

JAAROVERZICHT 2016

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 2016

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

VOORWOORD VLEHAN

ECONOMISCH HERSTEL ZET DOOR

Ik schrijf nu al II jaar het voorwoord bij het Jaarverslag van de Vlehan en het wordt de laatste drie jaar eentonig. Het herstel dat in 2014 en 2015 is ingezet is in 2016 versterkt. Mijn voorwoord in 2015 sloot ik af met de verwachting dat wij in 2016 weer op het niveau van het topjaar 2008 zouden komen. Deze verwachting is uitgekomen. Met een economische groei van 2,2% loopt Nederland weer voorop in Europa. De huizenmarkt trekt enorm aan, weliswaar niet in heel Nederland, maar wel in grote delen. Dankzij de grote stijging van de verhuisc bewegingen worden er meer keukens verkocht. Toch blijven de verkopen relatief achter t.o.v. voor de crisis. De reden daarvoor is volgens mij dat de regels bij de hypotheekverstrekking zijn gewijzigd. Waar je vóór de crisis nog een hypotheek van 120% van de waarde kon krijgen is dit nu nog maar 101%. Kopers moeten nu een aanzienlijk bedrag aan 'eigen' geld meenemen. Dit maakt het vooral voor starters moeilijk.

In het groot witgoed doen de afwasautomaten (+ 9,3%) en drogers (+6,3%) het zeer goed. Een duidelijk teken dat het beter gaat, want consumenten geven weer geld uit aan apparaten waarvan je de aanschaf kan uitstellen als het economisch slechter gaat. Met de hand afwassen en de was in huis ophangen is niet ideaal, maar als het moet dan moet het maar. Koelen is ook een groep waarin het beter gaat met een stijging van ruim 7%. Met name de verkoop van inbouwkoelkasten stijgt enorm met 11,8%.

In het segment kleine huishoudelijke apparaten vallen de verkoopcijfers van strijkijzers op. Hoewel er een daling optreedt van 2,4% zijn de verkopen t.o.v. 2008 met ruim 17% gestegen. Of dit te maken heeft met de eerder genoemde toename van de eenpersoonshuishoudens heb ik niet kunnen vinden. Er zijn 2,2% meer stofzuigers verkocht. Door de introductie van een energielabel op stofzuigers is de gemiddelde prijs van stofzuigers sneller gestegen dan de aantallen.

Jeroen de Roos
Directeur VLEHAN



2016: “ALS DE BRANDWEER”.
 OMZET GROOT HUISHOUDELIJK + 9% EN
 KLEIN HUISHOUDELIJK + 5%

“We gaan als de brandweer” is een wat populair klinkende kreet die we bewust gekozen hebben om zijn tweeledigheid; snelheid en gevaar.

Aan de ene kant om aan te geven dat de ontwikkelingen een ongekend snelle groei laten zien, het groeicijfer van 9% is ongekend in de markt voor groothuishoudelijke apparaten. 2016 vormt het derde jaar op een rij waarin de ontwikkeling in de Witgoed markt een uitermate positieve trend laat zien.

Aan de andere kant stond in 2016 de Nederlandse retail “in brand”, een fel uitslaande brand die diverse slachtoffers eiste waarvan V&D niet de minste was, zie het onderwerp detailhandelsomzet hieronder.

Ondersteund door een aanhoudende stevige groei in de (ver)huizenmarkt is het logisch dat de verkoop van keukenapparatuur blijft groeien. Voor de bijna volledig op vervanging gebaseerde verkoop van wasmachines zien we de eerste afkoeling in de groeicijfers na twee uiterst positieve jaren. Geen reden om te somberen, maar wel voor wat realisme in onze inschattingen voor de groei in de naaste toekomst.

Dat de witgoedfabrikanten er weer in zijn geslaagd een hoger percentage verkopen in de betere energie-klasse te realiseren is iets wat we al als vanzelfsprekend zien. Het wordt echter een steeds uitdagendere doelstelling om dit vol te houden, niet alleen qua grenzen aan de technische vooruitgang. In een uitbundige economie heeft de consument namelijk ook de neiging om makkelijker voor de wat grotere producten te kiezen en dat is niet altijd energie efficiënt. We zien bijvoorbeeld een haperende verbetering van de energie-klasse in koelen, gecombineerd met een groei in de grotere “Side-by-Side” koelkasten.

De markt voor kleine huishoudelijke apparaten groeide ook in 2016 weer stevig door. De omzet steeg met 5%.

Het VLEHAN jaarverslag is een initiatief van de VLEHAN ondersteund door het marktonderzoek van GfK. Kijk voor de GfK kwartaalupdates van de belangrijkste trends in de markt ook op www.gfk.com/gfktemax



ALGEMENE ECONOMISCHE SAMENVATTING

Het bruto binnenlands product (bbp) is in het vierde kwartaal van 2016 met 0,5% gegroeid ten opzichte van een kwartaal eerder, meldt het CBS. Dat is vooral te danken aan de uitvoer en aan de consumptie van gezinnen. Het groeicijfer is gebaseerd op de eerste berekening van het bbp met de gegevens die nu (februari 2017) beschikbaar zijn. Het bbp is een maat voor de omvang van de economie. Het bbp groeit al II kwartalen achter elkaar. Met het beschikbaar komen van het vierde kwartaal is ook het eerste groeicijfer voor het jaar 2016 bekend. Het bbp groeide vorig jaar met 2,1%.

Werkgelegenheid blijft stijgen: Het aantal banen is in het vierde kwartaal van 2016 met 53.000 toegenomen. Dat is de grootste groei in vijf jaar tijd. Verder steeg het aantal vacatures in het vierde kwartaal met 8.000 en daalde het aantal werklozen met 29.000. Het werkloosheidspercentage ging daarmee van 5,8% naar 5,5%. De afname vond plaats onder werklozen van alle leeftijdsgroepen. Bron: CBS publicatie van I4-2-2017.

Consumenten hebben in december 2,5% meer besteed dan in december 2015, meldt het CBS. De groei is van dezelfde orde als in de twee voorgaande maanden. Consumenten gaven vooral meer uit aan duurzame goederen, zoals huishoudelijke apparaten, artikelen voor woninginrichting en auto's. Ook hebben ze aanzienlijk meer gas verbruikt door de relatief koude decembermaand. De "Consumptie gezinnen" zoals gemeten door het CBS is breder over alle uitgaven van de gezinnen. Daardoor marginaal hoger dan de GfK cijfers waarin we focussen we op de uitgaven aan non-food consumentenelektronica.

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 kleine 12% groei op de kaart, maar IT verliest ruim 4% omzet. De smartphone en tablet vervangen de computer. En ook de bruingoed markt blijft kwakkelen met een verlies van 2%. Met de stevige stijging in de Witgoed- en de Kleine Huishoudmarkt komen we dan voor 2016 uit op een omzetstijging van 1,9% voor het totaal van de uitgaven van de consument in de sectoren gemeten door GfK.

DETAILHANDELSOMZET

De groei in de non-food vloeit weg naar 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. Er volgden diverse namen in de mode, zoals Mexx, miss Etam en "de Schoenenreus". En het kwam dicht in de buurt van de huishoudbranche met het sluiten van de elektronica keten "Scheer & Foppen". Een ernstige kanttekening is dat nu, ruim een jaar na het sluiten van V&D, er nog steeds 50% van de oude V&D panden leegstaan. En die staan zeker niet allemaal op de mindere locaties. De andere 50% wordt verbouwd of huisvest nu of later dit jaar een Top Shelf of Hudson Bay.

Het mag bekend worden verondersteld dat het steeds moeilijker is om de consument tot een winkelbezoek te verleiden. De toenemende concurrentie zorgt er wel voor dat de toegevoegde waarde van retail overduidelijk aanwezig blijft in een aantal van haar diensten. Er is steeds minder verschil tussen de bestaande en nieuwe spelers en de service neemt steeds verder toe. Online aanbieders bieden, eventueel in samenwerking met derden, naast producten ook diensten aan die bij die producten horen.

De bestedingen in het laatste kwartaal van 2016, in alle door GfK gemeten non-food markten, laten een stijging van 3,5% zien ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Deze groei is breed gedragen en ondersteund door een na lange tijd weer positief

groeicijfer in bruingoed. 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, als totaal voor de diverse productsegmenten, stond na dit goede vierde kwartaal op een jaartotaal van 11,3 miljard Euro en een stijging van 1,9% ten opzichte van het totaal in 2015.

HUIZENMARKT

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

Bijna 54.000 nieuwbouwwoningen zijn gereed gemeld in 2016. Dat is ruim 11% meer dan in 2015 en het hoogste aantal sinds 2012. Bron: CBS op basis van cijfers op 25 januari. Het aantal opgeleverde nieuwbouwwoningen blijft nog wel ver achter bij de periode vóór de crisis. Tussen 2000 en 2009 werden nog gemiddeld ruim 76.000 nieuwbouwwoningen per jaar aan de voorraad toegevoegd. Sinds 2010 daalde dit aantal flink. Het dieptepunt lag in 2014, toen slechts 45.000 nieuwbouwwoningen werden opgeleverd. De cijfers over 2016 zijn voorlopig. In mei 2017 komen de definitieve cijfers beschikbaar. Het aantal nieuwbouwwoningen zal hierdoor bij de definitieve versie naar verwachting hoger uitkomen in verband met verwerking van nagekomen respons. De rekensom is hier simpel; elk opgeleverd nieuwbouwhuis is goed voor een complete nieuwe keuken en alleen al daarom goed voor een "extra" van bijna 6.000 van elk van de apparaten in de keuken.

Maar de "verhuisbewegingen" zijn waarschijnlijk een beter handvat voor de ontwikkelingen in de witgoedmarkt. Want bij de verhuizing worden deze apparaten vaak tegen het licht gehouden qua vervanging, als de verhuizing op zich al niet een aanslag op de levensduur van het apparaat blijkt te zijn. Het zal dus niemand verbazen dat de stevige groeitrend in de verhuisbewegingen van bijna 7% drie jaar op een rij zijn weerslag vindt in de groei van witgoed.

DE ONTWIKKELING VAN DE PRIJZEN

Naast de kosten(inflatie) van producten zijn verschuiving in de mix en productintroducties oorzaak van een veranderende prijs. Ook in 2016 zijn we als branche erin geslaagd extra toegevoegde waarde te leveren met een lichte stijging van de prijs. De prijsstijging geeft 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 keukenovertal en wordt op basis van GfK ad hoc onderzoek bijgestuurd. Op deze basis zien we een stijging van de gemiddelde verkoopprijs van inbouwapparatuur van bijna 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 mogelijk 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 2016 wederom met een 1% plus ook positief. In "Wassen" blijft de gemiddelde prijs echter achter en drukt de omzet. Bij "Drogen" zorgt de marginale prijsstijging nog voor extra omzetgroei. De techniek speelt hier een doorslaggevende rol, de droogtrommels met warmtepomp en grotere beladingscapaciteit staan garant voor toegevoegde waarde. En in "koelen/vrijstaand" zien we 1,4% stijging waar de verschuiving naar de grotere koelkasten een rol in speelt.

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 groei in de wasautomatenmarkt in 2016 vlakt af; met in de eerste helft van het jaar nog een stevige groei. Modellen met een capaciteit van 8kg en groter groeiden fors in aandeel, qua verkoopvolume al richting 50% van het totaal. Deze verschuiving in modellen ging gepaard met een aanmerkelijke groei in de beste energieklassen A+++; in aantallen op jaarbasis naar 83%. De consument was winnaar en kocht deze betere apparaten tegen een iets lagere gemiddelde prijs. Al in al resulteerde dit in een omzetgroei van 2,1% procent.

De verkoop van droogautomaten toonde een uitbundig zomerseizoen en najaar. 2016 werd gekenmerkt door relatief slecht (nat) weer, waarbij de droger belangrijk is. Dit liep ook door in het najaar met slechts een onderbreking in september. Uiteindelijk kwam de omzet bijna 7% boven 2015 uit op jaarbasis, bij een volume stijging van 6,3%. Het innovatieve 'warmtepomp' segment steeg naar boven de 70% omzetaandeel op jaarbasis. Een droogautomaat is per definitie een energieverbruiker, maar door de snelle groei van het volume naar 44% in klasse A++ of A+++ op jaarbasis, steeds minder.

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, zeker nu het aantal nieuwe keukens weer groeit. Steeds meer wordt het in- en onderbouw model verkocht, vrijstaand is nog slechts 20%.

De stevige volumestijging resulteerde in een bijna gelijkaardige omzetgroei van ruim 9%. 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 55% op jaarbasis.

KOELEN EN VRIEZEN

Met 46% in aantallen koelkasten in de energie-klasse "A++ en beter" is in 2016 zeker tevredenstellend. Hier zien we dat de grotere apparaten extra in de belangstelling staan. De "Side-by-Side" bijvoorbeeld; een klein segment maar stevig groeiend met een volume van 2 naar 3% goed voor 6% omzetaandeel. Als we dan ook over het totaal van 2016 de ruim 7% procent hogere verkoopaantallen en ruim 9% meer omzet in de rapportage terugzien kunnen we op het jaar tevreden terugkijken.

De markt voor diepvriezers veert na het dipje in 2015 weer terug met 2,6% in volume en een plus van 4,4% in omzet. De trend richting de betere producten komt ook tot uiting in de energie klasse; 45% in "A++ en beter".

KOKEN

De uitbundige trend van 2015 blijft terugkomen in 2016 in de groep "Koken". Bij kookplaten de verdere verschuiving van gas naar het hoger geprijsde elektrisch segment. Deze productgroep groeit met een forse 8,5% in volume en 14,5% in omzet.

De fornuizen/ovens lopen in de pas met de deze forse groei: 9,5% in volume en een ongekende 15,3% 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 7,4% in volume ondersteund door een stevige verschuiving naar de hogere segmenten zoals de schouw- en eilandkap. Resultaat: een 15,5% hogere omzet.

Tegenvallend is dan de ontwikkeling in "Magnetrons". De verkoopaantallen groeiden met een 1,3%. Daarbinnen groeit het aandeel van de hoger gespecificeerde inbouw combi-magnetrons wel spectaculair en duwt de gemiddelde prijzen omhoog. Een omzetgroei van 9% is het resultaat.

KLEINE HUISHOUDELIJKE APPARATEN

De markt voor kleine huishoudelijke apparaten omvat een 30-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 2016 met 5% naar 903 miljoen Euro (zie: www.gfk.com/gfktemax). "Home-comfort" zit ruim op dit groeipad in stofzuigers maar de vorig jaar snel gegroeide "Steam Cleaners" maken een stevige stap terug. "Personal Care" groeit met ruim 3% waar de bloeddrukmeters en digitale thermometers er positief uitspringen. Ook de kleine keukenapparatuur komt met 5% groei ruim boven vorig jaar met nog steeds als sterke plus de (hete lucht) frituurpannen.

In de loop van 2016 heeft aanvullend onderzoek additionele inzichten in de rapportage van GfK opgeleverd op basis waarvan de verkoopprijzen voor 2015 en 2016 aangepast zijn en een trendbreuk met het verleden tot gevolg hebben.

De drie productgroepen in dit jaarverslag ontwikkelden zich als volgt:

STOFZUIGEN

In 2016 zijn de aantallen met 2,2% en de omzet met 3% gegroeid. De invoering van het energielabel in 2014 heeft de markt aardig veranderd. In 2016 is de categorie met energielabel A snel gegroeid en bevat al 58% van de verkochte aantallen. Mede door de invoering van het energielabel zien we sinds 2015 een verschuiving in de mix naar een gemiddeld hogere prijs.

STRIJKEN

Het totaal aantal verkochte strijkijzers daalde met 2,4% licht in 2016, waarbij het aandeel van strijksystemen wederom op 21% in volume bleef steken. De totale omzet bleef nagenoeg gelijk. Hier zien we dat in 2016 door groei van het hogere prijs/performance segment in met name strijksystemen de omzet op pijl bleef.

KOFFIE ZETTEN

De koffiemachinemarkt is in 2016 in volume met 3,3% gestegen en het aandeel espresso machines nam verder toe. Het spreekt voor zich dat de groei van dit hoger geprijsde segment de omzetgroei extra ondersteunde waardoor die uitkwam op 7%.



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. Voor meer informatie over de wereldwijde activiteiten van GfK zie www.gfk.com. De weergave van de verkoopprijzen is op basis van het door GfK gedane marktonderzoek in de door haar aangegeven retailkanalen. Bij het schatten van de totale marktomvang zijn deze prijzen als uitgangspunt genomen. Dit wetende dat in de niet door het onderzoek gedekte deel (ruwweg 15%) er per productgroep door andere specificaties en/of afwijkende aanbiedingen hier een verschil kan ontstaan.

OVERIGE BRONNEN

Voor aanvullende informatie over de totale Nederlandse markt voor huishoudelijke apparatuur zijn gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en de VLEHAN statistiek gebruikt.

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 2016

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	2015	2016
Wasautomaten	18 %	18 %
Droogautomaten	9 %	9 %
Afwasautomaten	12 %	12 %
Koelkasten	19 %	19 %
Vriezers	6 %	5 %
Fornuizen/ovens	6 %	7 %
Kookplaten (inbouw)	8 %	9 %
Magnetrons	14 %	13 %
Afzuigkappen	8 %	8 %
	3.413 x 1.000	3.607 x 1.000
GROEI 5,7 %		

WAARDE	2015	2016
Wasautomaten	20 %	19 %
Droogautomaten	9 %	9 %
Afwasautomaten	15 %	15 %
Koelkasten	19 %	19 %
Vriezers	5 %	4 %
Fornuizen/ovens	8 %	9 %
Kookplaten (inbouw)	9 %	10 %
Magnetrons	9 %	9 %
Afzuigkappen	6 %	6 %
	1.697 x 1.000.000	1.845 x 1.000.000
GROEI 8,7 %		

WASAUTOMATEN ONDERVERDELING NAAR TOERENTALLEN

AANTALLEN	2015	2016
≤ 1.200 tpm	4 %	4 %
1.201 - 1.300 tpm	0 %	0 %
1.301 - 1.400 tpm	73 %	72 %
1.401 - 1.500 tpm	0 %	0 %
1.501 - 1.600 tpm	23 %	24 %
> 1.600 tpm	0 %	0 %
	622 x 1.000	636 x 1.000
GROEI 2,3 %		

WAARDE	2015	2016
≤ 1.200 tpm	3 %	3 %
1.201 - 1.300 tpm	0 %	0 %
1.301 - 1.400 tpm	65 %	63 %
1.401 - 1.500 tpm	0 %	1 %
1.501 - 1.600 tpm	32 %	33 %
> 1.600 tpm	0 %	0 %
	340 x 1.000.000	347 x 1.000.000
GROEI 2,1 %		

WASAUTOMATEN ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2015	2016
Energieklasse A+++	74 %	83 %
Energieklasse A++	15 %	7 %
Energieklasse A+	7 %	5 %
Energieklasse A	3 %	4 %
Energieklasse B	1 %	1 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	622 x 1.000	636 x 1.000
GROEI 2,3 %		

WAARDE	2015	2016
Energieklasse A+++	81 %	87 %
Energieklasse A++	11 %	5 %
Energieklasse A+	4 %	2 %
Energieklasse A	3 %	5 %
Energieklasse B	1 %	1 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	340 x 1.000.000	347 x 1.000.000
GROEI 2,1 %		

DROOGAUTOMATEN CONDENSATIE VS LUCHTAFVOER

AANTALLEN	2015	2016
Afvoer elektronisch	6 %	5 %
Afvoer tijdgestuurd	3 %	3 %
Condens elektronisch	90 %	91 %
Condens tijdgestuurd	1 %	1 %
	303 x 1.000	322 x 1.000
GROEI 6,3 %		

WAARDE	2015	2016
Afvoer elektronisch	5 %	3 %
Afvoer tijdgestuurd	1 %	1 %
Condens elektronisch	93 %	95 %
Condens tijdgestuurd	1 %	1 %
	161 x 1.000.000	172 x 1.000.000
GROEI 6,9 %		

DROOGAUTOMATEN ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2015	2016
Energieklasse A+++	1 %	3 %
Energieklasse A++	33 %	41 %
Energieklasse A+	17 %	13 %
Energieklasse A	0 %	0 %
Energieklasse B	37 %	35 %
Energieklasse C	12 %	8 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	303 x 1.000	322 x 1.000
GROEI 6,3 %		

WAARDE	2015	2016
Energieklasse A+++	2 %	6 %
Energieklasse A++	45 %	53 %
Energieklasse A+	19 %	12 %
Energieklasse A	0 %	0 %
Energieklasse B	27 %	24 %
Energieklasse C	7 %	5 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	161 x 1.000.000	172 x 1.000.000
GROEI 6,9 %		

AFWASAUTOMATEN ONDERVERDELING NAAR VRIJSTAAND - INBOUW

AANTALLEN	2015	2016
Vrijstaand	22 %	20 %
In- onderbouw	78 %	80 %
	410 x 1.000	448 x 1.000
GROEI 9,3 %		

WAARDE	2015	2016
Vrijstaand	14 %	13 %
In- onderbouw	86 %	87 %
	248 x 1.000.000	271 x 1.000.000
GROEI 9,5 %		

AFWASAUTOMATEN ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2015	2016
Energieklasse A+++	6 %	8 %
Energieklasse A++	44 %	47 %
Energieklasse A+	47 %	44 %
Energieklasse A	3 %	1 %
Energieklasse B	0 %	0 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	410 x 1.000	448 x 1.000
GROEI 9,3 %		

WAARDE	2015	2016
Energieklasse A+++	10 %	13 %
Energieklasse A++	49 %	50 %
Energieklasse A+	38 %	36 %
Energieklasse A	3 %	1 %
Energieklasse B	0 %	0 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	248 x 1.000.000	271 x 1.000.000
GROEI 9,5 %		

KOELKASTEN ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2015	2016
1 deurs tafelmodel	31 %	30 %
1 deurs kastmodel >90 cm	20 %	21 %
2 deurs vriezer boven	4 %	4 %
2 deurs vriezer onder	42 %	42 %
Side by side	2 %	3 %
Overigen	1 %	0 %
	645 x 1.000	691 x 1.000
GROEI 7,1 %		

WAARDE	2015	2016
1 deurs tafelmodel	17 %	16 %
1 deurs kastmodel >90 cm	27 %	27 %
2 deurs vriezer boven	3 %	2 %
2 deurs vriezer onder	47 %	48 %
Side by side	5 %	6 %
Overigen	1 %	1 %
	316 x 1.000.000	345 x 1.000.000
GROEI 9,3 %		

KOELKASTEN ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2015	2016
Energieklasse A+++	7 %	8 %
Energieklasse A++	33 %	38 %
Energieklasse A+	58 %	53 %
Energieklasse A	1 %	0 %
Energieklasse overigen	1 %	1 %
	645 x 1.000	691 x 1.000
GROEI 7,1 %		

WAARDE	2015	2016
Energieklasse A+++	10 %	11 %
Energieklasse A++	42 %	46 %
Energieklasse A+	47 %	43 %
Energieklasse A	1 %	0 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	316 x 1.000.000	345 x 1.000.000
GROEI 9,3 %		

VRIEZERS ONDERVERDELING NAAR TYPE

AANTALLEN	2015	2016
Kist	10 %	10 %
Kast	90 %	90 %
	189 x 1.000	194 x 1.000
GROEI 2,6 %		

WAARDE	2015	2016
Kist	9 %	8 %
Kast	91 %	92 %
	78 x 1.000.000	82 x 1.000.000
GROEI 4,4 %		

VRIEZERS ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2015	2016
Energieklasse A+++	9 %	10 %
Energieklasse A++	31 %	35 %
Energieklasse A+	59 %	54 %
Energieklasse A	1 %	1 %
Energieklasse B	0 %	0 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	189 x 1.000	194 x 1.000
GROEI 2,6 %		

WAARDE	2015	2016
Energieklasse A+++	14 %	15 %
Energieklasse A++	38 %	42 %
Energieklasse A+	47 %	42 %
Energieklasse A	1 %	1 %
Energieklasse B	0 %	0 %
Energieklasse overigen	0 %	0 %
	78 x 1.000.000	82 x 1.000.000
GROEI 4,4 %		

INBOUW KOOKPLATEN ONDERVERDELING NAAR ENERGIEBRON

AANTALLEN	2015	2016
Elektrisch	48 %	51 %
Gas	52 %	48 %
Mix	0 %	1 %
	282 x 1.000	306 x 1.000
GROEI 8,5 %		

WAARDE	2015	2016
Elektrisch	59 %	62 %
Gas	40 %	37 %
Mix	1 %	1 %
	158 x 1.000.000	181 x 1.000.000
GROEI 14,5 %		

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

AANTALLEN	2015	2016
Vrijstaand	39 %	36 %
Inbouw	61 %	64 %
	216 x 1.000	237 x 1.000
GROEI 9,5 %		

WAARDE	2015	2016
Vrijstaand	25 %	22 %
Inbouw	75 %	78 %
	140 x 1.000.000	161 x 1.000.000
GROEI 15,3 %		

AFZUIGKAPPEN ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2015	2016
Vrij / onderbouw	20 %	18 %
Geïntegreerd	2 %	1 %
Vlakscherm	13 %	13 %
Inbouw	10 %	10 %
Schouw / eilandmodel	52 %	54 %
Plafond	3 %	3 %
Werkbladafzuiging	0 %	1 %
	285 x 1.000	306 x 1.000
GROEI 7,4 %		

WAARDE	2015	2016
Vrij / onderbouw	5 %	5 %
Geïntegreerd	1 %	1 %
Vlakscherm	10 %	9 %
Inbouw	10 %	10 %
Schouw / eilandmodel	64 %	63 %
Plafond	9 %	9 %
Werkbladafzuiging	1 %	3 %
	98 x 1.000.000	114 x 1.000.000
GROEI 15,5 %		

MAGNETRONS ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2015	2016
Combi magnetron	60 %	63 %
Magnetron + Grill	7 %	6 %
Magnetron	33 %	31 %
	461 x 1.000	467 x 1.000
GROEI 1,3 %		

WAARDE	2015	2016
Combi magnetron	83 %	85 %
Magnetron + Grill	5 %	4 %
Magnetron	12 %	11 %
	158 x 1.000.000	172 x 1.000.000
GROEI 9,0 %		

STOFZUIGERS ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2015	2016
< 1.200 Watt	79 %	81 %
1.201 - 1.300 Watt	2 %	1 %
1.301 - 1.400 Watt	9 %	5 %
1.401 - 1.500 Watt	3 %	3 %
1.501 - 1.600 Watt	3 %	5 %
1.601 - 1.700 Watt	0 %	0 %
1.701 - 1.800 Watt	2 %	0 %
1.801 - 2.000 Watt	1 %	1 %
> 2.001 Watt	1 %	4 %
	1.014 x 1.000	1.036 x 1.000
GROEI 2,2 %		

WAARDE	2015	2016
< 1.200 Watt	78 %	82 %
1.201 - 1.300 Watt	5 %	3 %
1.301 - 1.400 Watt	6 %	4 %
1.401 - 1.500 Watt	3 %	2 %
1.501 - 1.600 Watt	4 %	7 %
1.601 - 1.700 Watt	0 %	0 %
1.701 - 1.800 Watt	2 %	0 %
1.801 - 2.000 Watt	1 %	0 %
> 2.001 Watt	1 %	2 %
	130 x 1.000.000	134 x 1.000.000
GROEI 3.0 %		

STOFZUIGERS ONDERVERDELING NAAR ENERGIEKLASSE

AANTALLEN	2015	2016
Energieklasse A	32 %	48 %
Energieklasse B	31 %	25 %
Energieklasse C	7 %	6 %
Energieklasse D	8 %	7 %
Energieklasse E	5 %	3 %
Energieklasse F	6 %	4 %
Energieklasse G	4 %	4 %
Zonder energielabel	7 %	3 %
	1.014 x 1.000	1.036 x 1.000
GROEI 2,2 %		

WAARDE	2015	2016
Energieklasse A	42 %	58 %
Energieklasse B	22 %	15 %
Energieklasse C	5 %	4 %
Energieklasse D	8 %	6 %
Energieklasse E	8 %	5 %
Energieklasse F	4 %	4 %
Energieklasse G	5 %	5 %
Zonder energielabel	6 %	3 %
	130 x 1.000.000	134 x 1.000.000
GROEI 3,0 %		

STRIJKIJZERS ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2015	2016
Stoomstrijkijzers	79 %	79 %
Strijksystemen	21 %	21 %
	620 x 1.000	605 x 1.000
GROEI -2,4 %		

WAARDE	2015	2016
Stoomstrijkijzers	48 %	47 %
Strijksystemen	52 %	53 %
	36 x 1.000.000	36 x 1.000.000
GROEI 0,3 %		

KOFFIEZETAPPARATEN ONDERVERDELING NAAR SEGMENTEN

AANTALLEN	2015	2016
Dripfilter (incl. 'pads')	67 %	63 %
Espresso (incl. 'capsules')	33 %	37 %
	1.446 x 1.000	1.493 x 1.000
GROEI 3,3 %		

WAARDE	2015	2016
Dripfilter (incl. 'pads')	36 %	33 %
Espresso (incl. 'capsules')	64 %	67 %
	161 x 1.000.000	173 x 1.000.000
GROEI 7,4 %		

SAMENSTELLING BESTUUR

S.A.J. DE ROOS - Directeur

Zilverstraat 69
2718 RP 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.H.P. LUTGERINK SAMSUNG ELECTRONICS BENELUX B.V.

Evert van Beekstraat 310
1118 CX SCHIPHOL
Postbus 75810
1118 ZZ SCHIPHOL
telefoon +31 88 909 01 00
www.samsung.com

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.babylissformen.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 20|20
Taurusavenue 36
2132 LS HOOFDDORP
Postbus 259
2130 AG HOOFDDORP
telefoon: +31 88 424 44 44
fax +31 88 424 44 00
email directie-bsh-nl@bshg.com
www.bosch-home.nl
www.siemens-home.bsh-group.com/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 verkoop@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 11 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.babylissformen.nl
www.babylisspro.nl
www.cuisinart.nl

BSH HUISHOUDAPPARATEN B.V.

inspiratiehuis 20|20
Taurusavenue 36
2132 LS HOOFDDORP
Postbus 259
2130 AG HOOFDDORP
telefoon: +31 88 424 44 44
fax +31 88 424 44 00
email directie-bsh-nl@bshg.com
www.bosch-home.nl
www.siemens-home.bsh-group.com/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

(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.karcher.com
www.karcher.nl

ELECTROLUX HOME PRODUCTS

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@magimix.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 1
3044 BC ROTTERDAM
Postbus 13615
3004 HP ROTTERDAM
telefoon +31 88 011 91 10
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 PERSONAL HEALTH

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.

Evert van Beekstraat 310
1118 CX SCHIPHOL
Postbus 75810
1118 ZZ SCHIPHOL
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

AEG



ASKO
Inspired by Scandinavia

ALLUXE

ATAG

BaByliss
PARIS

BaByliss MEN

BaByliss PRO

Bauknecht
Mehr als Technik

beko

belling®

BRAUN



CAMPART
travel

CARMEN

Constructa

Cuisinart®

DeLonghi



dyson

Electrolux

ATNA
KEUKENAPPARATEN

exquisit
domestic and professional appliances

GAGGENAU

Hotpoint

IGNIS

Indesit

Robot

jura.
SWISSMADE

KÄRCHER

KENWOOD
CREATE MORE

KitchenAid®
FOR THE WAY IT'S MADE.®

KRUPS

LG
Life's Good

LIEBHERR
Power Design Appliances

marjnen

magimix

Melitta

MENUMASTER®

Miele
IMMER BESSER

Moulinex

NEFF

NOVA

NOVY
INSPIRED BY QUALITY

Panasonic

Pelgrim
keukenapparatuur

PHILIPS

PRINCESS®
WOMEN'S A HOME WITHOUT A PRINCESS!

ROBOPOLIS

Rowenta

SALORA
closer to you

SAMSUNG

Scholtès

SEVERIN
welkom thuis

SIEMENS

smeg
tecnologia che unisce

STOVES

Tefal

TOPCOM®

TRISTAR

Whirlpool
SENSING THE DIFFERENCE

ZANUSSI

WLA

UITGAVE

VLEHAN

Vereniging Leveranciers van Huishoudelijke
Apparaten in Nederland

BEZOEKADRES

Zilverstraat 69, 2718 RP 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

Met medewerking van:

Panteia en GfK Retail and Technology



VLEHAN JAAROVERZICHT 2016

Vereniging Leveranciers van Huishoudelijke
Apparaten in Nederland

BEZOEKADRES

Zilverstraat 69, 2718 RP 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