  
fax +31 20 521 98 99  
email help@dyson.nl  
www.dyson.nl

### ELECTROLUX HOME PRODUCTS (NEDERLAND) B.V.

Vennootsweg 1  
2404 CG ALPHEN AAN DEN RIJN  
Postbus 120  
2400 AC ALPHEN AAN DEN RIJN  
telefoon +31 172 46 84 68  
email contact@electrolux.nl  
www.aeg.nl  
www.electrolux.nl  
www.zanussi.nl

### GLEN DIMPLEX BENELUX B.V.

Saturnus 8  
8448 CC HEERENVEEN  
Postbus 238  
3900 AE VEENENDAAL  
telefoon +31 513 789 840  
fax +31 513 789 841  
www.glendimplex.nl  
www.carmen.nl  
www.belling.nl

### GROUPE SEB NEDERLAND B.V.

De Schutterij 27  
3905 PK VEENENDAAL  
Postbus 238  
3900 AE VEENENDAAL  
telefoon +31 318 58 24 24  
www.tefal.nl  
www.krups.nl  
www.rowenta.nl  
www.moulinex.nl  
www.dolcegusto.nl

### JURA NEDERLAND B.V.

Koraalrood 141  
2718 SB ZOETERMEER  
Postbus 494  
2700 AL ZOETERMEER  
telefoon +31 79 330 07 90  
fax +31 79 330 07 99  
email info@nl.jura.com  
www.jura.nl

### KÄRCHER B.V.

Minervum 7001 b  
4817 ZL BREDA  
telefoon +31 79 330 07 90  
email info@nl.kaercher.com  
www.karcher.nl

#### LG ELECTRONICS BENELUX

Krijgsman I  
1186 DM AMSTELVEEN  
telefoon +31 20 456 31 00  
fax +31 20 456 32 99  
www.lge.nl

#### MAGIMIX NEDERLAND B.V.

Schimmink 10a  
5301 KR ZALTBOMMEL  
Postbus 2086  
5300 CB ZALTBOMMEL  
telefoon +31 418 82 00 20  
fax +31 418 54 05 06  
email info@magimixnederland.nl  
www.magimix.nl

#### MELITTA NEDERLAND B.V.

Avelingen-west 32  
4202 MS GORINCHEM  
telefoon +31 183 64 26 42  
fax +31 183 62 74 13  
email info@melitta.nl  
www.melitta.nl

#### MIELE NEDERLAND B.V.

De Limiet 2  
4131 NR VIANEN  
Postbus 166  
4130 ED VIANEN  
telefoon +31 347 37 89 11  
fax +31 347 37 82 90  
email info@miele.nl  
www.miele.nl

#### NOVY NEDERLAND B.V.

Van Nelleweg I  
3044 HP SCHIEDAM  
Postbus 13615  
3004 HP SCHIEDAM  
telefoon +31 88 011 91 00  
fax +31 88 011 91 99  
email info@novynederland.nl  
www.novynederland.nl

#### PANASONIC NETHERLANDS A BRANCH OF PANASONIC MARKTING EUROPE GMBH

Europalaan 28e  
5232 BC 's HERTOGENBOSCH  
Postbus 236  
5201 AE 's HERTOGENBOSCH  
telefoon +31 73 640 25 02  
fax +31 73 641 52 00  
www.panasonic.nl

#### PHILIPS CONSUMER LIFESTYLE

Boschdijk 525  
5621 JG EINDHOVEN  
Postbus 90050  
5600 PB EINDHOVEN  
telefoon +31 40 279 11 11  
www.philips.nl

#### ROBOPOLIS B.V.

Popovstraat 46  
8013 RK ZWOLLE  
telefoon +31 38 737 01 76  
fax +31 38 737 00 09  
email info.nl@robopolis.com  
www.robopolis.com  
www.asimotion.nl  
www.irobot.com/nl

#### SAMSUNG ELECTRONICS BENELUX B.V.

Olof Palmestraat 10  
2616 LR DELFT  
Postbus 681  
2600 AR DELFT  
telefoon +31 15 219 61 00  
fax +31 15 219 63 00  
www.samsung.com

#### SEVERIN NEDERLAND B.V.

Witteweg 60  
1431 GZ AALSMEER  
telefoon +31 297 34 70 54  
fax +31 297 34 73 71  
www.severin.com

#### SMEG NEDERLAND B.V.

Veemkade 384  
1019 HE AMSTERDAM  
telefoon +31 20 449 01 20  
fax +31 20 358 26 40  
email info@smeg.nl  
www.smeg.nl

#### TRISTAR EUROPE B.V.

Jules Verneweg 87  
5015 BH TILBURG  
Postbus 3189  
5003 DD TILBURG  
telefoon +31 13 594 03 00  
fax +31 13 467 06 10  
www.tristar.eu

#### WHIRLPOOL NEDERLAND B.V.

Heerbaan 50-52  
4817 NL BREDA  
Postbus 7112  
4800 GC BREDA  
telefoon +31 76 530 65 30  
fax +31 76 530 65 39  
email info@whirlpool.nl  
www.whirlpool.nl  
www.bauknecht.nl  
www.indesit.nl  
www.kitchenaid.nl

## LEDEN



## UITGAVE

### VLEHAN

Vereniging Leveranciers van Huishoudelijke  
Apparaten in Nederland

### BEZOEKADRES

Boerhaavelaan 40, 2713 HX ZOETERMEER

### POSTADRES

Postbus 190, 2700 AD ZOETERMEER

Telefoon: +31 79 353 13 72

Fax: +31 79 353 13 65

E-mail: vlehan@fme.nl

[WWW.VLEHAN.NL](http://WWW.VLEHAN.NL)

Met medewerking van:

Panteia en GfK Retail and Technology



# VLEHAN JAAROVERZICHT 2015

Vereniging Leveranciers van Huishoudelijke  
Apparaten in Nederland

## BEZOEKADRES

Boerhaavelaan 40, 2713 HX ZOETERMEER

## POSTADRES

Postbus 190, 2700 AD ZOETERMEER

Telefoon: +31 79 353 13 72

Fax: +31 79 353 13 65

E-mail: [vlehan@fme.nl](mailto:vlehan@fme.nl)

[WWW.VLEHAN.NL](http://WWW.VLEHAN.NL)