



PAZAR



“Süpürgede en çok pay bizim”

Serhan Akın
Arnica Genel Müdürü

“Toplam küçük **elektrikli** ev aletleri pazarında yüzde 13 pazar payımız var. **Elektrikli** süpürge pazarında yüzde 15’lik payla pazar lideriyiz. Bu pazarın son 3 yıldır tüm kategorilerinde en çok satan ürünü olan **Arnica** Bora serisini üretiyoruz. Ev temizliği, yiyecek hazırlama, içecek hazırlama, ütü, kişisel bakım ve ev gereçleri olarak altı kategorimiz ve 114 ürünümüz var. En çok satan ürünümüz Bora. Geçen yıl 350 bin adet Türkiye’de sattık ve 50 bin adet de ihraç ettik. Bu ürünle Türkiye’de, Avrupa’da ve ABD’de tasarım ödülleri aldık.”



“Tost makinesinde pazar lideriyiz”

Murat Kolbaşı
Arzum Yönetim Kurulu Başkanı

“Sektörde **blender**, tost makinesi, **elektrikli** cezve ve su ısıtıcı ürünlerinde pazar lideri olan **Arzum**’un Türkiye’de 15 binin üzerinde satış noktası bulunuyor ve bugün 10 milyondan fazla evde **Arzum** ürünleri kullanılıyor. Yıllık yaklaşık 500 bin adet **blender**, 350 bin tost makinesi, 200 bin **elektrikli** cezve, 250 bin su ısıtıcısı satışı yapıyoruz. **Arzum** 8 ürün kategorisinde, 250’den fazla farklı model ile geniş bir ürün gamına sahip bulunuyor.”



Konuşan çay makinesi ile fark yarattık

Orkun Dizdar
Homend Genel Müdürü

“Gıda hazırlama, mutfak ürünleri ve çay- kahve makinelerinde **Homend** olarak inovatif ve hayatı kolaylaştıran ürünlerimiz mevcut. Bu kategorilerde dönemsel olarak yüzde 3 pazar payına eriştik. Ürün yelpazemize her geçen gün yeni ürünler eklemekle birlikte ürün gamımızı genel olarak ütü grubu, mutfak (yiyecek - içecek hazırlama) grubu, zemin temizleme ve kişisel bakım grubu olarak tanımlayabiliriz. Konuşan çay makinesi ve dik süpürge satışlarımızda en büyük paya sahip ürünler. İş hacmimizin yüzde 30’unu bu ürünler oluşturuyor.”

Yerliler güçleniyor

Yabancı üretimde en büyük rakip kuşkusuz Çin. Yerli markaların ucuz ürünlerde rekabet etme şansı bulunmuyor. **Arnica** Genel Müdürü Serhan Akın, “Avrupa’da ise Polonya, Çek Cumhuriyeti, Romanya ve Macaristan’da küçük **elektrikli** ev aletleri üretiliyor. Bunlar daha çok büyük Avrupa markalarına fason üretim yapıyor. Bu ürünlerde maliyetler hemen hemen aynı. Aynı zamanda Türkiye’den de dünya devlerine üretim yapıyor ki, biz bu şirketlerden biriyiz. Biz kendi markamız harici dünyada pazar lideri olan bir markaya da **elektrik** süpürgesi üretimi yapıyoruz. Geçen yıl kendi sektörümüzde ihracatta Türkiye üçüncüsü olduk” diyor. Rekabet konusunda **Homend** Genel Müdürü **Orkun Dizdar**’ın da söyleyecekleri var: “**Homend** olarak üretimimizin yaklaşık yansını yer-

li üreticilerden sağlar duruma geldik. İlk yıllarımızda bu değer çok daha azdı. Beklediğimiz ve arzuladığımız kalite ve yenilikçi ürün tedarikini yerli üreticilerden yapabilir hale gelmemizi, yerli üreticilerin sektördeki payının artması yönünde bir işaret olarak okuyabiliriz. Özellikle gıda ve içecek hazırlama ile dik ve yatay süpürge grubunda ürün üreten yerli üreticilerin ağırlığının günden güne çoğaldığını gözlemliyoruz.”

Rekabeti müşteri hizmetleri üstleniyor

Markalar bir yandan yabancı rakipleri ile yarışırken, bir taraftan da yerli markalar ile rekabet ediyor. **Homend** rekabette dört konyu odaklanmış durumda. Ar-Ge’ye yatırım yapıyorlar, markaya yatırım yapıyorlar, şık ve estetik ürünler üretiyorlar, müşteri hizmetleri ile farklılaşıyorlar.

KÜÇÜKTE BAŞKA KİMLER VAR?



Korkmaz

1972 yılından bu yana paslanmaz çelik mutfak eşyaları ve **elektrikli** ev aletleri üreten marka sektördeki faaliyetlerini artırarak sürdürüyor. **Elektrikli** ev aletleri pazarındaki talep artışı nedeniyle 2013’te üçüncü fabrikalarını açtılar. Paslanmaz çelik mutfak eşyaları yanında bu alanda da büyümeye odaklanmış durumdalar. Günde 1500 çaydanlık, 3 bin **elektrikli** ev aleti üretiyorlar.

King

King 1953 yılında kurulduğunda Türkiye’de ilk termos üretimini gerçekleştirdi. 1974 yılında anonim şirkete dönüşen **King** 1985’ten itibaren küçük ev aletleri üretimine ve ithalatına başladı, dünyaca ünlü Zojirushi ve Phoenix markalarının Türkiye temsilciliklerini aldı. Bugün King markası altında kahvaltı, mutfak, temizlik, kişisel bakım, iklimlendirme ve diğer ev aletleri kategorilerinde 100’ü aşkın ürün çeşidi ile faaliyet gösteriyor.

Dört yıl garanti vermesi ile sektörde kendini ilk olarak konumlandırıyor.

