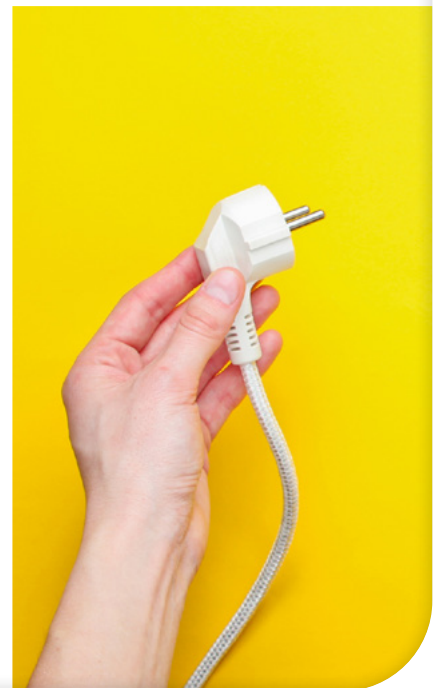




JAAERVERSLAG
2020

APPLiN
Nederland

**Nederlandse brancheorganisatie
van fabrikanten en importeurs
van elektrische huishoudelijke
apparaten**



Voorwoord

VLEHAN in een nieuw jasje

Mei 2021

Het VLEHAN jaarverslag van 2019 sloot ik af met de woorden “Als VLEHAN-bestuur hopen wij van harte dat we ons jaaroverzicht volgend jaar onder een positiever gesternte kunnen uitbrengen.” Hoewel er wild gespeculeerd werd over de duur van deze crisis, had niemand kunnen voorzien dat corona zo’n lange tijd ons leven zou beïnvloeden.

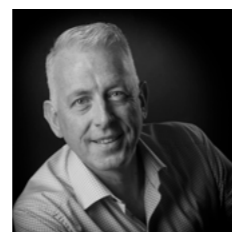
Dit jaarverslag maakt dat des te duidelijker. In de cijfers is te zien wat een enorme impact deze pandemie heeft gehad op de verkoop van elektrische huishoudelijke apparaten. Doordat mensen niet op vakantie konden, werden spaarpotjes ingezet om het huis op te knappen en keukens te voorzien van nieuwe apparatuur. Gesloten restaurants en kappers zorgden voor een toenemende vraag naar funcooking, tondeuses en andere persoonlijke verzorgingsapparaten. De pandemie was ook de reden dat de VLEHAN-FIAR CE Summit in het prachtige Louwman Museum in Den Haag niet door kon gaan. Na ruim een jaar thuiswerken kijk ik er daarom extra naar uit om al onze leden en relaties alsnog in oktober van dit jaar te mogen verwelkomen. Ik verwacht dat onze keynote speaker en internationaal trendwatcher Steven van Belleghem interessante inzichten met ons te delen heeft.

Hoewel veel zaken anders verliepen dan verwacht, zijn we er trots op dat we toch een aantal mooie stappen hebben kunnen zetten in de voorbije periode. Allereerst de naamswijziging van VLEHAN. Vanaf 1 maart 2021 gaat onze vereniging verder onder de naam APPLiA Nederland. Het is een mooie verwijzing naar de warme band die we hebben met onze Europese koepelorganisatie APPLiA. Met de naamswijziging slaan we

tevens een iets andere weg in. Zo nemen we, via APPLiA Nederland Stichting E-waste Circulair, het e-wastedossier op in ons portfolio en focussen we op een (pro-)actievere representatie van de leden op relevante thema’s.

Bij een nieuwe naam hoort ook een nieuwe huisstijl en website. En laten we eerlijk zijn; die was nodig aan een update toe. Het resultaat is te bewonderen in dit jaarverslag en op de nieuwe website www.applianederland.nl. De komende jaren zullen we hier meer actuele en relevante informatie delen, waarbij we onze blik ook verbreden naar bijvoorbeeld de retailpartners. De oprichting van het retailpanel, waarover meer te lezen is in dit jaarverslag, is daar een mooi voorbeeld van. Om onze ambitie om meer en duidelijker te communiceren met onze stakeholders te kunnen verwezenlijken, introduceren we naast de bestaande technische en statistiekcommissie een communicatiecommissie. De onomstotelijke meerwaarde van deze drie enthousiaste werkgroepen, leest u eveneens in dit jaarverslag.

Onze industrie heeft de afgelopen periode andermaal bewezen zeer relevant en belangrijk te zijn voor zowel consumenten, retailers, overheden als tal van andere stakeholders. Daarom verdienen onze leden een branchevereniging die, namens hen, een duidelijk en constructief geluid laat horen aan deze stakeholders. Met APPLiA Nederland hebben we de randvoorwaarden voor een dergelijke vertegenwoordiging opnieuw ingevuld. We zijn, net als onze leden, optimistisch en ambitieus en hebben veel vertrouwen in een mooie toekomst voor onze industrie.



Stefan Verhoeven
Voorzitter APPLiA Nederland



Inhoud

1.	APPLiA in het kort	4
2.	Commissies	6
3.	Huisstijl/Website	10
4.	Retailpanel	12
5.	Geschiedenis en oud-voorzitters	14
6.	Toelichting Cijfers	18
7.	Cijfers	22
8.	APPLiA Europe	28
9.	Samenstelling Bestuur en Bureau	29
10.	Ledenlijst	30
11.	Merken van de leden	32
12.	Colofon	34

Achtergrond APPLiA Nederland in het kort

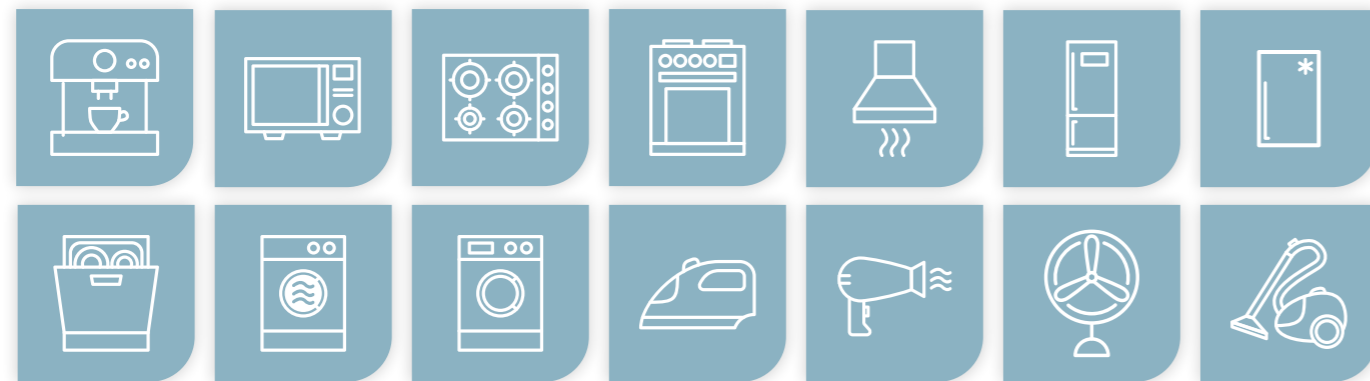


APPLiA Nederland zet zich proactief in om leden te informeren over ontwikkelingen op het gebied van **duurzaamheid, innovatie en wet- en regelgeving**, zodat leden vol vertrouwen beslissingen kunnen nemen in hun beleidsvoering.



APPLiA Nederland fungeert als **onafhankelijke en industriebrede spreekbuis**, zowel richting media als stakeholders, om hiermee de belangen van haar leden te behartigen.

De producten van onze leden



Onze kernwaarden



OBJECTIEF

- Behartigt de belangen van al haar leden: groot en klein
- Vertegenwoordigt standpunten van alle leden
- Serieuze gesprekspartner in (politieke) lobby voor de achterban



PROACTIEF

- Inspelen op actuele thema's en ontwikkelingen
- Proactief delen van relevante informatie met leden
- Proactief contact met stakeholders en media



ONDERNEMEND

- Ondernemende rol in ontwikkelingen rondom innovatie en duurzaamheid, met name rondom producenten-verantwoordelijkheid



EXPERT

- Kenniscentrum voor de branche
- Op nationaal en Europees niveau



ONDERSTEUNEND

- Ondersteunende diensten, waaronder trainingen, collectiviteitsvoordelen en statistieken

Onze actuele thema's



Waarom APPLiA Nederland?

- LOBBY NAAR OVERHEDEN vanuit de kracht van de gezamenlijkheid
- KENNISUITWISSELING
- NETWERKEN
- GEEN WINSTOOGMERK en een kostenefficiënte begroting
- GEZONDE VERENIGING met een vrije reserve ter grootte van 1 jaar contributie
- DE LEDEN ZIJN DE 'BAAS'

Feiten financieel

€ 3,1
MILJARD

Totale omzet voor onze gehele branche in Nederland

APPLiA
Home Appliance Europe

APPLiA Nederland is aangesloten bij de **Europese brancheorganisatie APPLiA Europe**.

ANStEC

APPLiA Nederland heeft nauwe banden met **APPLiA Nederland Stichting E-waste Circulair**. Deze Stichting neemt de vertegenwoordiging van alle producenten van elektrische huishoudelijke apparaten binnen Stichting OPEN op zich.

Commissies

De drie commissies van APPLiA Nederland

APPLiA Nederland heeft al jaren twee commissies: de Technische Commissie en de Statistiekcommissie. Beiden zijn van grote meerwaarde voor de leden. Begin 2021 kreeg de vereniging er een derde commissie bij: de Communicatiecommissie. Samen vormen ze de pilaren van de vereniging. Reden te meer om deze commissies weer eens in de spotlight te zetten.

Technische Commissie

Wat doet de commissie:

De Technische Commissie speelt een essentiële rol binnen APPLiA Nederland. De meeste tijd wordt besteed aan wet- en regelgeving; een onderwerp waar alle leden mee te maken hebben. Daarnaast is de commissie een deskundige belangenbehartiger en betrouwbare vraagbaak voor leveranciers van elektrische huishoudelijke apparaten in Nederland.

Wie zijn actief binnen de commissie:

De meeste leden hebben een technisch manager afgevaardigd. Daardoor heeft de commissie enorm veel praktische kennis in huis, die nodig is bij zaken waar collectieve belangenbehartiging een technische kant heeft.

Welke onderwerpen nu actueel zijn:

Wet- en regelgeving is een van de belangrijkste onderwerpen voor de Technische Commissie. Bijvoorbeeld regels over productveiligheid, waar met ruim 100 technische normen een veilig gebruik gereguleerd wordt. Ook zijn er regels die betrekking hebben op gezondheidsaspecten. Van magnetische velden tot materialen die in contact komen met voedingsmiddelen. Milieu en duurzaamheid spelen eveneens een steeds belangrijkere rol. Daarbij hebben we onder meer te maken met regels over schadelijke stoffen, energielabels en alle chemicaliën die in producten of in de productie worden gebruikt. Andere belangrijke onderwerpen van de Technische Commissie voor 2021 zijn: ecodesign, circulaire economie, milieuaspecten en microplasticvezels.



“Met voldoening ben ik al meer dan twintig jaar lid van de technische commissie, waar wordt samengewerkt met technische professionals uit de industrie die elkaar aanvullen en versterken in de kennis over gezamenlijke vraagstukken, waaronder milieu, normering, productveiligheid en wet- en regelgeving.”

Rob Walthaus – Head Technical Support & Training bij BSH Huishoudapparaten B.V. en voorzitter van de Technische Commissie sinds 1 januari 2020



“Je kan het maar één keer fout doen wanneer je werkt met gevoelige data, want daarna mag je het niet meer doen. Data-veiligheid en privacy staan bij ons daarom voorop bij het uitvoeren van het statistiekprogramma. Het is fijn werken met een club die daar het belang van inziet!”

Steven van Bommel – Manager Market & Data Analytics bij FME

Statistiekcommissie

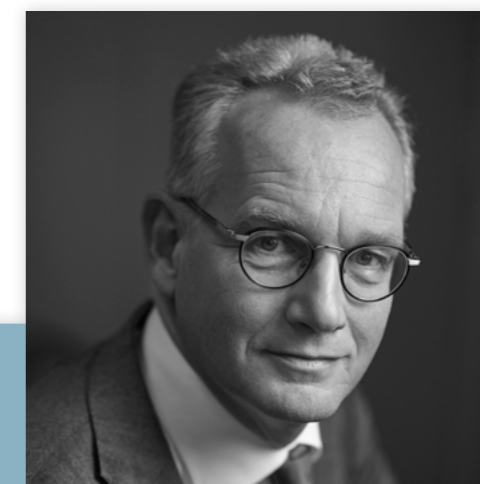
Wat doet de commissie:

Hoewel data een steeds belangrijkere rol binnen de bedrijfsvoering inneemt, beschikt APPLiA Nederland al vanaf de oprichting over haar eigen statistiekprogramma.

De statistiekcommissie begeleidt het programma waarin deelnemende leden iedere maand verkoopcijfers per productcategorie uploaden. De deelnemende leden ontvangen daarvoor iedere maand een rapportage van de totaalcijfers per productcategorie. Deze cijfers bieden waardevolle inzichten in verkooptrends en zijn een betrouwbare, objectieve en prijsaantrekkelijke aanvulling op marktdata van commerciële aanbieders.

Wie zijn actief binnen de commissie:

Het overgrote deel van de leden doet mee aan het statistiek-programma van APPLiA Nederland.



“Door deel te nemen aan de statistiekcommissie krijg je als deelnemer maandelijks inzicht in hoe de markt zich ontwikkelt en wat je marktaandeel is op een heel gedetailleerd niveau. Deze data is gebaseerd op sell-in data en geeft dus veel sneller informatie dan andere databronnen die sell-out data rapporteren. Deze service is een enorme toegevoegde en exclusieve waarde voor alle leden van APPLiA Nederland.”

Ronald Wassenaar – CEO BSH Huishoudapparaten B.V.



Welke data maakt de statistiekcommissie inzichtelijk:



EIGEN AFZET HUIDIGE MAAND

EIGEN AFZET YTD (TOTALE AFZET DIT KALENDERJAAR)

ONTWIKKELING EIGEN AFZET HUIDIGE MAAND
TEN OPZICHTE VAN DEZELFDE MAAND VORIG JAAR

ONTWIKKELING EIGEN AFZET YTD TEN OPZICHTE VAN
DEZELFDE PERIODE VORIG JAAR

TOTALE (MARKT) AFZET HUIDIGE MAAND

TOTALE (MARKT) AFZET YTD

ONTWIKKELING TOTALE AFZET HUIDIGE MAAND TEN OPZICHTE
VAN DEZELFDE PERIODE VORIG JAAR

MARKTAANDEEL OVER TIJD (PER MAAND)

AFZET OVER TIJD (PER MAAND)

RELATIEVE POSITIE MARKTAANDEEL
PER DEELNEMENDE PRODUCTCATEGORIE

INZICHT IN DEELNEMERS PER PRODUCTCATEGORIE



Communicatiecommissie

Wat doet de commissie:

De Communicatiecommissie van APPLiA Nederland is de nieuwste werkgroep binnen de vereniging. De commissie houdt zich bezig met alle informatievoorziening richting leden. Daarnaast wordt ingezet op het proactief ophalen van standpunten van leden op relevante thema's, zoals duurzaamheid, innovatie en wet- en regelgeving. Met deze standpunten treedt APPLiA Nederland actief naar buiten richting overheden en andere stakeholders.

Wie zijn actief binnen de commissie:

De commissie wordt geleid door een extern communicatieadviseur van Smith Communicatie. Een aantal leden hebben een communicatie-professional afgevaardigd die een actieve rol inneemt binnen de werkgroep.

Waar houdt de commissie zich dit jaar mee bezig:

De commissie heeft al een geheel nieuwe huisstijl en website voor APPLiA Nederland gerealiseerd. Daarnaast ligt de focus op het inventariseren van communicatiebehoeftes van de leden en het aanbieden van structurele communicatiemiddelen om in die behoeftes te voorzien. Denk hierbij aan informatiebijeenkomsten, themasessies waarin we standpunten ophalen, nieuwsbrieven en netwerkmogelijkheden.



“Communicatie is de rode draad die door APPLiA Nederland loopt. Het zorgt er enerzijds voor dat we weten wat de belangen van onze leden zijn en anderzijds dat we aan hun informatiebehoefte kunnen voldoen. Zo zorgen we voor een proactieve en relevante vereniging.”

Deirdre Schoemaker – Senior Communicatie-adviseur (Smith Communicatie)

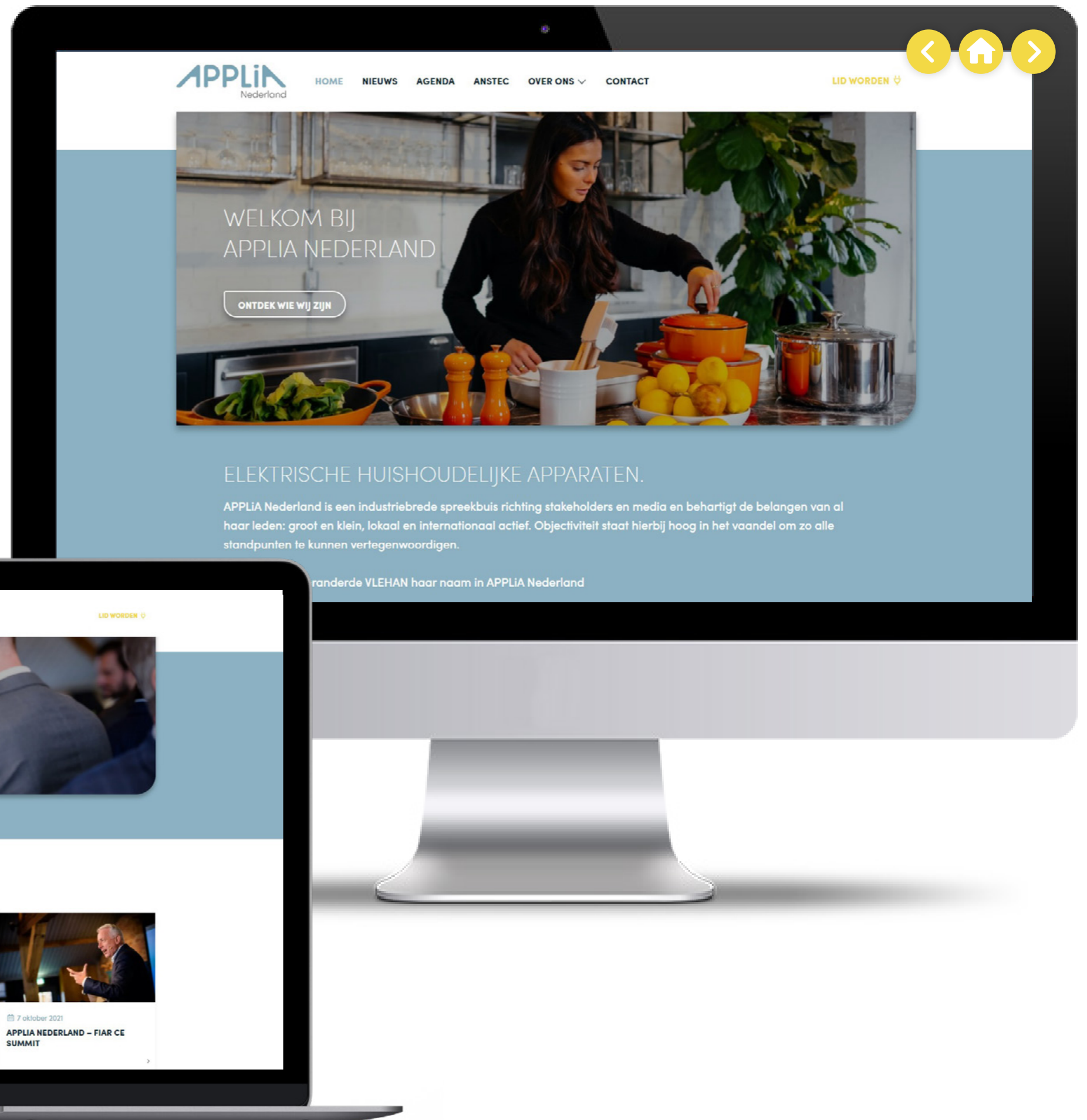
Huisstijl

Nieuwe website APPLiA Nederland

Heeft u de nieuwe website van APPLiA Nederland al gezien?

Hier delen we het laatste nieuws over de ontwikkelingen in de branche en vindt u een overzicht van bijeenkomsten. De nieuwe website wordt de komende maanden uitgebreid met informatie over onder meer wet- en regelgeving, innovatie, duurzaamheid, retail en markttrends.

Bent u geen lid van APPLiA Nederland maar wilt u wel op de hoogte blijven van de ontwikkelingen in de branche? Schrijf u dan in voor de nieuwsbrief en volg APPLiA Nederland op [LinkedIn](#).



Nieuw APPLiA Retailpanel

Nieuw bij APPLiA Nederland is het Retailpanel. Vijf experts uit de retailbranche geven hun kijk op actuele thema's die spelen binnen de sector van elektrische huishoudelijke apparaten. De korte interviews zijn later dit jaar te lezen op de [website](#) van APPLiA Nederland. In dit jaarverslag stellen we het APPLiA Retailpanel graag aan u voor. Daarnaast vroegen we onze panelleden al even kort een blik te werpen op de toekomst.



“Het bieden van duurzame oplossingen is de sleutel voor de toekomst.”

Henk van Hattem - BCC

Henk van Hattem (41 jaar) is via een diversiteit aan rollen bij verschillende werkgevers uiteindelijk terecht gekomen bij BCC, en is daar sinds drie jaar Director Category Management & Supply Chain. Met zijn bulk aan ervaring in de sector is category management zowel zijn passie als specialisatie. Ondernemerschap, resultaatgerichtheid, analytisch vermogen en ontwikkeling is zijn kracht. Henk is ervan overtuigd dat de verkoop van producten alléén niet houdbaar is voor de lange termijn en er een groeiende behoefte bij klanten is aan hulp bij, en oplossingen voor diverse complexe digitale en technologische mogelijkheden. Duurzaamheid en daarmee o.a. het verlengen van de levensduur van zijn producten zal hierbij richtinggevend zijn.



“Als we met elkaar zoeken en de juiste wegen weten te vinden, zullen we de uitdagingen van het afgelopen jaar gezamenlijk te boven komen. Want het is misschien een ouderwetse gedachte in deze moderne tijden, maar ik zeg nog altijd: “Zaken doen, is mensenwerk!”

Peter Taris - Der Kreis en Mijn BAD

Peter Taris (57) is sinds 1989 werkzaam in de sanitair- en keukenwereld. Begonnen als showroomverkoper, is Peter in de jaren daarna via diverse functies doorgegroeid naar zijn huidige functie als inkoopmanager bij Der Kreis en Mijn BAD. Met een ervaringsrugzak gevuld aan mogelijkheden, daagt Peter zichzelf dagelijks uit mooie nieuwe uitdagingen op te pakken die het werkende leven zo mooi maken. En wat verwacht Peter van de toekomst? Veel goeds!



“Er is een groeiende behoefte ontstaan naar persoonlijk en sociaal contact”

Jeroen Geerling - MHK Nederland

Jeroen Geerling (49) is sinds 1993 werkzaam binnen diverse disciplines in de keukenbranche. Sinds 2016 mag hij zich Algemeen Directeur van MHK Nederland noemen. Jeroen ziet vanuit zijn functie veel trends die de toekomst van de inbouwapparatuurmarkt zullen veranderen: “Door steeds verdergaande digitalisering in het dagelijkse leven is er een groeiende behoefte ontstaan naar persoonlijk en sociaal contact met vrienden en familie. Hierdoor zal er behoefte zijn aan een mooie keuken welke van alle gemakken is voorzien. Ook de trend m.b.t. ‘gebruik boven bezit’ zal zich doorzetten. Het werken met abonnementsvormen en/of sharing van grotere witgoedapparaten zal daarom ook alleen maar doorzetten.”

Michiel Kersbergen - Bol.com

Michiel is sinds 2019 werkzaam als Category Lead Domestic Appliances bij Bol.com. Michiel heeft een enorme passie voor Retail, die onder meer is ontstaan door zijn verschillende commerciële rollen binnen de FMCG. Daarnaast heeft hij bij Royal Capi-Lux kennis gemaakt met de geweldige wereld die Elektronica heet. Michiel ziet binnen de sector vooral toekomst voor “producten die ons leven makkelijker, duurzamer en/of gezonder maken”.



“Trouw blijven aan je eigen identiteit en daar differentiëren waar je relevant kan blijven”

Daniela Sarlo - Expert

Daniela Sarlo (38) is Hoofd Commercie bij Expert en houdt zich daar, samen met een groot team van collega's, bezig met alles wat commercieel is. En dat komt goed uit, want handel drijven is waar Daniela heel blij van wordt. Hoe Daniela de toekomst ziet? “Ik geloof niet in het doemscenario waar de winkelstraten leeg raken en er geen winkel meer bestaat. Het is een kwestie van de markt-bewegingen volgen en hierop anticiperen en actie ondernemen. Trouw blijven aan je eigen identiteit als organisatie en niet iedereen willen kopiëren, maar juist daar differentiëren waar je relevant kan blijven. Een sterke omnichannel aanpak is *the way to go.*”



Geschiedenis en oud-voorzitters

Belangenbehartiger sinds 1988

Op 1 maart 2021 veranderde de Vereniging van Leveranciers van Elektrische Huishoudelijke Apparaten in Nederland, kortweg VLEHAN, haar naam in APPLiA Nederland. De naamswijziging ging gepaard met een aangepaste taakuitvoering.

Waar de organisatie voorheen vooral gericht was op informatievoorziening richting de leden, wordt nu eveneens gefocust op het ophalen van standpunten en actieve representatie van de leden naar externe stakeholders. Daarnaast wordt het e-waste-dossier, middels APPLiA Nederland Stichting E-waste Circulair, onderdeel van het takenpakket van APPLiA Nederland. De naamswijziging onderstreept de warme band met de Europese koepelorganisatie APPLiA. Als lid van de Europese organisatie praat APPLiA Nederland ook in Europa mee over innovatie, duurzaamheid en

wet- en regelgeving en behartigt daarmee de belangen van de Nederlandse leveranciers en producenten.

Hoewel naamsveranderingen wel vaker voorkomen, heeft VLEHAN sinds de oprichting in 1988 stevast VLEHAN geheten. De wijziging luidt dan ook een nieuwe periode in voor de vereniging. Die was echter nooit mogelijk geweest zonder alle kennis en ervaring die sinds de oprichting is opgedaan. Daarom blikken we in dit jaarverslag terug op ruim 32 jaar VLEHAN en gaan we in gesprek met drie oud-voorzitters.



In gesprek met drie oud-voorzitters

Fysiek samenkomen zit er dan wel niet in, maar zet drie oud-voorzitters van VLEHAN bij elkaar in een online meeting en het is minstens zo gezellig. De affiniteit met de branche, de band met APPLiA Nederland en de herinneringen aan het voorzitterschap spatten van het scherm.

We spreken drie generaties oud-voorzitters: Frans-Anno Tweebeeke, Johan Bosma en Sjaak Brouwer. Deze voorzitterslijn begint met Frans-Anno, al sinds 1991 als bestuurder bij VLEHAN betrokken, die in 2005 tot voorzitter benoemd wordt. In 2011 neemt Johan het stokje over, die op dat moment al sinds 2002 in

het bestuur zit en voor zijn voorzitterschap nog de rol van penningmeester heeft. Sjaak volgt Johan vervolgens op in 2013 en bekleedt deze functie twee jaar lang. Inmiddels zijn de mannen al enkele jaren niet meer aan het bestuur van APPLiA Nederland verbonden, maar goede herinneringen zijn er nog volop.

Wat is de belangrijkste rol van een voorzitter?

Johan: “Je leidt en coördineert gesprekken in het bestuur, maar hebt ook frequent contact met de directeur. Je bent zijn spreekbuis. Als voorzitter is het van groot belang dat je onpartijdig en objectief blijft. Je hebt immers te maken met veel verschillende belanghebbenden.”

Sjaak: “Je bent als voorzitter de verbindende factor en vertegenwoordigt een grote groep branchegenoten die samenkomt in één organi-

De geschiedenis van VLEHAN in het kort

De oorsprong van de vereniging ligt in **1968** en het moment dat de VLET, de Vereniging van Leveranciers van Elektrotechnische Toestellen, werd opgericht. De VLET besteedde aandacht aan ‘alle elektrotechnische toestellen voor huishoudelijk gebruik’. Daarnaast was er de groep Fabrieken van Elektrische Huishoudelijke Apparaten Nederland (FEHAN). Hier werden later de importeurs aan toegevoegd, waardoor de naam veranderde in FIEHAN (vereniging Fabrieken en Importeurs van Elektrische Huishoudelijke Apparaten Nederland). Ook was er nog de VKI, De Groep Verwarming en Kookapparaten Industrie. Deze drie gingen op **16 november 1988** samen op in VLEHAN: Vereniging Leveranciers van Huishoudelijke Apparaten in Nederland. Het woord ‘elektrische’ werd expres weggelaten, met het oog op gasfornuizen.

Al sinds de oprichting van VLEHAN heeft het behartigen van de belangen van de leden de hoogste prioriteit gehad. Andere aandachtsgebieden waren onderlinge kennisdeling, de ontwikkeling van gezamenlijke neutrale productpromotie en het verzamelen van statistische gegevens. In een interview in ERM ter gelegenheid van het 25-jarig jubileum van VLEHAN zei toenmalig voorzitter Sjaak Brouwer hierover: “VLEHAN ondersteunt de leden heel breed. Je kunt het samenvatten als kwalitatieve en kwantitatieve ontzorging.”

Na ruim **32 jaar** begint de vereniging onder de naam APPLiA Nederland aan een nieuw hoofdstuk.



satie. Ondanks het feit dat alle belanghebbenden hun eigen achtergrond hebben, kun je overkoepelende branchevraagstukken alleen aanpakken als je dat vanuit een gezamenlijk belang doet.”

Wat waren de grootste vraagstukken waar jullie je als voorzitter mee bezig hielden?

Frans-Anno: “Duurzaamheid is denk ik over de hele linie een van de belangrijkste thema’s geweest. In de jaren ’90 werd dit voor het eerst aangeduid met energielabels. Wie een mooi label had, kon rekenen op subsidie in afstemming met de regering. Daar moesten spelregels voor ge-

“Duurzaamheid, circulariteit in de branche is voor ons alle drie een rode draad geweest in ons voorzitterschap”

Johan Bosma - Oud-voorzitter VLEHAN

maakt worden. Daarin heeft APPLiA Nederland, toen nog VLEHAN, een duidelijke rol vervuld. En in de jaren ’90 liepen we hier in Nederland al vooruit op de Europese wetgeving rondom de recycling van gebruikte producten. Wij begonnen in 1997 al met de voorbereidingen om vanaf 1 januari 1999 de verwijderingsbijdrage te kunnen introduceren. In mijn herinnering werd heel veel tijd opgeslokt om dat enorme project vorm te geven. Dat waren ingewikkelde processen, maar het is wel fantastisch dat het toen al zo goed geregeld was. Het gemeenschapsgeld dat daaruit voortkwam werd geborgd in een fonds en gebruikt om effectief te investeren in inzameling en recycling van afgedankte apparaten.”

Johan: “Ik denk dat duurzaamheid, circulariteit in de branche voor ons alle drie een rode draad is geweest in ons voorzitterschap.”

Sjaak: “Een belangrijke tweede was de kwestie rondom fabrieksgarantie en de economische levensduur van een product. Dat was iets wat rond

2010 opkwam. Bijna elke leverancier worstelde daarmee. Wat zijn de gevolgen en verantwoordelijkheden met betrekking tot service? Dat kan enorme financiële consequenties hebben. Ik herinner me dan ook jaarvergaderingen waar de emoties hoog opliepen. Maar juist hierin konden we als brancheorganisatie iets betekenen, door een brug te slaan tussen ons als branche en belanghebbenden, de politiek en de consument.”

Frans-Anno: “En daar komt het belang van objectiviteit weer om de hoek kijken. Er waren fabrikanten die vanaf de onderkant van de markt opereerden en fabrikanten met producten die erg lang mee gaan. Zoveel verschillende soorten belangen: het is de taak van de voorzitter om dat –zeker tijdens vergaderingen– in goede banen te leiden.”

Hoe belangrijk is het dat APPLiA Nederland bestaat?

Johan: “Enorm belangrijk. Hier worden de krachten van grote en kleinere partijen gebundeld en informatie van de hele bedrijfstak gestroomlijnd. Het is van belang dat zoveel mogelijk partijen uit de branche lid zijn, maar dit lukt nooit 100%. Op dit moment mis ik met name de Aziatische partijen. Terwijl je samen juist zoveel meer kunt bereiken dan in je eentje.”

Frans-Anno: “Partijen die in begin van de jaren ’90 nog heel klein leken, zijn nu grote concerns geworden. Zij hebben vaak hun eigen strategieën en zien lid worden niet altijd als voordeel. Zelfs voor Nederlandse bedrijven is onze toegevoegde waarde niet altijd even duidelijk. Een extra aanmoediging voor het bestuur om die extra toe te lichten en te benadrukken.”

Zien jullie vandaag de dag obstakels waar jullie niet of in mindere mate mee te maken hadden als voorzitter?

Sjaak: “Het milieuvraagstuk van verantwoordelijkheid en het bewustzijn van de consument is in een stroomversnelling gekomen. We waren er

in onze tijd al mee bezig, maar deze kwestie is nu nog groter. En dan is er de digitalisering. De snelheid en kennis van de consument zorgt voor een nieuwe, andere dynamiek in de branche en vraagt om een andere aanpak. Hoe sluit je je zo goed mogelijk aan op de snelle veranderingen in de maatschappij? Kún je als brancheorganisatie überhaupt inspelen op ontwikkelingen op dat vlak?”

Frans-Anno: “Hoewel hergebruik van producten steeds normaler is geworden, zie je ook dat huishoudelijke apparaten nu gemakkelijker worden weggegooid omdat de nieuwprijs zó dicht bij de reparatieprijs ligt.”

Sjaak: “Dat leidt wel tot nieuwe businessconcepten, zoals leasing of pay-per-use. Tot slot is internationalisering natuurlijk ontzettend belangrijk. Het is goed om te weten wat er op nationaal niveau speelt, maar de markt houdt niet op bij de grens.”

Frans-Anno: “APPLiA Nederland doet dat juist en begrijpt dat. Daarom juich ik de naamsverandering ook toe. De warme band met Europa wordt hiermee onderstreept en straalt ook uit dat we samen sterk staan.”

Johan: “De markt is dynamischer dan ooit en de omstandigheden veranderen constant. Maar circulariteit zal voorlopig nog wel een van de belangrijkste topics blijven. Vooralsnog is het nog niet gelukt het recyclequotum te halen. Alleen samen kunnen we draagvlak creëren, nieuwkomers verwelkomen en een verschil maken.”

Wat zijn jullie mooiste herinneringen aan het voorzitterschap?

Frans-Anno: “Ik ben erg trots op het jaarlijkse symposium dat nog altijd georganiseerd wordt. Er was daarvoor altijd wel een ledenvergadering, maar dat was niet zo verbindend. Het symposium is voor een bredere groep uit de branche, een themamiddag met interessante sprekers. Heel di-

vers: dan kwam de directeur van de Consumentenautoriteit een lezing geven en was de volgende spreker Maarten van Rossum. Dat waren leuke en gezellige middagen, maar ook heel verhelderend. Daar moet APPLiA Nederland vooral mee doorgaan.”

Johan: “Het voorzitterschap, waar zulk soort evenementen mee gemoeid zijn, zorgt dan ook echt voor een breed netwerk van mensen uit alle gelederen, die je normaal gesproken niet zo snel zou ontmoeten.”

Sjaak: “Zo was bij het symposium van 2014 Jan-Peter Balkenende te gast om te spreken over ondernemen en duurzaamheid. Balkenende had ik daarvoor al eens ontmoet en het is ontzettend leuk om vanuit je rol als voorzitter zulke contacten op te doen en je netwerk verder uit te kunnen bouwen.”

“Ik juich de naamsverandering toe. De warme band met Europa wordt hiermee onderstreept en straalt ook uit dat we samen sterk staan.”

Frans-Anno Tweebeke - Oud-voorzitter VLEHAN

Johan: “Ik heb er overigens niet alleen goede zakenrelaties, maar zelfs vriendschappen aan overgehouden. Ja, ik heb erg goede herinneringen aan mijn tijd bij APPLiA Nederland. Ik ben nog steeds actief in de industrie van huishoudelijke apparaten, zij het op een heel andere manier. Het blijft een leuke markt waarin we mooie producten maken. En iedereen gebruikt ze dagelijks, van ontbijt, lunch en diner tot de schone was.”

Frans-Anno: “Het lijkt wel een reclameslogan!”

Johan, lachend: “Maar ik noem geen merken. Da’s die objectiviteit, hè”

Toelichting cijfers

Consumenten vervangen hun huishoudelijke apparaat eerder en kiezen vervolgens voor gemak en milieu

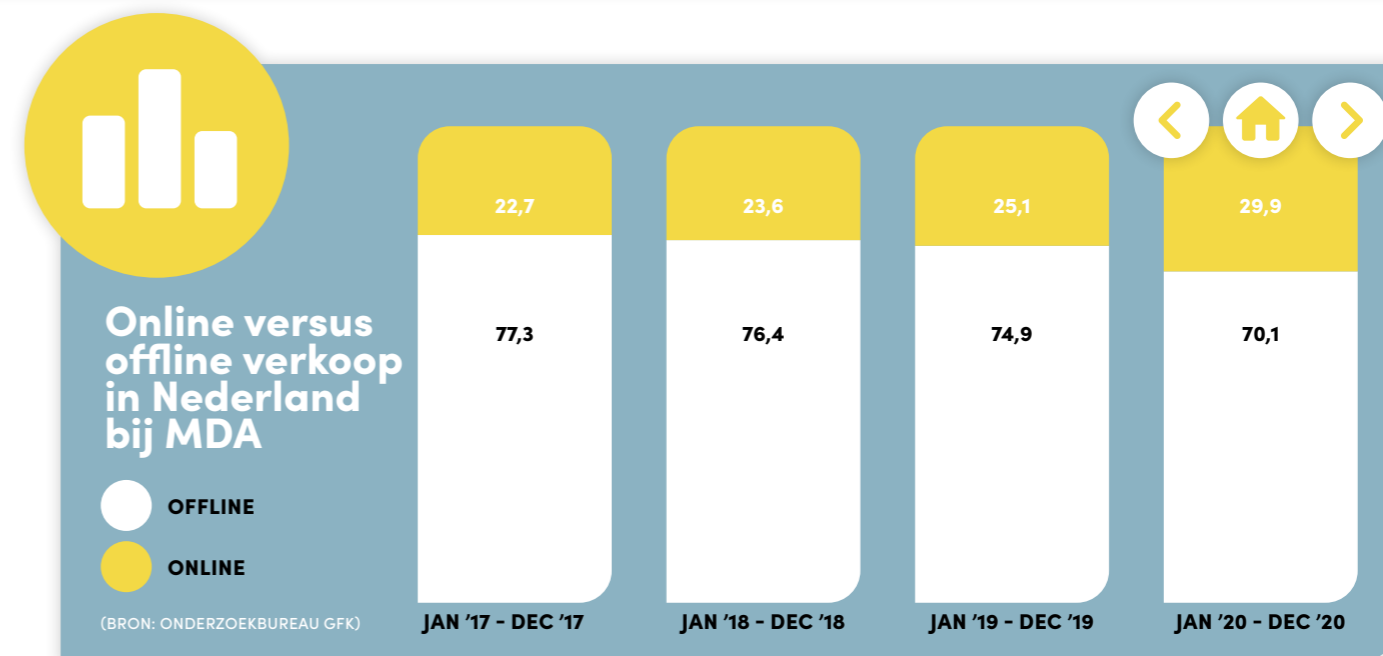
Het jaar 2020 is in alle opzichten uitzonderlijk geweest. De uitbraak van het COVID-19 virus, dat in maart 2020 in Europa de kop op stak, heeft een grote weerslag gehad op de verkoop van elektrische huishoudelijke apparaten. Ondanks coronamaatregelen is het in Nederland een goed jaar geweest voor de verkoop van elektrische huishoudelijke apparaten.

De cijfers per productcategorie zijn te vinden op pagina 22 tot 27 van dit jaarverslag.

Internetverkoop neemt exponentieel toe

Ieder jaar neemt wereldwijd het aandeel van online verkoop met 1 á 2 procentpunt toe. Door het sluiten van de traditionele winkels tijdens de verschillende lockdowns krijgt de online verkoop wereldwijd een enorme boost. **Het aandeel van de online verkoop in West-Europa steeg van 21% naar 28%. In 2020 is het aandeel online omzet binnen groothuishoudelijke apparaten gestegen van 25% naar 30%.** Dat is dus iets hoger dan het West-Europese gemiddelde. In de laatste weken van het jaar waren de niet-essentiële winkels dicht en lag het percentage online omzet zelfs nog hoger. **De groei in de markt zat afgelopen jaar dus voornamelijk online.**

(BRON: ONDERZOEKBUREAU GFK)



Groothuishoudelijke apparaten

2020 begon in Nederland als een normaal jaar met enkele procent groei ten opzichte van 2019. In maart gaat de wereld op slot en geven de lockdowns wereldwijd een enorme druk op de besteding aan groothuishoudelijke apparaten. In Nederland zien we een tegenovergestelde ontwikkeling en trekt vanaf dat moment de groei juist aan.

Opvallend is dat consumenten in 2020 besluiten niet af te wachten tot hun groothuishoudelijke apparaat is versleten voor zij overgaan tot de aankoop van een nieuw apparaat. Geld dat gereserveerd was voor etentjes, uitjes en vakanties wordt geïnvesteerd in nieuwe apparatuur voor in huis. Een aanzienlijk deel van de consumenten heeft eerder dan gepland een of meerdere apparaten in huis vervangen.

In 2020 steeg de verkoop van vriezers in stuks met 40%. Met name vriezers met een grote opslagcapaciteit waren populair. Deze ontwikkeling was niet alleen in de eerste lockdown zichtbaar, toen opvallend veel kleinere modellen werden verkocht. In de tweede helft van het jaar werden met name veel grote vriezers verkocht (BRON: ONDERZOEKBUREAU GFK).

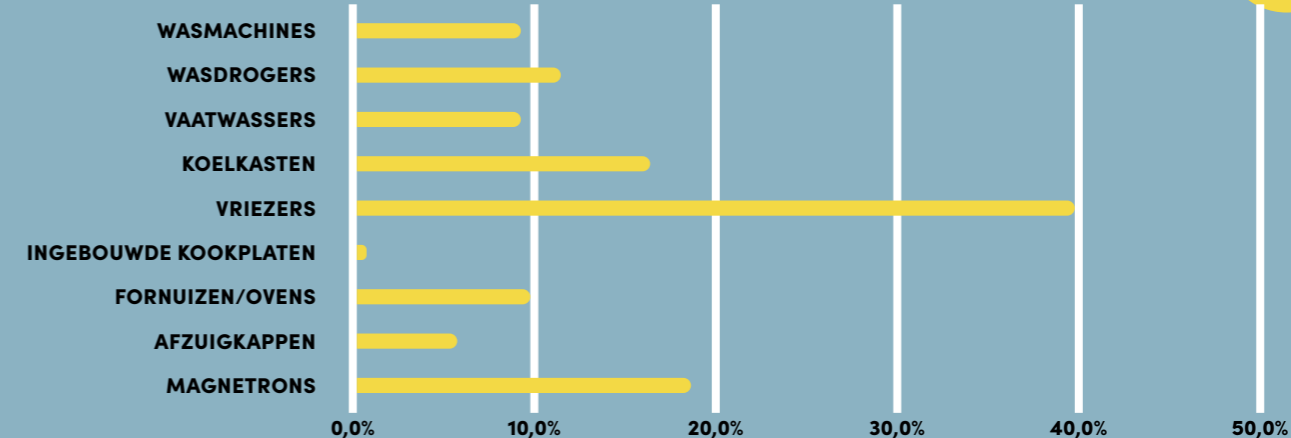
De verkoop van koelkasten steeg met 16% ten opzichte van vorig jaar. De keuken kon ook op andere investeringen rekenen, te verklaren door het feit dat de horeca voor een groot deel van 2020 gesloten was en mensen meer thuis waren. Kookplaten, magnetrons en vaatwassers maakten allemaal een flinke groei in afzet en omzet mee.

Trends in 2020

In 2020 zijn vier trends gesignaleerd die in lijn liggen met de ontwikkelingen in de jaren ervoor.

- 1 Nederlanders investeren steeds meer in apparaten met een grote capaciteit. Denk daarbij aan wasmachines met meer dan 9 kg trommelinhoud en grote ovens. Deze trend werd versterkt door de uitbraak van COVID-19 en het veranderde inkoopgedrag (consumenten deden minder vaak boodschappen en kochten grotere hoeveelheden). De behoefte aan grote koelkasten en vriezers om de boodschappen te bewaren, steeg enorm.
- 2 De vraag naar gecombineerde apparaten stijgt. Denk hierbij aan wasdroogcombinaties, koelvriesapparaten met meerdere deuren (Amerikaanse koelkasten) en inbouwkookplaten met geïntegreerde afzuiging.
- 3 Nederlanders hebben behoefte aan gemak en zijn bereid daar extra voor te betalen. Dit zie je terug in functies als automatische dosering bij wasmachines en vaatwassers en aan flexibele inductie bij kookplaten. In Nederland zie je deze groei vooral bij producten met hogere specificaties.
- 4 Mensen worden in hun aankoopgedrag steeds milieubewuster. De verkoop van apparaten met een triple A energielabel groeide harder dan de verkoop van apparaten met een ander (lager) energielabel.

Groei in stuks t.o.v. 2019



Toelichting cijfers

Out-of-home wordt at-home. Meer uitgaven aan koken, koffie, persoonlijke verzorging ... én hygiëne



Klein huishoudelijke apparaten

Vrijwel alles wat we in 2020 hebben ondernomen, gebeurde vanuit huis. We werkten thuis, aten er en entertainden onszelf. Het is daarom niet verrassend dat de verkoop van klein huishoudelijke apparaten flink is gestegen. **Er is in 2020 in Nederland een omzetgroei van 30% gerealiseerd ten opzichte van een jaar eerder** (BRON: ONDERZOEKBUREAU GfK). Binnen klein huishoudelijke apparaten kunnen we onderscheid maken in drie productgroepen:

KEUKENAPPARATUUR

De grootste omzetstijging binnen klein huishoudelijke apparaten zien we bij keukenapparatuur (+ 34% omzet). Door al het thuiswerken zijn mensen meer waarde gaan hechten aan de kwaliteit van koffie in huis en is er flink geïnvesteerd in nieuwe koffiezetapparaten. Funcooking werd enorm populair door de sluiting van de restaurants en ook andere apparaten die bedoeld zijn voor de bereiding van voedsel werden meer verkocht. De hittegolf in de zomer van 2020 gaf de verkoop van elektrische barbecues een flinke boost.

HOME COMFORT

De grootste groei in afzet is te zien binnen de categorie home comfort. **Er werd 25% meer verkocht dan in 2019.** Meer thuis zijn betekent ook dat er meer schoongemaakt moet worden. De vraag naar apparaten die daaraan bijdragen, zoals stofzuigers (+ 13%), steeg. Binnen home comfort daalt de verkoop van strijkijzers al jaren. Deze trend zet zich in 2020 voort en door het vele thuiswerken is de behoefte om gladgestreken overhemden te dragen kleiner geworden (-5%). Tot slot zorgde de hittegolf voor een verdubbeling van de vraag naar mobiele airconditioning.

PERSOONLIJKE VERZORGING

Mensen zijn in 2020 bewuster bezig geweest met hun gezondheid. **Dit is onder meer te zien in de enorme stijging in verkoop en omzet bij medi-**

sche apparaten, zoals bloeddrukmeters en digitale thermometers. Er zijn ook meer digitale weegschalen verkocht; mogelijk om de coronakilo's in de gaten te houden. Door de sluiting van de kappers steeg de verkoop van scheer- en trimapparaten en ook andere haarstylingsapparaten werden meer verkocht dan in 2019.

Eerste kwartaal 2021

In het eerste kwartaal van 2021 zien we dat de markt blijft stijgen, al is het in een gematigder tempo. **Er werd in de eerste drie maanden van het jaar een marktgroei van 10% in omzet gerealiseerd.** De verkoop via internet compenseert de daling van de verkoop in winkels, die door coronamaatregelen slechts beperkt open waren. De verkoop van apparaten voor nieuwe keukens stijgt in het eerste kwartaal ook flink. Dit is mede verklaarbaar door de blijvende hausse in de huizenmarkt. De gesignaleerde trends in 2020 zijn daarnaast nog vol zichtbaar in het eerste kwartaal van 2021.



Over GfK

GfK is het grootste marktonderzoeksbureau van Nederland en een van de leidende bureaus van de wereld. GfK brengt maandelijks marktontwikkelingen en trends in kaart en rapporteert deze aan APPLiA Nederland. Van ruim 250 productgroepen worden op artikelniveau de verkopen in aantallen, waarde en prijs geregistreerd en gerapporteerd.

Verantwoording en uitleg

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 kleinhuishoudelijke apparaten gedaan bij de Nederlandse retailers. Het gaat hier zowel om vrijstaande als om inbouwapparatuur. 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 huishoudelijke apparatuur

Wasmachines, wasdrogers, vaatwassers, koelkasten, vriezers, kookplaten, ovens en fornuizen, afzuigkappen, magnetrons.

Klein elektrische huishoudelijke apparatuur

Koffiezetapparaten, filter- en pad machines/espressoapparaten, strijkijzers, stofzuigers.

Methode van onderzoek

Als onderdeel van het internationale marktonderzoeksbureau GfK is de 'retailtracking' rapportage sinds 1978 op de Nederlandse markt beschikbaar vanuit 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 worden weergegeven. 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. Doordat een klein deel van de markt (ruwweg 15%) niet gedekt is in dit onderzoek en er soms andere specificaties en/of afwijkende aanbiedingen worden gehanteerd, kan er per productcategorie een verschil 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 APPLiA Nederland gebruikt.

Samenstelling rapport

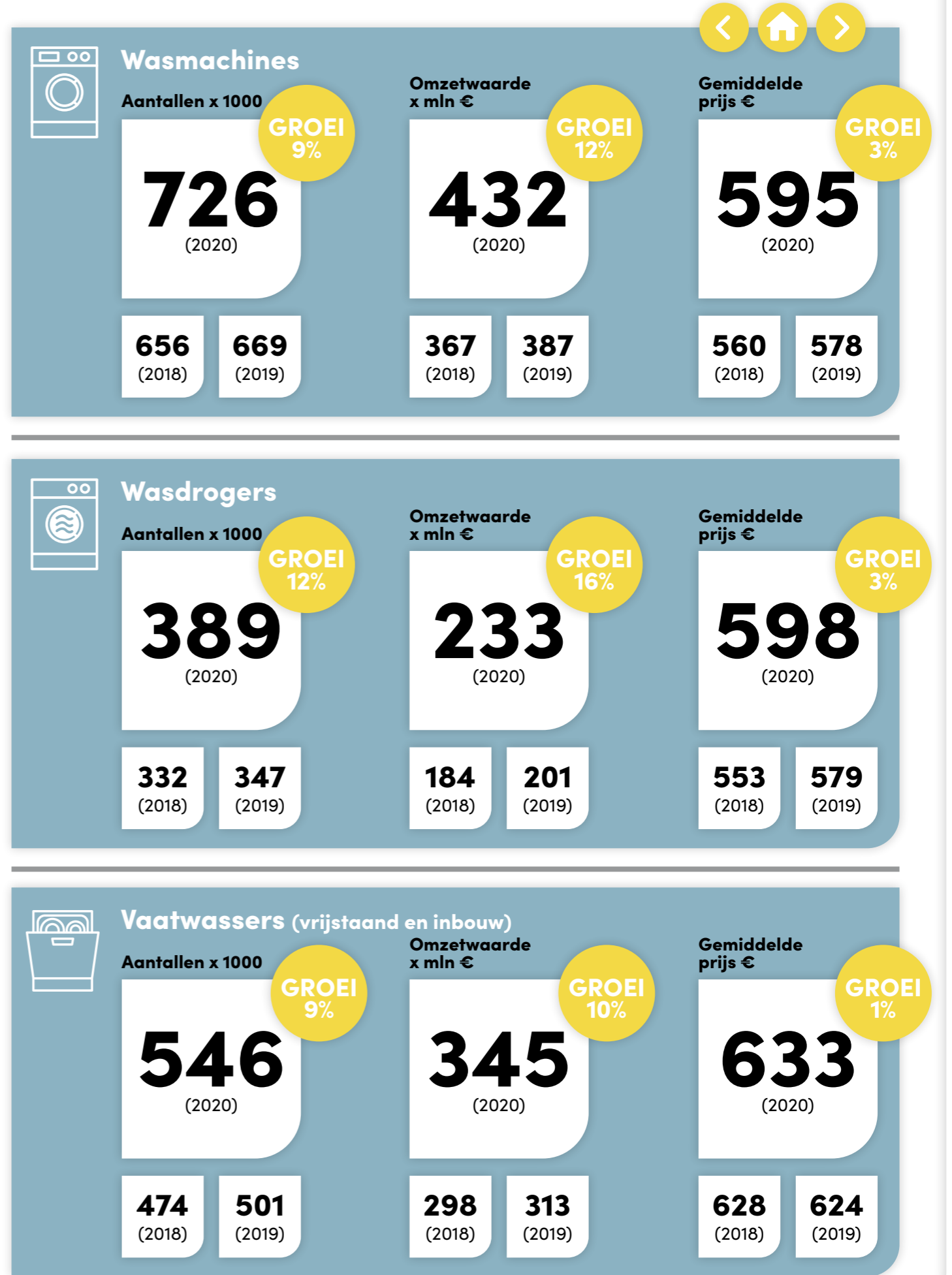
De tabellen zijn samengesteld aan de hand van de trendanalyses op basis van de GfK markt-rapportages, raadpleging van diverse overige bronnen en de inbreng van de diverse leden van APPLiA Nederland. De gerapporteerde gegevens hebben betrekking op de totale uitgaven van de Nederlandse consument aan huishoudelijke 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. Alle genoemde bedragen zijn in Euro inclusief 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.

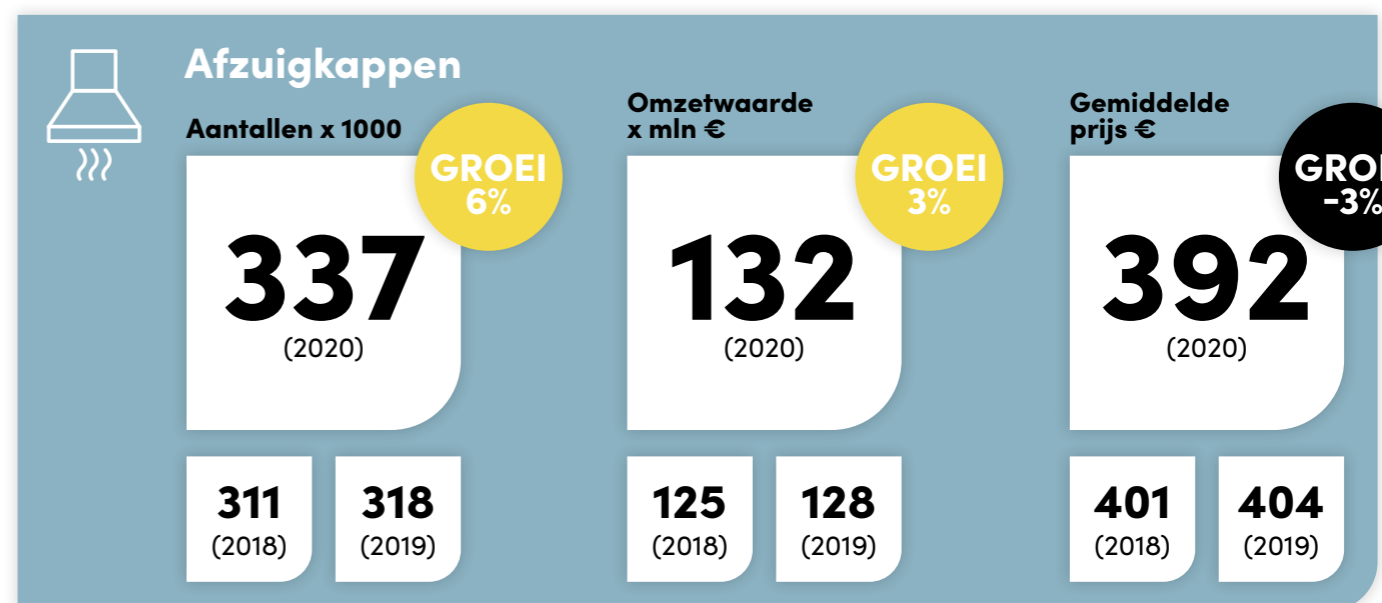
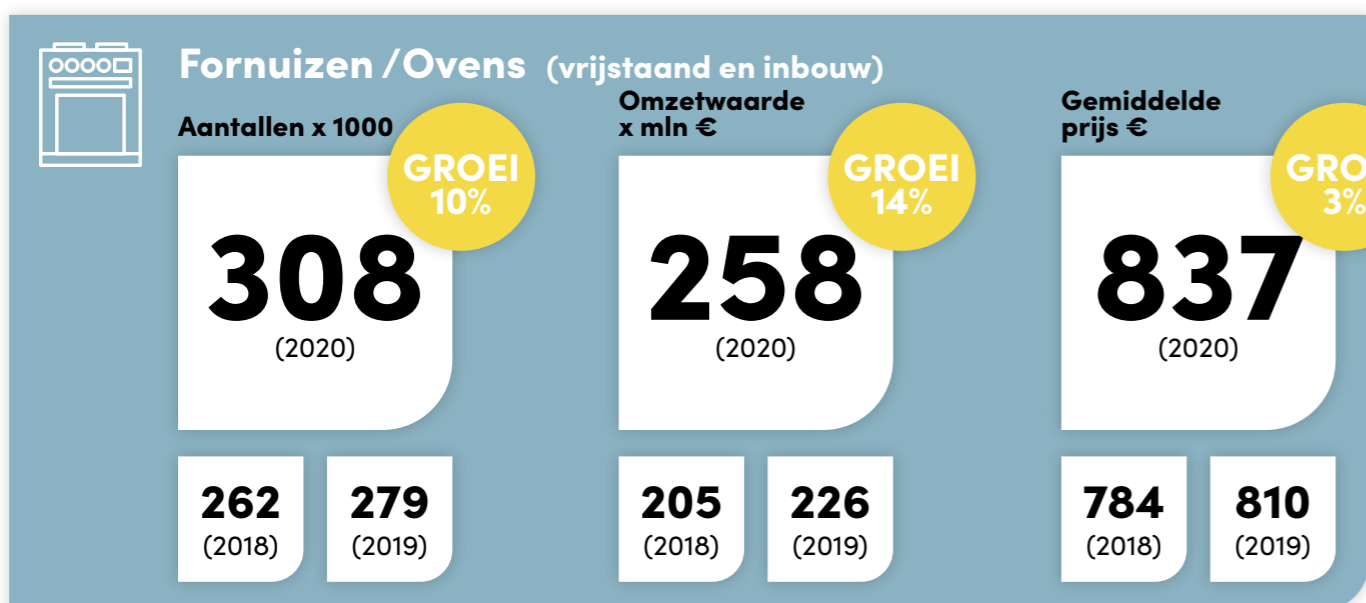
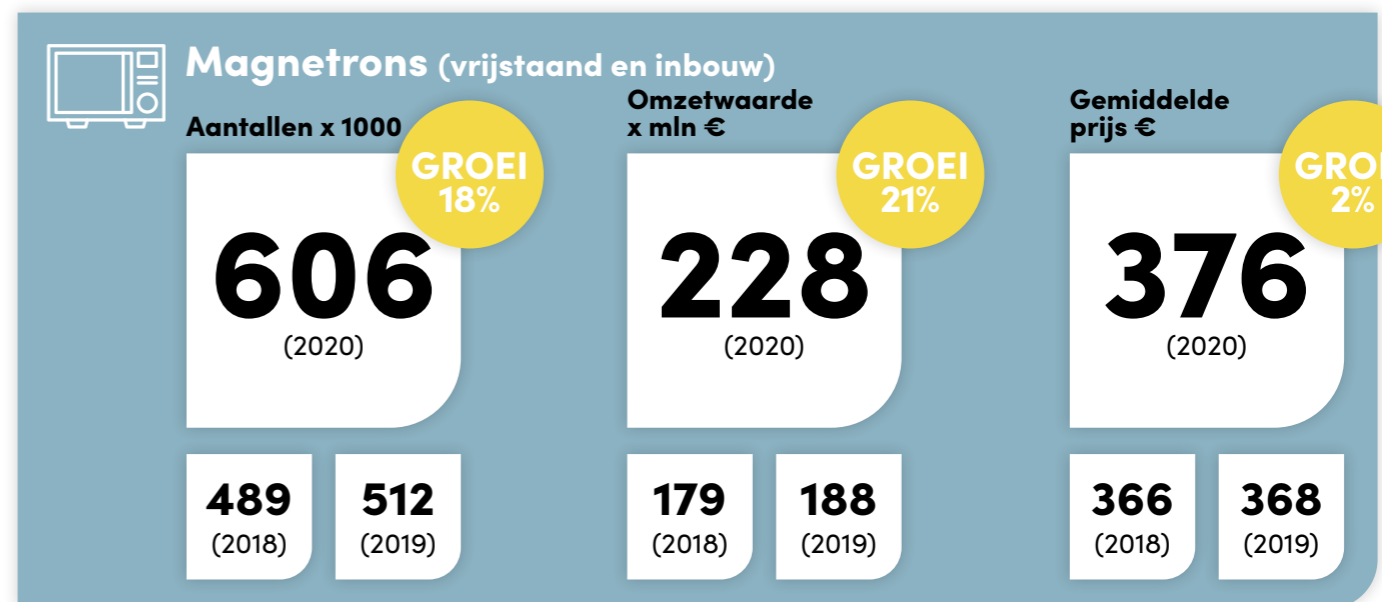
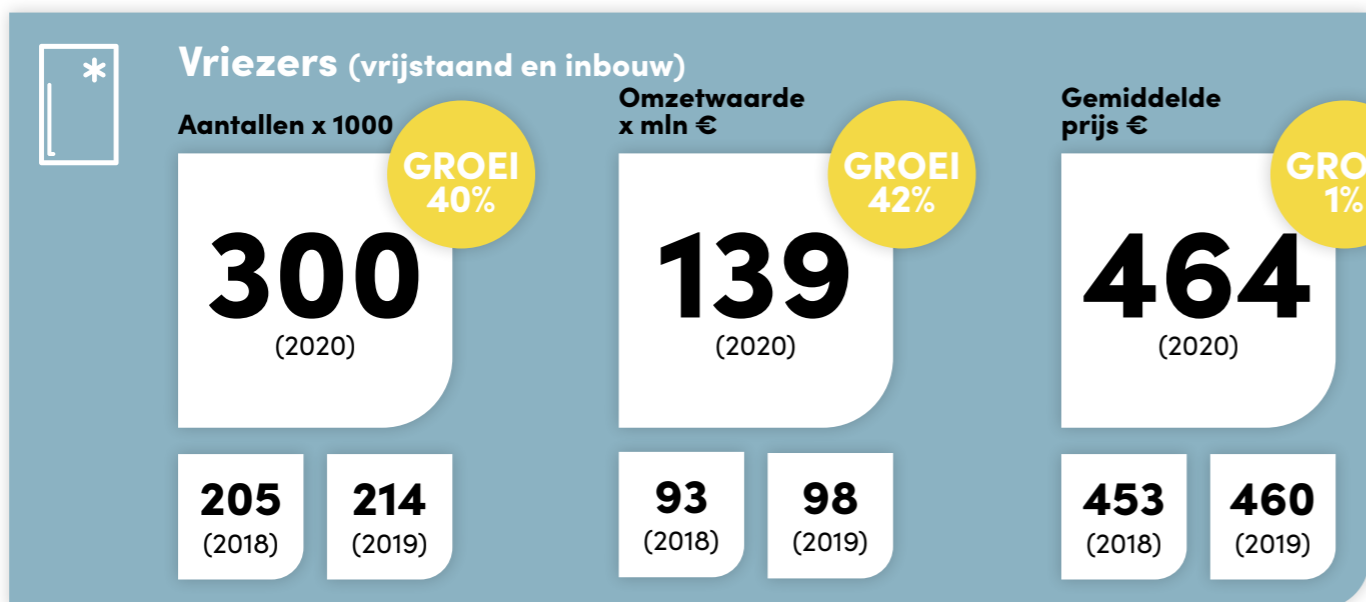
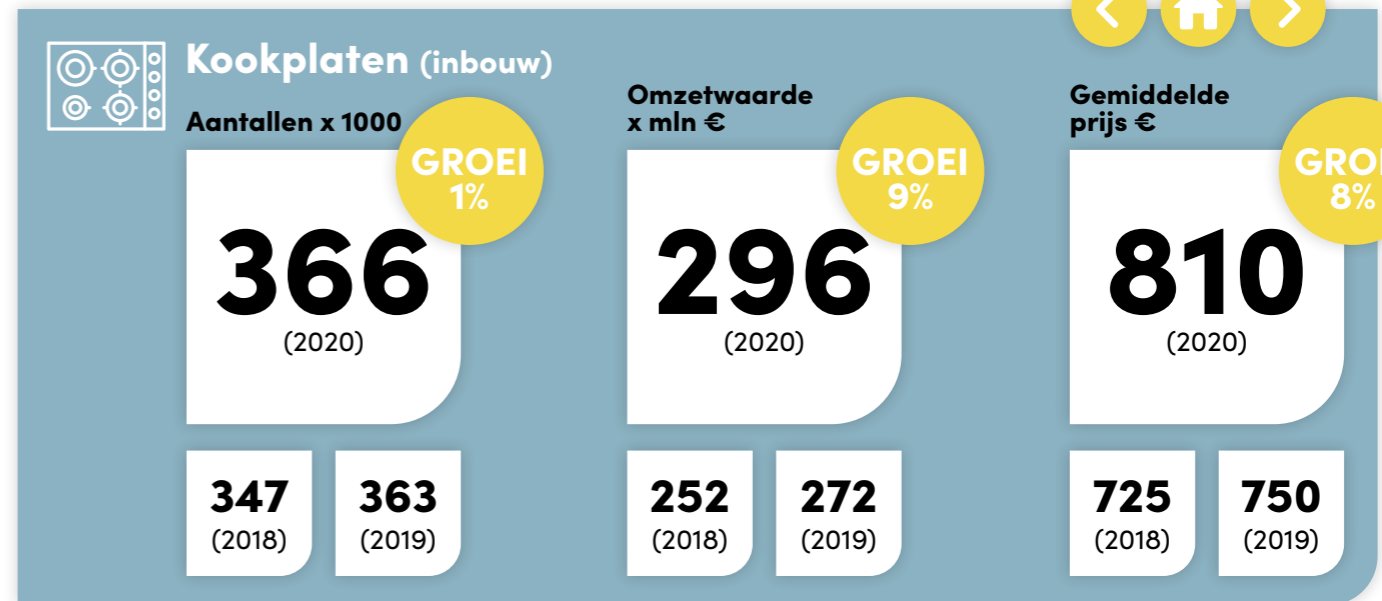
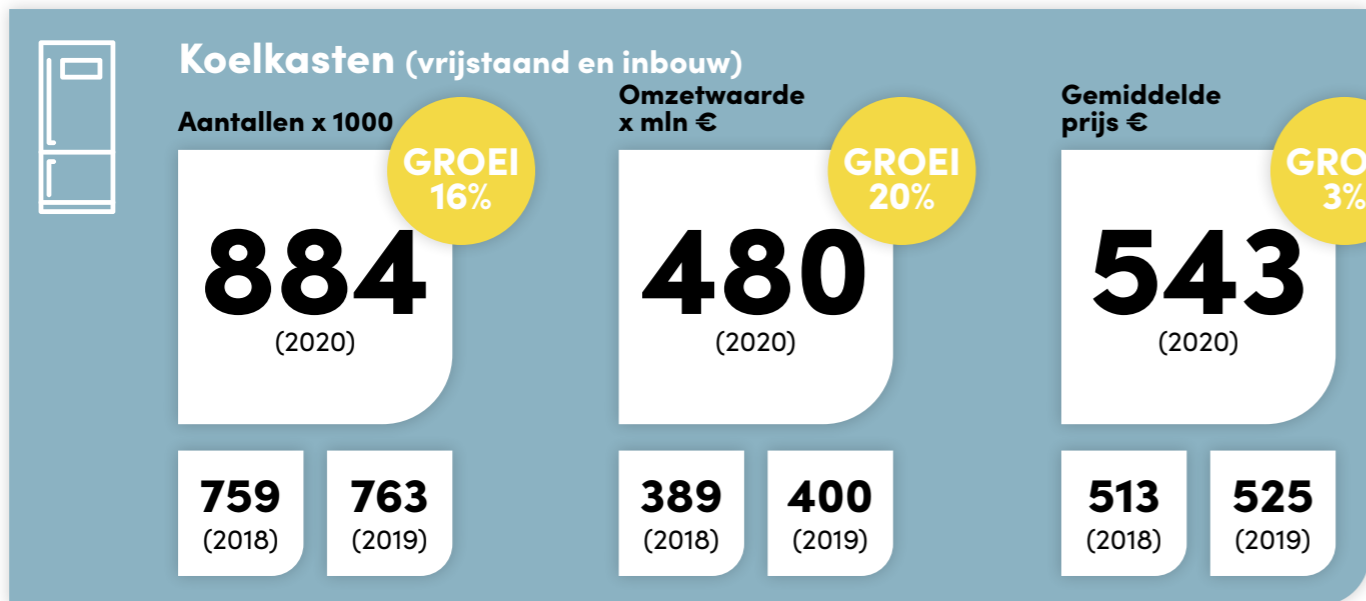
Cijfers

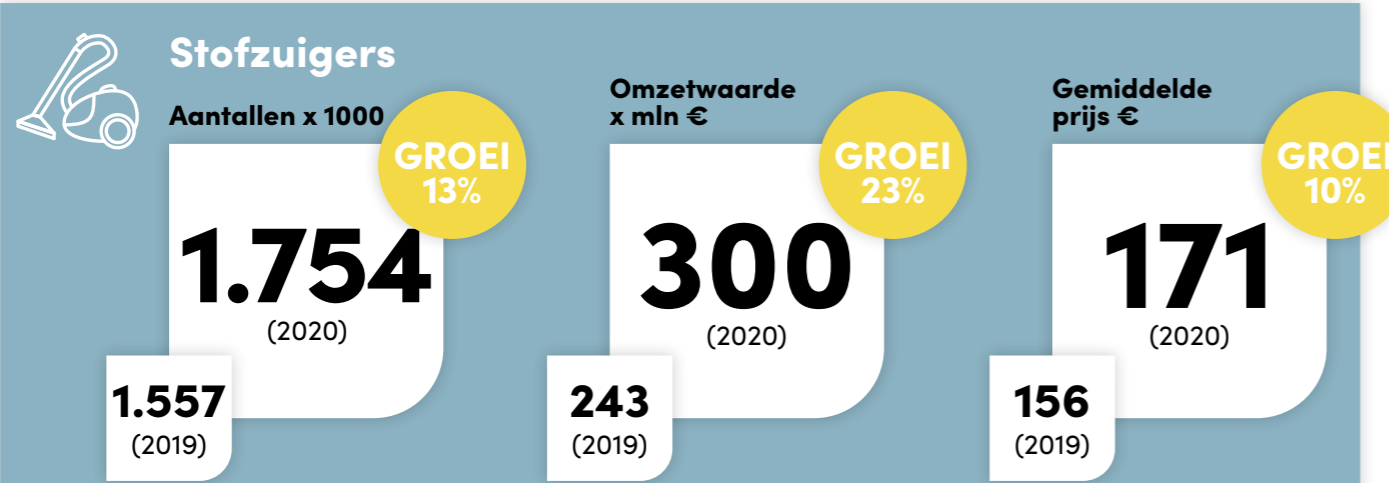
Groot- en kleinhuishoudelijke apparaten

2020

Klik op de producten voor de cijfers

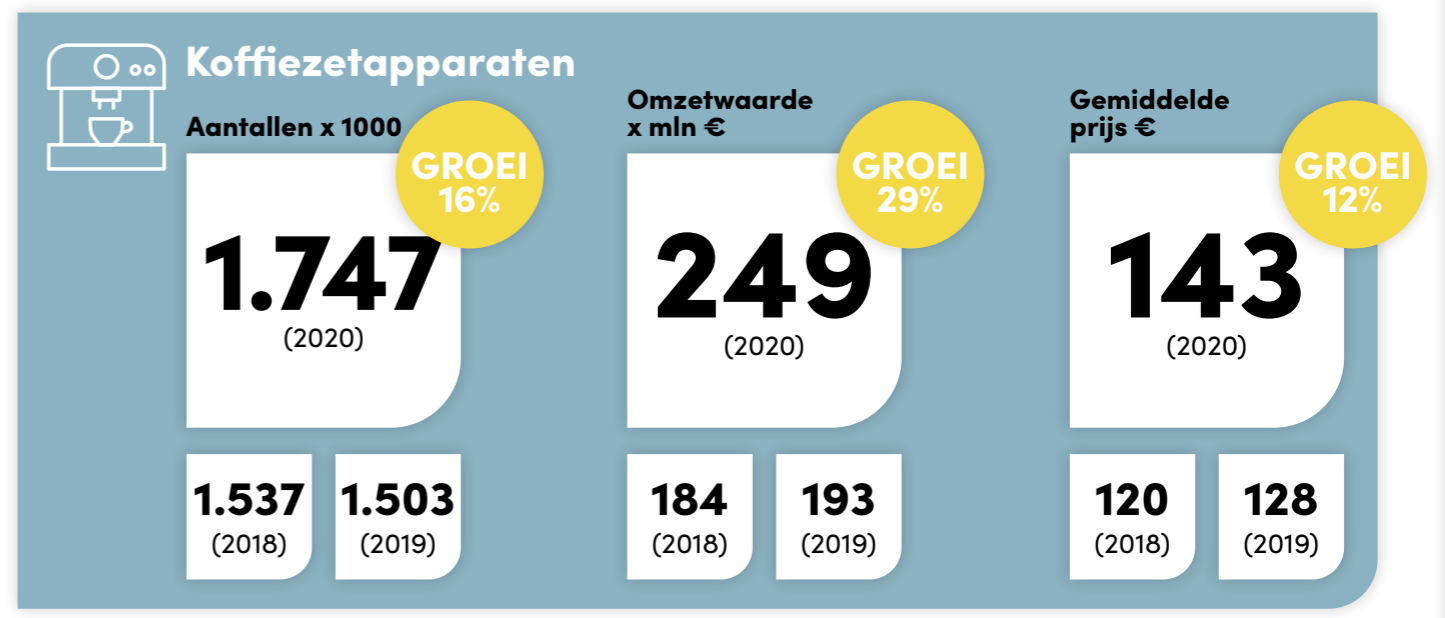
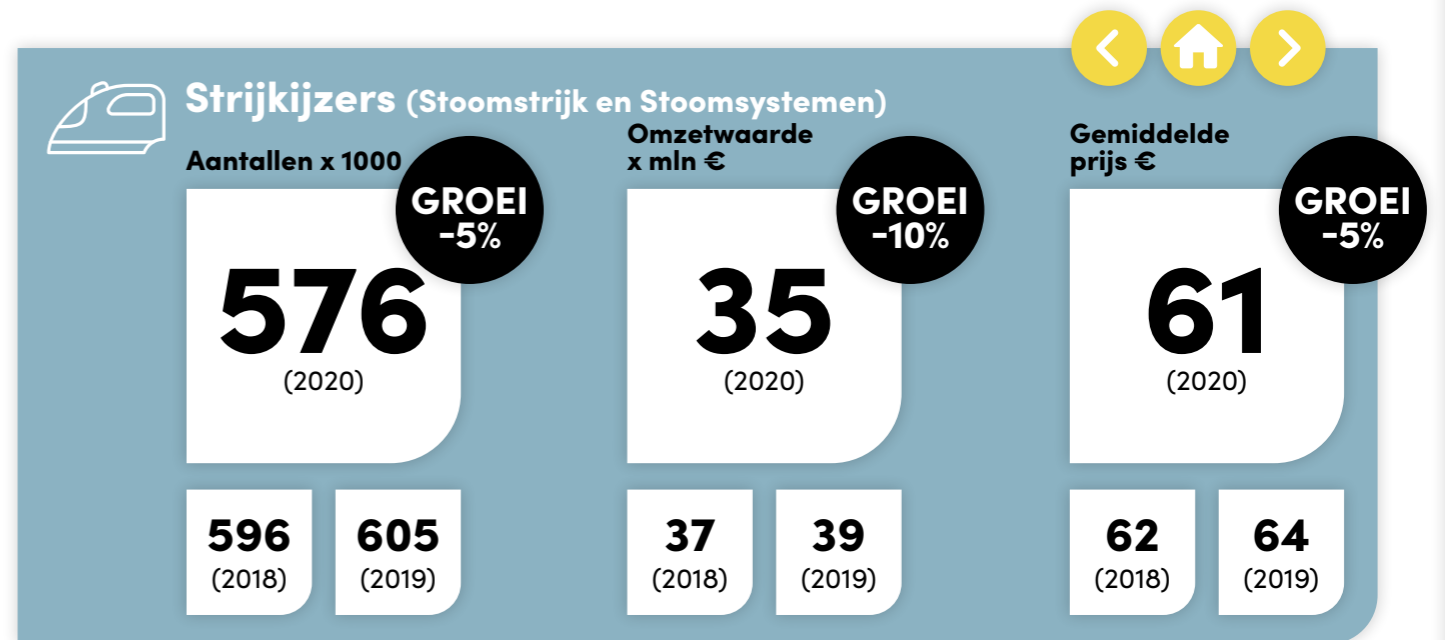






SINDS 2019 WORDEN ROBOTSTOFZUIGERS EN HAND- EN STEELMODELLEN GEMONITORD IN DE STATISTIEKEN VAN APPLIA NEDERLAND. VOOR 2019 WERDEN ENKEL DE WAARDEN VAN SLEDESTOFZUIGERS VERMELD. OM DEZE REDEN IS ER GEEN VERGELIJKING GEMAAKT MET HET JAAR 2018.

IN 2020 IS DE VERKOOP VAN DE VERSCHILLENDE TYPE STOFZUIGERS ALS VOLGT UITEENGEZET:



APPLiA Home Appliance Europe

APPLiA Nederland is voor haar Europese lobby aangesloten bij APPLiA, Home Appliance Europe. Deze organisatie stond voorheen bekend onder de naam CECED.

APPLiA Home Appliance Europe

APPLiA, Home Appliance Europe

APPLiA is een Europese koepelorganisatie in Brussel die, namens de Europese industrie voor elektrische huishoudelijke apparatuur, zorgt voor een eensluidende en breed gedragen stem. Belangenbehartiging op Europees niveau is haar primaire doel. APPLiA onderschrijft de algemene missie van de industrie om productinnovatie te vergroten en de impact op milieu en klimaat te verkleinen.

Haar leden bestaan uit nationale associaties zoals APPLiA Nederland, en direct aangesloten producenten en leveranciers. Daarnaast heeft APPLiA diverse partnerschappen ondertekend met stakeholders op Europees niveau.

Leden van APPLiA produceren de volgende typen elektrische huishoudelijke apparaten:

GROTE APPARATEN (koelkasten, vriezers, ovens, vaatwassers, wasmachines en drogers).

KLEINE APPARATEN (stofzuigers, strijkijzers, broodroosters en elektrische tandenborstels).

APPARATEN VOOR AIRCONDITIONING, VENTILATIE EN VERWARMING (airconditioners, ventilatoren en kachels).

Er staan anno 2021 drie belangrijke onderwerpen centraal in de activiteiten van APPLiA:

EEN DUURZAME LEVENSTIJL BEVORDEREN

Duurzaamheid begint thuis: onze huishoudelijke apparaten verbeteren onze levensstijl met innovatieve en besparende functies en bevorderen duurzame groei. Samen met Europees regelgevende instanties zet APPLiA zich in om de consument meer betaalbare duurzame keuzes te geven.

WONEN IN HET CONNECTED HOME

De industrie van elektrische huishoudelijke apparaten is een vooruitstrevende sector die continu investeert in onderzoek en innovatieve manieren om apparaten slimmer te maken. Daarom zet APPLiA zich in voor een beleidsvriendelijke omgeving via het Connected Appliances Platform. Een consistent beleid en duidelijke infrastructuur moet de weg vrijmaken voor de 'connected homes' van de toekomst.

DE GROEI VAN EUROPA VERSNELLEN

De economische groei en het concurrentievermogen in Europa zijn afhankelijk van een vrij, evenwichtig, open en eerlijk handelssysteem. Zowel binnen de Europese interne markt als voor import en export met landen buiten Europa. APPLiA steunt daarom een EU-strategie die gericht is op open markten en het bevorderen van handel.

De Europese industrie voor elektrische huishoudelijke apparaten is een speler van formaat. De sector genereert een totale omzet van 50 miljard Euro en biedt direct en indirect werkgelegenheid aan ruim 900.000 mensen (Cijfers APPLiA onderzoek 2018-2019). Op de website van APPLiA zijn belangrijke statistieken te vinden over de Europese industrie voor elektrische huishoudelijke apparatuur.

Kijk voor meer informatie op:
www.applia-europe.eu

Bestuur en Bureau Samenstelling



Bestuur



VOORZITTER
Stefan Verhoeven
Miele Nederland B.V.



PENNINGMEESTER
Hans Koopman
Conair Coöperatief U.A.



Ronald Wassenaar
BSH Huishoudapparaten B.V.



Francis Das
Philips Personal Health Benelux B.V.



Bart Quispel
De Longhi Benelux S.A.



Erik van Berkel
Kitchentech B.V.

Bureau



DIRECTEUR
Jos Severens



SECRETARIAAT
Ilona Hofmeester

Kracht van gezamenlijkheid

Ledenlijst APPLiA Nederland

Dit zijn de leden van APPLiA Nederland in 2021.

Albers Trading B.V.

Vareseweg 44
3047 AV Rotterdam
010 262 48 03
info@alberstrading.nl
www.alberstrading.nl
www.salora.nl

Asogem Nederland B.V.

Signaalrood 21
2718 SH Zoetermeer
079 363 73 10
verkoop@asogem.nl
www.asogem.nl
www.beko.nl

ATAG Nederland B.V.

Impact 83
6921 RZ Duiven
026 882 11 00
info@atagbenelux.com
www.atagbenelux.com
www.atag.nl
www.pelgrim.nl
www.efna.nl
www.hisense.nl
www.asko.nl

Boretti B.V.

Abberdaan 114
1046 AA Amsterdam
020 4363439
info@boretti.com
www.boretti.nl

BSH Huishoudapparaten B.V.

Inspiratiehuis 20|20
Taurusavenue 36
2132 LS Hoofddorp
088 424 44 44
directie-bsh-nl@bsHG.com
www.bsh-group.nl
www.bosch-home.nl
www.siemens-home.nl

[bsh-group.nl](http://www.bsh-group.nl)

www.gaggenau.nl

www.neff.nl

www.inspiratiehuis2020.nl

Buram Electro B.V.

Handelsweg 30
1422 DW Uithoorn
0297 23 99 99
info@buram.nl
www.koelen.nl
www.scotsman-ijsmachines.nl

CONAIR Coöperatief U.A.

Weltevreden 2b
3731 AL De Bilt
030 221 96 30
info@babyliss.nl
www.babyliss.nl
www.babylisspro.nl
www.cuisinart.nl

De Longhi Benelux S.A.

Claudius Prinsenlaan 128a
4818 CP Breda
076 523 36 00
info@delonghi.nl
www.delonghi.com
www.braunhousehold.com
www.kenwoodworld.com

Denardi B.V.

Bijldorp oost 16
2992 LA Barendrecht
0180 647 000
info@denardi.nl
www.denardi.nl

Domest Import Export B.V.

J.F. Kennedylaan 101b
7001 CZ Doetinchem
0314 36 22 44
info@domest.nl
www.domest.nl

Dyson B.V.

Fred Roeskestraat 109
1076 EE Amsterdam
0800 0206203
help@dyson.com
www.dyson.nl

Electrolux Home Products (Nederland) B.V.

Vennootsweg 1
2404 CG Alphen aan den Rijn
0172 46 84 68
contact@electrolux.nl
www.aeg.nl
www.electrolux.nl
www.zanussi.nl

Glen Dimplex Benelux B.V.

Saturnus 8
8448 CC Heerenveen
0513 789 840
info@glendimplex.nl
www.glendimplex.nl
www.carmen.nl
www.belling.nl

Groupe SEB Nederland B.V.

De Schutterij 27
3905 PK Veenendaal
0318 58 24 24
www.tefal.nl
www.krups.nl
www.rowenta.nl
www.moulinex.nl
www.dolcegusto.nl
www.wmf.nl

iRobot Netherlands B.V.

Zuiderzeelaan 19-a
8017 JV Zwolle
038 73 701 76
info.nl@irobot.com
www.irobot.com

Jura Nederland B.V.

Koraalrood 141
2718 SB Zoetermeer
079 330 07 90
info@nl.jura.com
www.jura.nl

Kärcher B.V.

Brieltjenspolder 38
4921 PJ Made
076 750 1700
info@nl.kaercher.com
www.karcher.nl

Kitchentech B.V.

Florijnweg 23
6883 JN Velp
088 81 002 00
info@kitchentech.nl
www.kitchentech.nl

Magimix Nederland B.V.

Schaverijstraat 9B
3534 AS Utrecht
030 307 96 99
info@magimix.nl
www.magimix.nl

Miele Nederland B.V.

De Limiet 2
4131 NR Vianen
0347 37 88 88
info@miele.nl
www.miele.nl

Novy Nederland B.V.

Van Nelleweg 1
3044 BC Rotterdam
088 011 91 10
info@novynederland.nl
www.novynederland.nl

Panasonic Netherlands A branch of Panasonic Marketing Europe GMBH

Europalaan 28e
5232 BC Den Bosch
073 640 25 02
www.panasonic.nl

Philips Nederland B.V.

High Tech Campus 52
5656 AG Eindhoven
www.philips.nl

Severin Nederland B.V.

Witteweg 60
1431 GZ Aalsmeer
0297 34 70 54
www.severin.com

Smartwares Europe

Jules Verneweg 87
5015 BH Tilburg
013 594 03 00
www.smartwaresgroup.com

Smeg Nederland B.V.

Veemkade 384
1019 HE Amsterdam
020 449 01 20
info@smeg.nl
www.smeg.nl

Whirlpool Nederland B.V.

Princenhagelaan 11
4813 DA Breda
076 530 65 30
info@whirlpool.nl
www.whirlpool.nl
www.bauknecht.nl
www.indesit.nl www.kitchenaid.nl



Kracht van gezamenlijkheid

Merken APPLiA Nederland





APPLiA Nederland

Bezoekadres:

Zilverstraat 69
2718 RP Zoetermeer

Postadres:

Postbus 190
2700 AD Zoetermeer

Telefoon: 088 400 84 92

E-mail: info@applianederland.nl

Website: www.applianederland.nl



Colofon

Dit jaaroverzicht van 2020 is een uitgave van APPLiA Nederland.

**Concept, projectmanagement,
content en eindredactie:**

Smith Communicatie

www.smith-communicatie.nl

**Vormgevingsconcept
en vormgeving:**

TKCD Concept & Design

www.tkcd.nl

