

Sajtószolgálat

2014. április 24.

Négy hónapig kelendők a kertészeti áruk hazánkban

2014. május 8.

Tisza Andrea
B&P Consulting
Tel.: (+36-1) 349-2939
Fax: (+36-1) 269-2504
E-mail:
andrea.tisza@braunpartners.hu

A magyar piacot többnyire kielégíti a hipermarketek és barkácsáruházak kínálata

A GfK Kereskedelem és Technológia területének adatai szerint 2013-ban a piacot egyes szegmensekben teljesen lefedő hipermarketekben és barkácsáruházakban a kertészeti termékek összforgalma enyhén meghaladta a 40 milliárd forintot. A szezon mindössze négy hónapra korlátozódik.

A tavasz beköszöntével aktuálissá váltak a kerti munkák: megkezdődik a kertek, erkélyek csinosítása. A GfK Kereskedelem és Technológia területének hipermarketekben és barkácsáruházakban realizálódó forgalomra vonatkozó adatai szerint egyes kategóriákban azt lehet mondani, hogy ez a két csatorna lefedi a magyar piacot. Vannak azonban speciális termékkörök, amelyek esetében a faiskolák, kertészeti központok szerepe a meghatározó.

A 2013. év során a **hipermarketek és barkácsáruházak** kertészeti összforgalma kicsivel meghaladta a 40 milliárd forintot és általában elmondható, hogy a szezon mindösszesen négy hónapra koncentrálódik. Két nagyon erős hónap az április és a május, amelyek közel azonos forgalmat képesek felmutatni. Ezt követően júniusban a forgalom májushoz képest mintegy 30-35 százalékkal visszaesik és stagnál júliusban is, amikor is a szezon gyakorlatilag befejeződik.

A **hipermarketek és barkácsáruházak által működtetett kertészetek** legnagyobb forgalmát a **cserepes növények, szobanövények** generálják: ebben a két értékesítési csatornában közel 8,5 milliárd forintnyi forgalmat mértek a GfK kutatói a tavalyi évben. Ehhez hozzáadva a kertészeti centrumok és virágárusok forgalmát, akkor a GfK becslései szerint a cserepes növények szegmensének összforgalma a teljes piacon közelíti a 20 milliárd forintot.

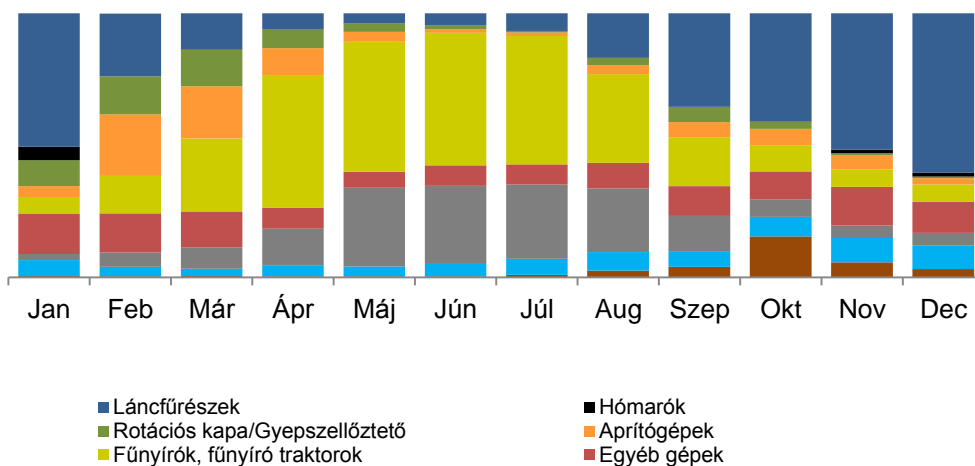
A másik nagyon szezonális termékkört a **vetőmagok** jelentik, amelyek a hipermarketekben jobban fognak, mint a barkácsáruházakban. Ezzel ellentétes azonban az a tendencia, amely szerint a második és harmadik legnagyobb forgalmat generáló **öntözési/locsolási termékek** szegmense, illetve **elektromos/benzines kerti gépek** szegmense esetében a barkácsáruházak forgalma jelentősebb. Természetesen nem meglepő, hogy a vágó eszközök, így fűnyírók, szegélynyírók, sövényvágók, láncfűrészek teszik ki az elektromos kerti gépek forgalmának legnagyobb részét. A különböző termékek szezonálisát jól szemlélteti a lenti diagram.

GfK Hungária
Piackutató Intézet
Visegrádi u. 31.
1132 Budapest

Tel.: (+36-1) 452-3050
Fax: (+36-1) 320-1776
www.gfk.hu
www.facebook.com/gfkhungaria
firm@gfk.com

Igazgató:
Kozák Ákos

Az elektromos/benzines kerti gépek értékvorgalmának szezonális megoszlása a barkácsáruházakban és hipermarketekben, 2013 (az adatok százalékban kifejezve)



Forrás: Kereskedelem és Technológia, GfK Hungária

„Becsléseink szerint a 2014. évben is hasonlóan alakul majd a gépek szezonális forgalma” – mondta el Sztupár Andrea, Country Manager. „Tekintve, hogy már az első két hónapban is enyhe, 5 százalékos forgalomnövekedést mértünk, így valószínűsítjük, hogy a piac bevétel tekintetében idén nőni fog” – tette hozzá a szakember.

A GfK-ról

A GfK megbízható forrásként, releváns piaci és fogyasztói információkkal segíti ügyfeleit sikeres üzleti döntéseik meghozatalában. 80 évnyi tudományos tapasztalatunk meghatározza több mint 13 000 elkötelezett szakértőnk mindennapi munkáját. Globális megoldásaink, valamint helyi piaci ismeretünkön alapuló insightjaink képezik szolgáltatásunk alapját világszerte több mint 100 országban. Innovatív technológiáink és kutatási megoldásaink alkalmazásával adatainkat insightokká alakítjuk, így biztosítva ügyfeleink számára, hogy versenyelőnyhöz jussanak és széleskörű ismeretekkel rendelkezzenek a fogyasztó viselkedéséről és döntéseiről. További információért kérjük, látogassa meg a www.gfk.com/hu oldalt.