

Tlačová správa

Daátum
15. december 2011

Wolfgang Seubold
GfK Retail and Technology
Tel. +49 911 395-3570
Fax +49 911 395-4046
wolfgang.seubold@gfk.com

Regine Oyntzen
Corporate Communications
Tel. +49 911 395-4151
Fax +49 911 395-4041
regine.oyntzen@gfk.com

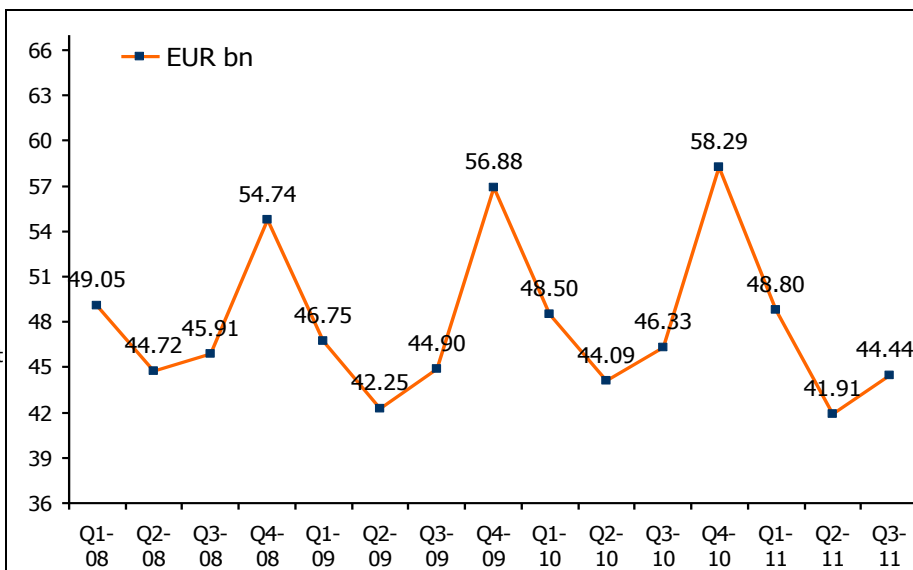
Zmiešané výsledky na trhu s technickým spotrebným tovarom v Západnej Európe - najviac sa darí Nemcom a Rakúšanom

Výsledky štúdie GfK TEMAX® Western Europe za tretí štvrt'rok 2011

Norimberg, 15. december 2011 – Celý trh s technickým spotrebným tovarom v Západnej Európe zaznamenal v tret'om štvrt'roku 2011 objem tržieb vo výške 44,4 miliardy EUR. To predstavuje v porovnaní s minulým rokom pokles o 4,1%. Jednotlivé krajiny sa vyvíjali veľmi rozdielne. Vyplýva to zo zistení štúdie GfK TEMAX® Western Europe.

IT sektor zvýšil svoje tržby za tretí štvrt'rok 2011 a zaznamenal rast vo výške 1%. Iné sektory utrpeli prepád dopytu, ktorý viedol k celkovému poklesu trhu s technickým spotrebným tovarom. Lídrami medzi krajinami sú stále Nemecko a Rakúsko, kým Belgicko a Holandsko demonštrovali stabilný vývoj. Krajiny južnej Európy ako Grécko, Taliansko, Portugalsko a Španielsko, ktoré sú najsilnejšie zasiahnuté ekonomickou krízou bojovali s negatívnym vývojom a zaznamenali záporný vývoj tržieb.

Vývoj tržieb technického spotrebného tovaru v Západnej Európe



GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany
Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Predstavenstvo:
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst
(CEO)
Pamela Knapp (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
Petra Heinlein
Debra A. Pruent

Predseda dozornej rady:
Dr. Arno Mahlert

Obchodný register
Norimberg HRB 25014

Zdroj: GfK TEMAX® Western Europe, GfK Retail and Technology

Informačné technológie: Cloud computing stimuluje dopyt po IT infraštruktúre

IT sektor pokračoval v treťom štvrtroku 2011 vo veľmi zmiešanom vývoji s celkovým rastom predaja vo výške 1%. Celkové tržby dosiahli 13,1 miliardy EUR. Investície do sieťovej infraštruktúry a konektivity pokračujú a sú kľúčovými motormi rastu v rámci IT odvetvia a to aj v B2B aj B2C sektore. Dvojciferný rast zaznamenalo Holandsko a Rakúsko, nasledované Nemeckom a Belgickom. V Grécku a Španielsku však dopyt utrpel následkom náročnej ekonomickej situácie a neistoty medzi spotrebiteľmi.

Dopady a implikácie cloud computingu sú zreteľne viditeľné; trh s routermi a switchmi vykázal pozitívny vývoj, tablety zostanú aj v nadchádzajúcich mesiacoch vyhľadávaným tovarom a to nielen pre súkromných spotrebiteľov. S rastúcim podielom v B2B sektore sa stávajú tablety zaujímavé aj pre biznis aplikácie. S výhľadom na nadchádzajúcu vianočnú sezónu sa niektoré špecifické sektory javia byť sľubné, napríklad prenosné čítačky na elektronické knihy, časopisy a noviny.

Telekomunikácie: pokračuje dopyt po smartfónoch a príslušenstve

Telekomunikačný sektor zažil v treťom štvrtroku 2011 pokles vo výške 1,3% v porovnaní s rovnakým obdobím predošlého roka. Kým dopyt po smartfónoch rastie v roku 2011 rýchlo, obrat štandardných mobilov tento vývoj nekopíruje. Vysoký dopyt pokračuje v Belgicku a Rakúsku, kým rast tržieb vo Francúzsku v treťom kvartáli akceleroval. Aj nemecký trh rastie po prvý raz od konca minulého roka.

Priemerné ceny smartfónov a mobilov zostávajú stabilné a nereflektujú zlepšený produktový mix. Dôvodom sú vyššie dotácie operátorov, vďaka ktorým dostanú zákazníci za svoje peniaze vyššiu hodnotu.

Smartfóny sa stávajú čoraz inteligentnejšími; majú zabudované fotoaparáty a kamery (ktoré dokonca dokážu zaznamenať video s vysokým rozlíšením), vyššiu rýchlosť procesora, väčšie displeje a iné atraktívne vlastnosti. So zabudovaným čipom podporujúcim technológiu NFC (Near Field Communication) dokonca môžu slúžiť ako elektronické peňaženky. Keďže spotrebiteľia využívajú smartfóny v každodennom živote, doplnky ako sú ochranné kryty a slúchadlá sa tešia výraznému záujmu.

Malé domáce spotrebiče (MDS): Kávovary a espresso zariadenia stále rastú

Západoeurópski spotrebiteľia spolu minuli v treťom štvrtroku 2011 na výroby v segmente MDS 3,45 miliardy EUR. To predstavuje pokles o 2,3% v porovnaní s tretím kvartálom predošlého roka. Na druhej strane kombinované rastové čísla za prvé tri štvrtroky 2011 zostávajú mierne

pozitívne. Rakúsky a nemecký trh ukončili tento štvrtrok s jednociferným rastom, čo sa týka hodnoty predaných výrobkov. Na druhej strane, Španielsko utrpelo najvyššiu stratu a dvojciferný pokles.

V tretom štvrtroku bol najdôležitejším rastovým segmentom v rámci MDS sektor zariadení na prípravu kávy najmä vďaka vynikajúcej výkonnosti plnoautomatických kávovarov/espreso zariadení a kapsľových kávovarov. Predovšetkým nemeckí a rakúski spotrebiteľia využívajú plnoautomatické kávovary, aby si dali svoju každodennú šálku kávy. Kapsľové zariadenia sa tešia veľkej popularite v Španielsku a v Portugalsku.

Bližší pohľad na segment kuchynských spotrebičov odhaľuje, že rast obratu poháňali takmer všetky produktové kategórie. Mimoriadne dobre sa darilo kuchynským robotom, sekáčom a odšťavovačom. V rámci segmentu osobnej starostlivosti zaznamenali nárast predaja elektrické zubné kefky, laserové / IPL zariadenia na odstraňovanie chĺpkov, ako aj zastrihávače brady.

Pozitívne impulzy v segmente starostlivosti o podlahu pochádzajú od robotických ako aj ručných vysávačov. Naproti tomu klesajúci predaj cylindrických vysávačov mal na celkové čísla negatívny dopad. Žehličky prosperujú z rastúcich tržieb integrovaných dosiek v Nemecku; avšak tradičné naparovacie žehličky sa borili s problémami takmer vo všetkých krajinách, keďže spotrebiteľia ďalej prechádzajú z tradičných žehličiek na žehličky s generátormi.

Veľké domáce spotrebiče: Rozdielny vývoj na trhoch

Celkovo zaznamenal segment Veľkých domácich spotrebičov (VDS) v treťom štvrtroku 2011 v Západnej Európe tržby vo výške 8,0 miliárd EUR, čo predstavuje pokles o 3,3%. Dôvodom tohto vývoja je pokles v Španielsku, Portugalsku, Taliansku a Grécku. Zlepšenie vybavenia, napríklad v oblasti šetrnej spotreby energie v Španielsku, alebo dizajnové prvky v Taliansku sa oplatili iba značkám operujúcim na špecifických „niche“ segmentoch trhu. Naproti tomu bol silný rast zaznamenaný v Nemecku a Rakúsku, v krajinách, ktoré sa tešia z kontinuálneho trendu smerujúceho k „zeleným“ a vysoko kvalitným produktom. Francúzsko vykazuje relatívne vyrovnaný a stabilný vývoj cien nasledujúci po poklese v posledných mesiacoch. Okrem toho sa stávajú čoraz dôležitejšie funkcie ponúkajúce efektivitu, kapacitu, dizajn a výhodnosť ako sú napr. bezmrazová technológia „no frost“, špeciálne umývacie programy a varné dosky s flexibilnými indukčnými zónami.

Kancelárske vybavenie a spotrebný tovar: Klesajúci trh

Celkové tržby za kancelárske vybavenie a spotrebný tovar v Západnej Európe v treťom štvrtroku 2011 dosiahli 3,8 miliardy EUR, čo predstavuje medziročný pokles o 6%. Všetky krajiny vykázali v tomto sektore pokles s

výnimkou Belgicka, ktoré mierne rástlo. Na druhej strane sa miera tohto poklesu zásadne líši od krajiny ku krajine. Kým Nemecko, Francúzsko a Rakúsko boli svedkami iba mierneho poklesu v hodnote tržieb, Taliansko, Holandsko, Španielsko a najmä Portugalsko zaznamenali dvojciferný prepad.

Bližšia analýza produktov v rámci tohto sektora odhaľuje, že laserové multifunkčné farebné zariadenia stále vykazujú pozitívny trend v hodnote tržieb. Atramentové tlačiarne a malé fotografické tlačiarne však zaznamenali pokles. Hoci laserové zariadenia sa predávajú lepšie ako atramentové tlačiarne, aj táto kategória zaznamenala negatívny vývoj tržieb. Zo segmentu kancelárskeho spotrebného tovaru prichádzajú pozitívne náznaky; atramentové náplne sa v treťom štvrtroku 2011 vrátili k ziskovosti.

Foto segment: Vymeniteľné objektívy a foto brašne sa tešia dopytu

Celkové tržby vo výške 2,1 miliardy EUR v sektore fotografického tovaru a zariadení v treťom kvartáli 2011 predstavujú pokles vo výške 6,7%. Pozitívny vývoj tržieb v Nemecku a Rakúsku nedokázal kompenzovať zostupný trend v ostatných krajinách Západnej Európy. Grécko, Taliansko, Portugalsko a Španielsko boli ťažko zasiahnuté poklesom ponuky.

Predaj v segmente digitálnych fotoaparátov zostal stabilný. Darilo sa predovšetkým SLR fotoaparátom ako aj kompaktom. Pokračujúci dopyt po kamerách s vymeniteľným objektívom naopak stimuloval predaj príslušenstva. Najväčší dopyt je po vymeniteľných objektívoch a brašňach na fotoaparáty. Spotrebiteľia si tiež kupujú viac stojanov na optimalizované využívanie digitálnych fotoaparátov s funkciou kamery. V reakcii na zostupný trend v predaji kamkordérov a multimediálnych kamier sa veľmi horúcou témou stáva zlúčenie týchto dvoch produktov do jedného. Pozornosť je sústredená najmä na súťaž medzi smartfónmi a digitálnymi fotoaparátmi. Táto téma, ako aj iné trendy ovplyvňujúce fotografický trh boli predmetom diskusie zástupcov priemyslu a maloobchodu na konferencii Imaging Summit v Norimbergu, 5. decembra tohto roku.

Spotrebná elektronika: Zlepšenie v nedohľadne

Západoeurópski spotrebiteľia spolu v treťom štvrtroku 2011 minuli 9,1 miliardy EUR na výroby spotrebnej elektroniky; to predstavuje medziročný pokles o 11,8%. Vývoj na trhu zásadným spôsobom kopíruje vývoj v segmente TV s plochou obrazovkou. Celkovo sa TV s plochou obrazovkou dostali do väčšiny domácností v Západnej Európe a samotná plochá obrazovka už prestala byť indikátorom inovácie. Najnovšie modely sú v súčasnosti vybavené s 3D funkciou a pripojením na internet, teda s benefitmi, ktoré je potrebné náležite komunikovať. Spotrebiteľia tiež budú mať možnosť výberu „energetických kategórií“, ktoré uvádzajú spotrebu elektriny.

Pre iné segmenty daného sektora jestvuje viacero rastových príležitostí. Domáce kiná budú generovať rast a to nielen v segmente veľkých obrazoviek, vynikajúci zvuk a dokovacia funkcia sú tiež predmetom dopytu. Aj Blu Ray kontinuálne rastie a postupne nahrádza tradičné DVD prehrávače.

Celkovo erózia cien ohrozuje všetky segmenty s výnimkou Hifi. V súčasnosti sú spotrebiteľia ochotní platiť za Hifi komponenty a reproduktory viac peňazí.

Zretel'ný severojužný predel v Západnej Európe

Mnoho spotrebiteľov ešte stále dráždi nevyriešená kríza, ktorá má dopad na európske finančné trhy. To sa odráža v pokračujúcej neochote nakupovať, čo je trend ktorý zasiahol takmer každú západoeurópsku krajinu. Pozitívnymi výnimkami sú Rakúsko, Belgicko, Holandsko a predovšetkým Nemecko, kde ekonomika aj naďalej pokračuje v stabilnom vývoji. V súvislosti s vianočným predajom musia výrobcovia a obchodníci viac než kedykoľvek predtým propagovať pridanú hodnotu nových technológií a presvedčiť tak spotrebiteľov, aby si tieto inovatívne výrobky kúpili.

Zhrnutie v tabuľke

	Q4 2010	Q1 2011	Q2 2011	Q3 2011	Q3 11 /Q3 10	Q1-3 2011	Q1-3 11 /Q1-3 10
	M.EUR	M.EUR	M.EUR	M.EUR	+/-%	M.EUR	+/-%
Consumer Electronics (CE)	15,023	11,556	8,581	9,118	-11.8%	29,255	-12.8%
Photo (PH)	2,765	1,958	2,048	2,112	-6.7%	6,118	-5.1%
Major Domestic Appliances (MDA)	8,360	7,836	7,416	7,996	-3.3%	23,248	-1.3%
Small Domestic Appliances (SDA)	4,737	3,704	3,259	3,450	-2.3%	10,412	0.7%
Information Technology (IT)	16,731	14,393	12,213	13,122	1.0%	39,727	5.1%
Telecommunication (TC)	5,961	4,924	4,461	4,879	-1.3%	14,264	-1.2%
Office Equipment & Consumables (OE)	4,715	4,433	3,935	3,762	-6.0%	12,130	-5.1%
GfK TEMAX® Western Europe	58,291	48,805	41,911	44,438	-4.1%	135,154	-2.7%

Údaje z telekomunikačného trhu sú založené na dotovaných cenách mobilných telefónov a ostatných zariadení.

Zdroj: GfK TEMAX® Western Europe, GfK Retail and Technology

O prieskume

GfK TEMAX® je index vyvinutý divíziou GfK Retail and Technology určený na sledovanie trhov spotrebného tovaru dlhodobej spotreby. Správa GfK TEMAX® je publikovaná na medzinárodnej úrovni. Jej zistenia sú založené na prieskumoch uskutočnených maloobchodným panelom divízie GfK Retail and Technology. Maloobchodný panel zahŕňa dáta z viac než 370 000 maloobchodných prevádzok na celom svete. Od februára 2009 zostavuje GfK Retail and Technology index GfK TEMAX® na medzinárodnej úrovni na základe indexu na medzinárodnej úrovni vo viac než 30 krajinách. Je to prvý index, ktorý zahŕňa všetky segmenty trhu s technickým spotrebným tovarom



v rôznych krajinách. Všetky reporty a tlačové správy sú dostupné na webovej stránke www.gfktemax.com.

Pri citovaní informácií z tejto tlačovej správy alebo akýchkoľvek údajov zverejnených na www.gfktemax.com prosím výslovne uvedte GfK TEMAX ako zdroj.

Pre podrobnejšie informácie prosím kontaktujte:

Stefan Schmidt, tel. +49 911 395-3108, stefan.schmidt@gfk.com

Wolfgang Seubold, tel. +49 911 395-3570, wolfgang.seubold@gfk.com

GfK Group

GfK Group ponúka základné informácie, ktoré potrebujú spoločnosti v priemysle, maloobchode, službách a médiách pre uskutočňovanie svojich strategických trhových rozhodnutí. Spoločnosť poskytuje komplexný rozsah informačných a poradenských služieb vo svojich troch obchodných sektoroch Custom Research, Retail and Technology a Media. Ako 5. najväčšia spoločnosť venujúca sa prieskumu trhu na svete je prítomná vo viac než 100 krajinách a zamestnáva vyše 11 000 pracovníkov. V roku 2010 tržby GfK Group dosiahli 1,29 miliardy EUR. Pre podrobnejšie informácie navštívte našu webovú stránku: www.gfk.com.

Zodpovednosť podľa tlačového zákona:

GfK SE, Corporate Communications

Marion Eisenblätter

Nordwestring 101

90419 Nuremberg

Germany

Tel. +49 911 395-2645

Fax +49 911 395-4041

public.relations@gfk.com