

SELL

SZÓRAKOZTATÓ ELEKTRONIKA | PIAC

XII/7-8 2016
JÚLIUS-AUGUSZTUS
495 HUF/1,90 EUR

KERESKEDELEM | HÁZTARTÁSI KIS- ÉS NAGYGÉPEK | IT

red editions

ÚJ OLDALRÓL

A HAMA ÚJDONSÁGAI

A 64.

ÜZLETET NYITOTT AZ EURONICS

LENDÜLETBEN A PIAC

ERŐS MÁSODIK NEGYEDÉV

IFA 2016

A BÉRLINI EXPÓ ÚJDONSÁGAI

MINDEN TUDÁST EGYBEVETVE

OKOSTELEFON-APPLIKÁCIÓK

A MINDENNAPOKRA

DIENES EDINA

A BSH HÁZTARTÁSIKISGÉP-DIVÍZIÓJÁNAK
ÉRTÉKESÍTÉSI VEZETŐJE

PORSZÍVÓK ÉS MUTATÓK

„...A MÁRKA TERMÉKEI ÉPPEN A BELSŐ TARTALOMRA
KONCENTRÁLNAK: KIVÁLÓ TELJESÍTMÉNY, ALACSONY
FOGYASZTÁS MELLETT.”

120 MODELL



9 772060 415001 16009

kapacitás
és funkció

FAGYASZTÓSZEKRÉNYEK



OKOSTELEFONOK

egyre
nagyobb
tudás



BORHŰTŐK

**SZÉPSÉGÁPOLÁSI
TERMÉKEK**



WHIRLPOOL

PREMIUM SELECTION PROMÓCIÓ!

Vásároljon **2016. július 31.** és **2016. december 31.** között
a **Whirlpool Premium Selection** promóciója keretében a kijelölt termékválasztékból
és készülék jelenleg érvényben levő garanciája mellé további **2 év teljes körű
garanciát adunk ajándékba**, így szabadonálló készülék esetén **4 év**, beépíthető
készülék esetén **6 év garancia** vonatkozik a promócióban résztvevő készülékekre*.

**Meghosszabbítva
2016. december 31-ig!**



A promóció időszaka alatt (2016. április 1 - július 31. között) regisztrált vásárlók között 4 hónapon keresztül naponta kisorsoltunk 1db Nespresso Inissia kávéfőzőt! A nyertesek listája megtekinthető a www.regisztracio.whirlpool.hu oldalon.

ÚJDONSÁG! 2016. augusztus 1. és december 31. között havonta kisorsolásra kerül
5-5 db Nespresso készülék a havi regisztrálók között.
VÁSÁROLJON, REGISZTRÁLJON ÉS NYERJEN!

* Felhívjuk a figyelmet, hogy a promóció szigorúan regisztrációköteles, melyre a vásárlást követő 30 naptári napon belül van lehetőség a www.regisztracio.whirlpool.hu weboldalon, továbbá a kiterjesztett garancia esetleges érvényesítéséhez a vásárlást igazoló számla, nyugta, bizonylat megőrzése szükséges a garanciaidő teljes hossza alatt. Külön szeretnénk felhívni a figyelmet, hogy a promóció kizárólag a Whirlpool Magyarország Kft. által forgalomba hozott termékekre vonatkozik. Ennek, illetve a fenti feltételek valamelyikének hiánya a promócióból történő kizárással jár, és a plusz 2 év garancia ebben az esetben nem érvényesíthető. A promóció visszavonásig érvényes. A promócióban résztvevő termékválasztékért, a regisztráció további részleteiért és feltételeiért kérjük, keresse fel a www.regisztracio.whirlpool.hu weboldalt.

Kedves Olvasó!

Gondolom, nem okozok senkinek különösebb meglepetést azzal, hogy szeptemberi számunk központi témája az idén is az IFA. Ezúttal azonban minden korábbinál nagyobb terjedelemben foglalkozunk a berlini kiállítással a lap hasábjain. Ennek elsősorban az az oka, hogy szeretnénk egy pillanatképnél valamivel bővebben beszámolni az expóról. Egyrészt azok miatt az olvasóink miatt, akiknek nem volt lehetősége felkeresni a kiállítást, másrészt azoknak is hasznos lehet egy részletesebb összefoglaló, akik jártak idén a berlini expón. Ugyanis hosszú évek tapasztalata alapján teljes bizonyossággal állíthatom, hogy szinte lehetetlen a teljes kiállítást alaposan szemügyre venni 4-5 napnál kevesebb idő alatt. Azonban annak ellenére, hogy az aktuális számban igen jelentős terjedelmet szenteltünk a kiállításnak, még így sem tudunk minden márkát, minden újdonságot bemutatni, illetve az innovációk technikai részleteiben elmélyedni. Mégis úgy gondolom, a beszámolóknak nemcsak érdekes, de hasznos is lesz, már csak azért is, mert a termékújdonságok egy része hamarosan a hazai piacon is megjelenik. Azonban azok az innovációk, technológiák is fontosak, amelyek nem vagy a közeljövőben nem kerülnek be a magyar műszaki kereskedelem körforgásába, mivel ezek is trendeket, irányokat mutatnak a jövőt illetően. A hosszabb IFA-beszámoló ellenére természetesen most sem kell nélkülözni a magazin megszokott tartalmi elemeit. Mivel azonban a berlini kiállítás középpontjában maguk a készülékek állnak, így az aktuális lapszámban a termékek lesznek túlsúlyban. A fagyasztószekrények mellett felvonulnak a borhűtők is, illetve a szépségápolás területére is kirándulást tettünk, valamint nagytító alá kerültek az okostelefonok is. És persze a termékeken felül is akad tartalom a lapban. Interjúk vonatkozásában a BSH és a Hama jelenik meg, egyéb témáink pedig a piac alakulásával, az ember és technológia kapcsolatával, illetve az applikációkkal foglalkoznak a szeptemberi számban. Reméljük, ezúttal is megtisztelnak figyelmükkel, és cikkeink olvasása hasznos és kellemes időtöltésnek bizonyul az Önök számára.



SZALAI DÁVID
főszerkesztő

SELL

KERESKEDELEM
HÁZTARTÁSI KIS- ÉS NAGYGÉPEK
IT • SZÓRAKOZTATÓ ELEKTRONIKA
PIAC

KIADÓ: MAMURI HUNGARY KFT.

FELELŐS KIADÓ: A KFT. ÜGYVEZETŐ IGAZGATÓJA

FŐSZERKESZTŐ: SZALAI DÁVID

MUNKATÁRSÁK: KOVÁCS VIKTOR,
DR. DEÁK GÁBOR, DR. RÓNA ZSÓFIA,
PRINTSCHLER VIKTOR, SZÁSZ JUDIT
ZSOFCSIN JENŐ, NAGY DÁNIEL, KAS GABRIELLA,
FERENCZI TÜNDE

FOTÓ: PAPP MÓNICA

KORREKTOR: LIGETI SZILVIA

GRAFIKA ÉS TÖRDELÉS: VIG TAMÁS

SZERKESZTŐSÉG: 1117 BUDAPEST,
KARINTHY FRIGYES ÚT 17.

WEB: WWW.REDEDITIONS.HU

E-MAIL: INFO@REDEDITIONS.HU

TELEFON: +36 1 781 7889

FAX: +36 1 799 9495

NYOMDA: GIGEL KFT.

MEGRENDELHETŐ A SZERKESZTŐSÉG CÍMÉN
ISSN 2060-4157

TERJESZTI A LAPKER

ELŐFIZETÉSBEN TERJESZTI

A MAGYAR POSTA ZRT.

A LAP ELŐFIZETÉSBEN MEGRENDELHETŐ

AZ ORSZÁG BÁRMELY POSTÁJÁN,

A HÍRLAPOT KÉZBESÍTŐKNÉL,

WWW.POSTA.HU WEBSHOP-BAN

(HTTPS://ESHOP.POSTA.HU/STOREFRONT/),

E-MAILEN A HIRLAPELOFIZETES@POSTA.HU

CÍMEN, TELEFONON 06-1-767-8262 SZÁMON,

LEVÉLBEN A MP ZRT. 1900 BUDAPEST CÍMEN.

rededitions



Tartalom

2016 szeptember

06 Hírek, érdekességek

10 Érkességek a háztartási gépek világából

12 Újdonságok a szórakoztató elektronika világából

14 Porszívók és mutatók

Interjú Dienes Edinával,
a BSH háztartásikisgép-divíziójának
értékesítési vezetőjével

17 A 64.

Beszámoló az Euronics
üzletnyitásáról

18 Termékcsopórt bemutatás

Górcső alatt a fagyasztószekrények

26 Lendületben a piac

A műszaki kereskedelem legtöbb
szektora növekedett a második
negyedévben

28 Termékcsopórt bemutatás

Górcső alatt a borhűtők

33 Ami jár, az jár

Bortemperálással
a megfelelő tárolásért

36 Szépségkirálynők versenyben

Szépségápolási termékek szemléje



40 Ember és technológia

Eltérően tartunk lépést a fejlődéssel

42 IFA 2016

54 Új oldalról

Interjú Prohászka Ottóval, a Hama hazai képviselőjének ügyvezetőjével.

56 Termékcsoport bemutatás

Górcső alatt a okostelefonok

59 Minden tudást egybevetve

Okostelefon-applikációk a mindennapokra

61 A Nintendo megcsinálta

Pokémon Go az örület

62 Jegyzet

PIACI ÚTMUTATÓ



borhűtők

64.
oldal



fagyasztószekrények

66.
oldal



okostelefonok

68.
oldal



Fehérbe öltöztet az Electrolux

Garantáltan minden tekintet meg-
ragadnak az Electrolux új, fehér színű
beépíthető sütői, főzőlapjai, mikrohul-
lámú sütője és elszívója.

A modellek azonban nemcsak esztétikai
szempontból, de tudás tekintetében is
kiemelkedőek. A beépíthető indukciós
főzőlap gyors és pontos, az indukciós
technológiának köszönhetően sohasem
forrósodik fel, így ha netán kifutna
a leves vagy kicseppenne a dzsem, egész

biztosan nem ég oda. A Bridge funkció-
nak köszönhetően pedig két zónát össze
is kapcsolhatunk, és egy nagy méretű
edényben készíthetünk ételt. A szintén
fehér színű sütőket visszaszámoló
időzítővel is felszerelték, hogy biztosan
ne süljenek túl a legfinomabb falatok.
A választékban található egy pirolitikus
tisztítású modell is, amelyben magas
hőfokon hamuvá égethetjük a szennye-
ződést. A beépíthető mikrohullámú
sütő nemcsak melegít, olvaszt, hanem
grillezni is tud. Végül a kellemetlen illa-
tokért az elszívó vállalja a felelősséget.



Vendégfogadás magas fokon

A kifogástalan bornak több ismérve
is van, ezek egyik legfontosabbika
az optimális hőmérséklet. A Miele
bortemperáló hűtője ennek biztosítá-
sára nyújt praktikus és elegáns megoldást: a KW 6112 iG ed/cs típusnevű
készülék beépítési magassága min-
dössze 45 cm, mégis 18 bordeaux-i
palack fér el benne. Ez többek között
a FlexiFrame Plus keretnek köszön-
hető, amelynek kialakítása lehetővé
teszi a tartórácsok távolságának és
irányának változtatását. A prakti-
kumot szolgálja továbbá a LED-
megvilágítás és a krétával feliratoz-
ható mágneses csíkok. A sötétített
biztonsági üvegből, a nemesacélból és
fekete háttérű keretből álló visszafogott
formatervnek köszönhetően a
felületbe simuló bortemperáló hűtő
harmonikusan illeszkedik a Miele
„PureLine” formanyelvébe.
Mosás Samsung módra



Mosás Samsung módra

A Samsung két új AddWash modellcsaládot jelentett be: a kombinált mosó-szárító
gép két változatban lesz elérhető: WD6500K és WD5500K. A kiemelkedően hasz-
nos AddWash megoldást mindkét modell esetében az Air Wash funkció egészíti ki,
amely kizárólag felhevített levegőt használ a ruhák illatosításához és tisztításához.
A ruhák így nincsenek kitéve a hagyományos mosás során fellépő megterhelés-
nek, és víz vagy mosószert használata nélkül frissíthetők fel. Az AddDoor ajtó a
szárítási ciklus során is használható, ami nagy segítség olyan ruhadarabok esetén,
amelyeknél csak vegytisztítást szabad használni. A WD6500K 9 kg-os kapacitással
rendelkezik, valamint a Samsung széles körben elismert Ecobubble technológiáját
is alkalmazza, amely alacsony hőmérséklet mellett is hatékony feltávolítást tesz
lehetővé. A kombinált modell Super Speed funkciója további hasznos idővel rövi-
díti le a házimunkát. Ez a megoldás egyrészt nagy sebességű vízsugarak használa-
tával (Speed Spray) csökkenti le a mosási időt, másrészt a ruhaterhelés függvény-
ében növeli a forgási sebességet, így felgyorsul a centrifugálás.



Lendületben a Media Markt

Nettó 72 milliárd forint forgalma volt 2015-ben a Media Markt Magyarország Kft. 22 üzletének, ami csaknem 20 százalékos növekedés 2014-hez képest – mondta Balogh Péter, a Media Markt Győr Kft. ügyvezető igazgatója Győrben, ahol bemutatták a vevői igényeknek megfelelően átalakított üzletet. Balogh Péter elmondta, hogy tavaly bruttó 4,5 milliárd forint forgalma volt az elektronikai, távközlési és háztartási kis- és nagygépeket forgalmazó üzletnek, ami mintegy tíz százalékkal nőtt 2014-hez képest. A forgalom növekedését szerinte nagyban segítette a kormány által meghirdetett mosógép- és hűtőgépcsere-program, illetve jelentős a kereslet az okostelefonok iránt is. A termékek elhelyezésénél a vevői igényeket és a piaci trendeket vették figyelembe, hangsúlyos szerepet kaptak az okostelefonok, a hordozható számítógépek, de nagyobb területen helyezték el a háztartási nagygépeket is. A győri koncepció alapján a jövőben a többi 21 magyarországi üzletet is átalakítják.



Bérkülönbség a kiskereskedelemben

Óriásiak a bérkülönbségek a kereskedelemben még az egyes üzletláncok között is, ahol a legtöbb bért többnyire a nemzetközi hátterű áruházak fizetik alkalmazottaiknak. Az Országos Kereskedelmi Szövetség közleményéből kiderül, hogy a kiskereskedelemben a havi átlagkereset 148 ezer forint volt tavaly, az állami elektronikus számlázó portál szerint a legnagyobb foglalkoztatottak közül az Aldi 308 ezer, a Lidl 248 ezer, az Auchan 189 ezer, a Spar 185 ezer, a Tesco 184 ezer, a CBA

pedig 193 ezer forintot fizet az alkalmazottaknak. Az egyes szakmák közül a legtöbbet az iparcikket értékesítő keresik, a legkevesebbet az élelmiszerbolti eladók. Az OKSZ szerint az alapterem emelése csak korlátozott lehet. A nagyobb bért fizetőknél kevésbé feszítő a munkaerőhiány, viszont a kisebb boltosoknak többet kellene emelni, ami ott drágulást okozna, és versenyképességi hátrányukat növelné. Ezért elengedhetetlen a járulékkedvezmény, elsősorban a kisvállalkozások körében, és a kisvállalkozások fejlesztési támogatása is – áll a közlemény-

Növekszik a Daikin

Az elsősorban fűtési, szellőztetési és légkondicionáló rendszereket gyártó Daikin 10 millió jent ruház be Vietnámban, létrehozva első termelési bázisát az országban. A tervek szerint 2018 áprilisára lesz kész az új gyár, ahol mindenekelőtt az ázsiai piacokra szánt lakossági légkondicionálókat fognak gyártani. A márka az értékesítési hálózatát is bővíteni kívánja Vietnámban, Indonéziában és Thaiföldön. A beruházástól jelentős gazdasági fejlődést várnak a térségben. Bár a márka jelenleg is kínálja termékeit a piacokon, az új gyártás beindításával a jövőben piacvezetőként kíván szerepelni a légkondicionálóival.



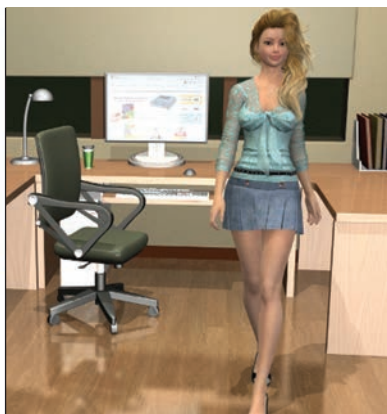


Csinos hangsugárzók az LG-től

Az LG kínálata négy új hordozható hangszóróval gyarapodott. Mindegyik szerkezet eltérő méretű és kialakítású, azonban az közös bennük, hogy képesek lesznek a hangjukkal megtölteni az egész teret, ugyanis egytől egyig 360 fokos kialakítású megoldásokról beszélhetünk. A bluetooth kapcsolatoknak köszönhetően akár több méter távolságról is lehet zenét lejátszani a digitális eszközökről. A kiegészítők egyaránt cseppálló burkolattal lettek ellátva, ami fontos szempont a hordozható eszközök esetében. Mindegyik hordozható hangszóró kapott azért egy 3,5 jack aljzatot, és ennek köszönhetően egy megfelelő kábellel akár olyan masina is csatlakoztatható lesz hozzájuk, ami nem rendelkezik bluetooth modullal – például egy MP3 lejátszó. Valamint az is érdekes, hogy mindegyik támogatja a Multi Point kapcsolódási lehetőséget, és ennek köszönhetően egyidejűleg akár kettő készülék is kapcsolódhat hozzájuk vezeték nélkül.

Virtuális asszisztenst vásárolt a Microsoft

Felvásárolta a Microsoft a Genee szolgáltatást, amely a természetes nyelvi feldolgozás és a mesterséges intelligencia felhasználásával szervezett találkozókra e-mailben és chatbotokon keresztül. A program az Office 365 vállalati csomagba fog beépülni. A Microsoft felvásárlásai között nem ez az első produktivitást segítő alkalma-



zás: idén szerezte meg a redmondi cég a LinkedIn szakmai közösségi oldalt, 2015-ben a Wunderlist teendőkezelőt, a napokban rolót lehúzó Sunrise Calendart, a Talko csoportchat-szolgáltatást, a MileIQ mérföldköszámológót, 2014-ben pedig az Acomplii e-mail-appot. A felsoroltak közül több az Outlook csapatához vándorolt – minden valószínűség szerint ez a jövő vár a Genee-re is.



Dr. Apple

Egészségügyi adatspecialista céget vett az Apple. A 2013-ban Anil Sethi és Karthik Hariharan által megalapított Gliimpse érdekessége, hogy kizárólag az amerikai fel-

használók számára kínál különböző adattárolási ajánlatokat.

Az emberek a vállalat felhőplatformján keresztül egészségügyi és orvosi adatokat gyűjthetnek és dolgozhatnak fel, majd azokba igény esetén betekintést engedhetnek például orvosoknak. A rendszer elsősorban a cukor- és a rákbetegekre összpontosít. A Gliimpse alapfinanszírozását Anil Sethi alapító biztosította, a férfit az 1980-as években – műszaki területen – az Apple számára dolgozott, ezután 2000-ben tőzsdére vitte a saját vállalkozását (Sequoia Software), és azóta számos egészségügyi területen működő társaságot hozott létre.

C9

A Samsung eredetileg még április végén jelentette be egy új sorozat útnak indítását, egészen pontosan két eltérő változatot dobva akkor piacra. A Galaxy C5 és C7 után most jó eséllyel egy még nagyobb telefon mutatkozhat be, várhatóan hasonló hardverrel. Külső forrás számolt be a Galaxy C9 közeljövőben esedékes érkezéséről, amely az első két példányhoz hasonlóan szintén Kínában mutatkozhat majd be a nagyközönség előtt. Tekintettel arra, hogy a C5 annak idején egy 5,2 hüvelykes, Full HD felbontást támogató Super AMOLED érintőképernyőt kapott, a C7 esetében pedig egy 5,7 hüvelykes kijelző mellett tették le a voksot, a C9 jó eséllyel ennél is nagyobb lehet, valószínűnek tűnik tehát egy 6 hüvelyk körüli méret, amivel egyértelműen a phablet kategóriát céloznák meg. A fémkülső, illetve a középkategóriába illő hardver szintén megmaradhat, amit nyilván egy valamivel magasabb ár kísér majd.





Rotterdamba vándorol a hulladék

A Mitsubishi Materials 2017-től nyitja meg a Rotterdam melletti Moerdijk kikötővárosban az elektronikai hulladékokat válogató és újrahasznosító üzemét. Az új központba egész Európából gyűjtik majd össze az e-hulladékokat – függetlenül az eszköztípusoktól és a gyártóktól. A projekt 30,8 millió euróba kerül és a Mitsubishi Materials partnere a szintén japán Hanwa lesz, amely fémhulladékok és akkumulátorok kereskedelmével foglalkozik. Az újrahasznosítás rendkívül időigényes és drága folyamat, azonban a japán társaságok mégis kifizetődőnek ítélték meg, elsősorban a számítógépekben, notebookokban, monitorokban és mobiltelefonokban lévő ólom, higany, arany, réz, ezüst, platina, palládium és kadmium miatt.

Cégekre lesnek a zsarolóvírusok

A Malwarebytes biztonsági társaság aktuális felméréséből kiderült, hogy 540 észak-amerikai, brit és német vállalkozás 40 százaléka vált az elmúlt 12 hónapban legalább egy alkalommal zsarolóvírusos támadás áldozatává. Európában ez az arány közel 20 százalék, és az érintett cégek 40 százaléka fizette ki önként a követelt összeget azért, hogy ismét használhassa a zárolt rendszereit és adatait. Nem véletlenül támadják a kártevőkészítők a felhasználók helyett a vállalatokat, hiszen ott – az információk típusa miatt – sokkal



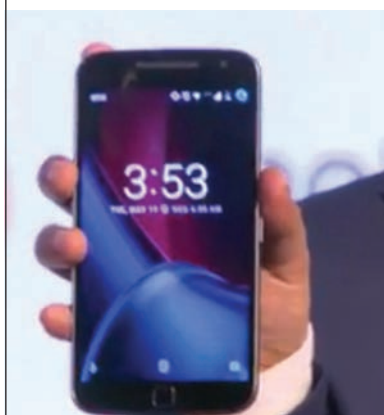
nagyobb összeget követelhetnek, ráadásul nagyobb a valószínűsége a fizetési hajlandóságnak is. Marcin Kleczynski, a Malwarebytes vezetője kijelentette, hogy jelenleg a kártevők riasztóan gyors fejlődését tapasztalják. 2008-ban a legtöbb vírus és más program még azzal foglalkozott, hogy reklámokat küldjön. Ezután az elkövetők felfedezték a zsarolószoftvereket, amelyeknél először a magánszemélyek voltak a célpontok, majd az elmúlt hónapokban ijesztően gyorsan átváltottak a társaságokra. A Kaspersky Lab szerint is már minden tizedik zsarolóvírus a cégeket támadja, és egyetlen esztendő alatt a hatszorosára nőtt az üzleti szféra ellen végrehajtott zsarolóvírusos támadások száma.



Több nagy telefongyártó is veszteséges

Nemrég több nagy gyártó is közölte saját negyedéves eredményeit, amiből kiderült, hogy a helyzet nem túl rózsás. A Sony Mobile vékonyka profitról adott hírt, és ezt is csak jelentős leépítéssel tudták elérni, vagyis épp elég embert rúgtak ki ahhoz, hogy a szerény forgalom mellett is nyereségre tegyenek szert. Bár a PlayStation-vonalnak ezúttal nem kellett kompenzálnia a mobilos részleg veszteségét, a cég romló eladási adatokra számított.

Az LG 14 millió mobilt szállított le az elmúlt három hónapban, miközben a Huawei, az Oppo és a Vivo mind meghaladta ezt az eredményt, ők együtt pedig összesen 71,1 millió készüléken adtak túl. Az LG egyébként mintegy 2 milliárd dollárt fektet a hajlékony OLED-kijelzők fejlesztésébe, pontosabban az ehhez szükséges infrastruktúrába. A Microsoft egyértelmű vesztesésként tűnik fel, ők az egy évvel korábbi eredményhez képest 71 százalékot rontottak, a most lezárult negyedévben például mindössze 1,2 millió Lumia okostelefont tudtak csak eladni, ez a szám folyamatosan csökken. A most lezárult 2016-os pénzügyi évben összesen 13,8 millió okostelefont értékesítettek.



Nem frissít a Motorola

A Lenovo leányvállalata úgy döntött, hogy nem követi a Google, a Samsung, az LG és a BlackBerry példáját. A Motorola a jövőben nem óhajtja havi rendszerességgel biztonsági frissítésekkel ellátni az androidos okostelefonjait. A cég azzal indokolta döntését, hogy a szükséges tesztek elvégzése és az engedélyek beszerzése miatt nem tudna minden hónapban frissítéseket kiadni. Miután szóba került, hogy más gyártók havonta adnak ki biztonsági javításokat, a Motorola jelezte, hogy tudja, hogy ez a dolog fontos az ügyfeleinek és mindent el is követ azért, hogy minél gyorsabban elérhetővé tegye ezeket a frissítéseket, de a megfelelő terjesztéshez szükséges előzetes tesztek és engedélyek miatt nehéz tartani a havi kiadási ütemtervet.

Újdonságok



Sokoldalúan vitaminokkal

Turmixot, levest, szószot is lehet készíteni a Russell Hobbs új professzionális turmixgépével, ráadásul úgy, hogy nem vész el a legfontosabb: azaz a vitaminok. Az öt darab tartozékknak köszönhetően a turmixolás nem minden, lehet vele sajtot, diót aprítani és gyümölcslevet is készíteni. Egy shakerfedő is tartozik hozzá, vagyis a készített italokat akár el is lehet vinni benne. A könnyebbség jegyében minden alkatrész mosogatógépben tisztítható.

Frizura hidegen

A hajszárító egyedi kialakítású levegőkimeneti nyílással rendelkezik, ezért a kiáramló hő mindig rendkívül egyenletesen oszlik el a hajon, ami segít elkerülni a káros, forró foltok kialakulását és maximális védelmet nyújt a túlmelegedés ellen. Ráadásul a ThermoProtect technológia optimális szárítási hőmérsékletről gondoskodik, és további védelmet nyújt a hajszálaknak. Végül a kerámia fűtőelem nagy hullámhosszú, infravörös hőt bocsát ki, ami mérsékelten meleg levegővel, belülről szárítja a haját, és megakadályozza annak kiszáradását.



Szenzorok a szárításban

A Braun ezúttal csinált valami egészen újat, ami a hajszárítást illeti, hozzáadott egy adag szenzortechnológiát a hagyományos működéshez, ez egész pontosan azt jelenti, hogy a hajszárító a beépített szenzoraival 600× méri a hőmérsékletet percenként, és beállítja azt az optimális szintre a készülék folyamatos működése mellett, hogy a haj egészséges kinézetű legyen. Ezzel együtt a professzionális AC ventilátorrendszer erős légáramot hoz létre, amely az extraprecíz tartozékokkal együtt segít a szalonhatású haj elkészítésében. Ha ez nem lenne elég, több millió aktív iont bocsát ki, hogy növelje a csillogást, leküzdje a göndörséget és kiegyenesítse a haját.

SELL

KOMMENT

Bár a márkára rossz szavunk nem lehet, azért ez a szenzoros szárítás túlzásnak tűnik. Az optimális hőmérséklet a haj típusától, no meg a viselőjétől is függ, kicsit furcsa, hogy a szenzortechnológia ilyen részletekig is tud működni.





A legkisebbnek is jaj

A Braun ergonomikus kialakítású epilátorával kádban ülve vagy a zuhany alatt is nyugodtan lehet végezni a szőrtelenítést, mivel kialakítása teljesen vízálló. A gyártó szerint negyedakkora szőrszálakkal is megbirkózik, mint a gyanta, akár homokszem méretűekkel is, így a simaság teljesen garantált az epilálás végén. Természetesen vezeték nélkül is használható, egy óra töltés 30 percnyi működést eredményez. A nagy rezgésszámú masszázrendszer stimulálja a bőrt és enyhíti az epilálással járó kellemetlen érzést.



Hab a kávéban

A kávézás szerelmesei bizony nemcsak a feketére, de a feketén lévő fehér tejhabra is odafigyelnek, nekik kínálja új tejhabosítóját a Graef. A modell krémes állagú, teljesen buborékmentes, barista minőségű tejhabot készít egyetlen gombnyomással. Az elegáns készüléken mindössze két gomb található, az egyikkel hideg, a másikkal pedig meleg tejhab készíthető. A kényelem jegyében a rozsdamentes acélból készült tejhabosító kancsója egyetlen mozdulattal kivethető, és mosogatógépben is mosható. A habosítás mellett csupán a tej felmelegítésre is alkalmas.

Indukcióra tervezve

Az olasz Fulgor Milano márka kifejezetten indukciós főzőlapokhoz fejlesztette páraelszívóját, ami két ponton is szemléletesen tükröződik. Egyrészt természetesen a dizájnban, ami ugyancsak elegánsra sikerült, köszönhetően a teljesen lapos, minimalista kivitelzésnek. Másrészt a prémium tudásban és használhatóságban, az érintésvezérléssel működő modell négy különböző szinten tudja elszívni a kellemetlen szagokat, akár pillanatok alatt is. Az elszívó a főzőlapok közé vagy mögé is építhető, és bármilyen csinos is, gyakorlatilag láthatatlan marad.



Zimankó a Panasonictól

A Panasonic Full No Frost technológiát kínáló hűtőszekrénye mindent a felhasználó igényeire próbál szabni, ennek jegyében mind a hűtő- és mind a fagyasztótér hőmérséklete teljesen szabadon szabályozható. A ChillerCase rendszerrel ideális hőmérsékleten tárolhatók és megfelelő hőmérsékletre olvashatók ki a különböző halak és húsok. A HygieneAir névre keresztelt levegőkezelő rendszer pedig a maximális higiénia biztosításáért képes elpusztítani a baktériumok 99 százalékát. A modell érdekes módon „csak” A++ energiasztályzatot kapott.



A legcsendesebb

Az Electrolux UltraSilencer ZEN porszívója újabb lépést tett a teljesen hangtalan porszívózás felé, a készülék ugyanis mindössze 58 dB hangerővel működik, így akár éjszaka vagy tévézés közben is nyugodtan használhatjuk. A Silent AeroPro flexibilis porszívócső belső fala csendes légáramlást biztosít, belső lemezkéi pedig még tovább tompítják a hangokat. A Silent ZEN szívófej nyílása közelebb került a talajhoz, így – főleg szőnyegen – a zajszint még tovább csökkenthető. Az újratervezett motorszűrő pedig lehetővé teszi, hogy a levegő akadálytalanul áramoljon a készülékben, így ha bekapcsoljuk a porszívót, hangos zúgás helyett csak egy csendes esőhöz hasonló nyugodt hangot hallunk.

Érdekségek



ADATA az adatra

Az ADATA vékony és könnyű külső adattárolókkal bővítette kínálatát, egész pontosan a HC660-as és SC660-as modellekkel. Mindkét külső adattároló esetében egyetlen USB-kábelon keresztül zajlik a tápellátás és az adatátvitel, a külsőn mögött azonban már nem ugyanaz lapul: a HC660 esetében merevlemez, míg az SC660-nál egy SSD. Az SSD alapú SC660 az USB 3.0-s kapcsolaton keresztül maximum 440 MB/s-os olvasási és írási tempó elérésére képes.



Kicsi a bors, de sebes

A Sony új kompakt fényképezőgépének extrája a memóriakapcsolt, 1.0 típusú, egymásra helyezett CMOS-érzékelője, amely rendkívül gyors felvételi készítményt tesz lehetővé. Segítségével akár 40-szeres superlassított, szupernagy sebességű 1/32 000 MP-es torzításmentes és praktikus 4K-videókat lehet rögzíteni. Valamint a magas 20,1 MP felbontás ellenére a fényképezőgép lehetővé teszi a gyors kiolvasást a sorozatfelvételhez akár 16 képkocka/mp értékig, elsötétítés nélkül, mozgásban rögzítve a meghatározó pillanatokat.



Rövidre vágva

Ultrarövid vetítési távolságú projektorokat dobott piacra az LG, azzal, hogy mindössze 33 cm-es távolságból képes 80 colos, HD felbontású (1280 × 720), éles képet vetíteni, a PH450U azok számára is elhozza az UST projektorok előnyeit, akik igencsak helyszűkében vannak. A 2,5 órás működtetésre elegendő energiát szolgáltató, beépített akkumulátora révén pedig akár áram nélkül is mehet a mozizás. A projektorhoz a médiatartalmakat egy MHL-képes HDMI-csatlakozón, vagy USB-n lehet eljuttatni, de tripla vezeték nélküli kapcsolatot is kapott, vagyis wifin keresztül telefonról, tabletről vagy egyéb digitális eszközről is megoszthatók a tartalmak. A LED fényforrásának élettartama akár 30 000 óra is lehet.

SELL

KOMMENT

Bár trend a minimalista formatervezés, azért talán a Sony fényképezője mégis túlságosan is egyszerűre sikeredett. A forma sajnos nem utal az extra specifikációkra még nyomokban sem.



Polaroid Cube

Nyolc megapixel fotókat és Full HD felbontású videókat készít a Polaroid kamerája, aminek legnagyobb extrája mégis a mérete. Nem az, hogy milyen nagy, hanem, hogy milyen kicsi. A pöttöm kamera ugyanis mindössze $4 \times 4 \times 4$ centit tesz ki, vagyis könnyedén elfér a zsebünkben, vagy olyan helyeken, ahol más nem keresné, ebből következik, hogy remek bulikellék is lehet egy partin, de sportkameraként is kiváló, mivel gyakorlatilag bárhova rögzíthető. Alapból ellenáll az időjárásnak, de kiegészítő tokkal búvárkodni is lehet vele.

Újabb okosság

Az Asus a berlini IFA kiállításon jelentette be a ZenWatch viselhető eszközök családjának legújabb tagját, az Android Wear platformra épülő ZenWatch 3-at. A modell egy elegáns és személyre szabható, Android Wear rendszerű hordható eszköz, amelyen egy pillantással áttekinthetők az azonnali és időszerű információk, ráadásul teljes funkcionalitású aktivitáskövetőként is szolgál, hogy viselője motivált maradjon és elérhesse fitnesscéljait. Az órakészítők kifinomult hagyományait követő, aprólékos megmunkálású ZenWatch 3 az első olyan ZenWatch modell, amelyet gyönyörű kerek tokba szereltek.



Itt az S3

A Samsung bemutatta a Gear S3-at, a vadonatúj, innovatív okoskarórát, a modellt az értékálló, időtlen külsőt hivatott ötvözni a mobiltechnológia legfrissebb vívmányaival, beleértve az IP68 szabvány szerinti vízállóságot, a mobilfizetési lehetőségeket, az LTE-csatlakoztathatóságot, a beépített hangszórót és GPS-t. Így a Gear S3 minden óragyűjtemény méltó darabjává válhat. A Gear sorozatban elsőként a Gear S3 okoskaróra kapott Corning Gorilla Glass SR+ üveget, amelyet kifejezetten a viselhető eszközökhöz fejlesztettek ki, hogy tartósabb, a karcok ellenálló, kristálytisza kijelzőt kapjanak eredményül.



Mizu, Meizu?

A kérdésre röviden és tömören az E3 a válasz, ez ugyanis a gyártó új telefonja. A fémburkolatú okostelefon 5,5 colos IPS LCD-kijelzőt kapott Full HD felbontással. Ez alatt egy nyolcmagos MediaTek MT6755 Helio P10 chip, 3 GB LPDDR3 memória, egy alapesetben 32 GB-os, ám kibővíthető belső tároló, USB-C csatlakozó, egy 13 megapixeles hátoldali f/2.2 kamera és egy 5 megapixeles előlapi kamera található. A közép-felső kategóriás készülékben két olyan funkció is található, ami csak a prémiumban érhető el, az egyik az ujjlenyomat-olvasó, a másik pedig a gyorsított technológia, amelynek révén fél óra alatt 50%-os szintre lehet felhúzni a telefont.



Vékonyít a Lenovo

Bemutatkozott a világ legvékonyabb, legerősebb és legkényelmesebb átalakítható eszköze is, a Yoga 910. Mindössze 14,3 mm vastag, és ennek ellenére az egyik legerősebb átalakítható gép, amely akár a legújabb, hetedik generációs Intel Core i7 processzorral is elérhető. A legtöbb Yoga-felhasználó számára az átalakítható laptopja a munkaeszköze, amelyet ezzel együtt szórakozásra is használ. Ezért a Yoga 910-et választható 4K vagy Full HD kijelzővel szerelték fel. Tizennégy százalékkal növelték a pixelsűrűséget az előző modellhez képest az élesebb és tisztább képekért és a 100 százalékos színskála-lefedettségért. A Dolby Audio Premium hangrendszer felel a tökéletes zenéért és hangzásvilágért. Az akkumulátor üzemideje akár 15,5 óra is lehet.

PORSZÍVÓK ÉS MUTATÓK


BOSCH

Éltre tervezve

zelmer
megbízhatóan

Az energiacímke bevezetése óta a porszívók összehasonlítása egyszerűvé és egyértelművé vált. Azonban ebből sajnos nem következik egyenesen, hogy a vásárlók megfelelő jelentőséget is tulajdonítanak a különböző mutatóknak. Dienes Edinával, a BSH háztartásikisgép-divíziójának értékesítési vezetőjével beszélgettünk arról, hogy milyen szempontok játszanak szerepet a porszívó kiválasztásában, illetve hogy milyen jellemzők lehetnek fontosak egy-egy készülék esetében ebben a szegmensben.

A porszívó termékkör milyen szerepet tölt be a BSH hazai kínálatában?

A háztartási kisgéppiacon a padlóápolás a legfajsúlyosabb kategória, így a BSH esetében a porszívó termékkör az egyik kiemelten fontos fókuszterületnek számít. Mind termékfejlesztés, mind portfólióbővítés viszonylatában komoly figyelmet fordít a cég erre a szegmensre, nem véletlen, hogy Európában a Bosch és Siemens márkák együttesen az előkelő második helyen állnak.

Milyen porszívó-kategóriákban vannak jelen, illetve hány modellt számlál jelenleg a márka választéka?

A robotporszívókon kívül minden termékszegmensben jelen van a cég, porzsákos, porzsák nélküli, illetve az egyre népszerűbb teljes értékű, vezeték nélküli álló porszívók is szerepelnek a kínálatunkban. Valamint a Zelmer márka révén még takarítógépek is találhatóak a választékunkban. A teljes modellválaszték pedig összesen 30 típusból áll.

Korábban a vásárlók elsősorban a motor-, esetleg a szívóteljesítményre fókuszáltak porszívók esetében. Manapság – az árat nem számítva – mely terméktulajdonság tekinthető a legfontosabb választási szempontnak, illetve mi az, amire kevésbé figyelnek a fogyasztók?

Az energiacímke bevezetése óta a porszívók összehasonlítása egyszerűbbé és egyértelművé vált, a gyakorlatban azonban a tapasztalatok azt mutatják, hogy a vásárlók nem használják ki a rendszer előnyeit. Túl azon, hogy az ár igen hangsúlyos szerepet játszik

a választásban, az egyes mutatókra nem fordítanak figyelmet a fogyasztók, sőt az is előfordul, hogy a kevésbé hatékony modelleket preferálják. Vannak, akik kifejezetten „G” vagy „F” energiasztályú modelleket keresnek, mert úgy gondolják, hogy az ilyen besorolású készülékek nagy motorteljesítménye elsőrangú tisztítási képességet jelent. Reményeink szerint a jövő szeptemberben életbe lépő új szabályozás változtat ezen. A még szigorúbb előírások majd csak olyan „A” energiasztályú készülékeket engednek forgalomba hozni, ahol a porvisszabocsátás gyakorlatilag nulla. Javulni fog a készülékek porfelszedési képessége is, valamint a megengedett zajszint is alacsonyabb lesz. A kínálat változása pedig ösztönzi majd a fogyasztókat, hogy a döntésben nagyobb jelentőséget tulajdonítsanak az egyes mutatóknak. A Bosch számára ez mindenképpen előnyös lesz, mivel a márka termékei éppen a belső tartalomra koncentrálnak: kiváló teljesítmény, alacsony fogyasztás mellett.

Az energiacímke komoly támpont a választáshoz, de két azonos paraméterekkel rendelkező modell között is lehet különbség. Dizájn, színek vagy éppen a speciális funkciók vonatkozásában. Mennyire fontosak ezek a jellemzők, illetve a Bosch esetében milyen speciális tulajdonságokról, megoldásokról, dizájnról lehet beszélni?

Ahogy említettem, van, hogy még az alaptulajdonságokat sem mérlegelik igazán a fogyasztók, de természetesen akadnak olyan vásárlók is, akik tudatosan választanak. Számukra fontosak lehet-

**„VANNAK, AKIK
KIFEJEZETTEN
»G« VAGY »F«
ENERGIAOSZTÁLYÚ
MODELLEKET
KERESNEK, MERT ÚGY
GONDOLJÁK, HOGY AZ
ILYEN BESOROLÁSÚ
KÉSZÜLÉKEK NAGY
MOTORTELJESÍTMÉNYE
ELSŐRANGÚ TISZTÍTÁSI
KÉPESSÉGET JELENT.
REMÉNYEINK
SZERINT A JÖVŐ
SZEPTEMBERBEN
ÉLETBE LÉPŐ
ÚJ SZABÁLYOZÁS
VÁLTOZTAT EZEN.”**

nek az egyéb jellemzők is. Ebben az esetben azért az egyéni igények igen eltérőek. A Bosch-vásárlók értékelik például a német minőséget, az európai gyártást, van, aki a csendes szívófej miatt választja a márkát, és olyan is akad, aki a nagyobb hatósugarat, a hosszabb kábelt vagy a hosszabb szívócsövet részesíti előnyben, és ezért dönt mellettünk. De van olyan eset is, hogy a készülékek egyszerű mozgását biztosító bolygó kerekek miatt lesz szimpatikus valaki számára a Bosch modell. És persze az sem ritka, hogy az esztétikai szempontok kerülnek előtérbe, és az elérhető színék vagy éppen az elegáns matt felületek fogják meg a vásárlót.

Rengeteg egyéb tulajdonsága ellenére a porszívó elsősorban mégis takarításra szolgál. A higiéniahoz kapcsolódó szempontokra mekkora figyelmet fordítanak a fogyasztók? Például egy „A” porvisszabocsátás-mutató előnyeivel mennyire vannak tisztában a vásárlók?

Az allergiások vagy a légúti betegségekben szenvedők számára rendkívül fontosak a higiénias szempontok, és éppen ezért nagy figyelmet fordítanak az olyan tulajdonságokra, mint például a porvisszabocsátási mutató. Ahogy korábban már említettem, a Bosch fejlesztéseiben a magas műszaki tartalom és az abból származó gyakorlati előnyök állnak a középpontban, így például az alacsony, illetve szinte zéró porvisszabocsátás is fontos jellemzője a modellválasztékunknak. Ezen túlmenően pedig kifejezetten a szóban forgó célcsoport számára fejlesztett készülékeink is van-



Dienes Edina

nak. Éppen szeptemberben kerül a hazai piacra a „ProHygienic” porzsákos porszívónk. A szeptemberben induló országos kampányunk zászlóshajója éppen ez a modell, a BGL3HYG típus lesz. A kampány keretén belül egyébként éppen a higiénias szempontok fontosságára, valamint az alacsony porvisszabocsátás előnyére igyekszünk felhívni a vásárlók figyelmét. A 2016. szeptember 1. és 2016. december 31-e között zajló akcióban az ez időszak alatt vásárolt porzsákos és porzsák nélküli Bosch porszívókhoz 2 + 3 év garanciát is adunk.

Mitől speciális a „ProHygienic” termékcsalád?

A sorozat kifejezetten azok számára került kifejlesztésre, akiknek kiemelten fontos a tiszta levegő. A ProHygienic modelleknek éppen ezért három olyan jellemzője is van, amelyek segítségével a készülékek eredményesen vehetik fel a harcot a pollenek és poratkák elleni küzdelemben. Az első ezek közül a porszívókban használt szűrő. A ProHygienic modellekbe HEPA U15 filter került, amelynek tulaj-



donságai megegyeznek a kórházakban is használt sterilizáló szűrő, az ULPA képességeivel. A második ismerv, hogy a sorozat modelljeinek nem egyszerűen alacsonyak a porvisszabocsátási mutatói, hanem szinte zéró porvisszabocsátás garantálnak, vagyis a készülékekből a használat során egyáltalán nem jut vissza por a levegőbe. A harmadik jellemző pedig egy speciális porzsák, amely szintén a levegő tisztán tartásáért felelős.

Milyen egyéb technológiák szolgálhatják a higiénia fokozását porszívók esetében?

Elsősorban a speciális szívófejeket lehet itt megemlíteni. A ProHygienic modellekhez például matracszívófej is tartozik, amely a matracokban előszeretettel megtelepedő poratkák eltávolítását teszi lehetővé. De idetartozhatnak még az állatszűrő eltávolítására kifejlesztett porszívók is. Mi is tervezzük, hogy kínálatunkat ilyen speciális modellel is bővítjük, és az európai piacokon igen sikeres Zoo család egyik modelljét a hazai piacon is bemutatjuk.

Milyen újdonságokkal bővült, illetve bővül a közeljövőben a porszívókínálatuk?

A ProHygienic-sorozatot, amiről már részletesen is beszéltem, a legfontosabb újítás. További változás, hogy augusztusban négy új modell jelent meg a porzsákoskészülék-kínálatunkban, illetve teljesen lecseréltük a porzsák nélküli modellválasztékunkat. Ez utóbbi kap-

csán külön kiemelném az innovatív „SensorControl” funkciót is mint újdonságot. Ez az opció figyeli a készülék teljesítményét, és jelzi, ha a portartály ürítése vagy a szűrő tisztítása esedékessé válik, sőt a sorozat csúcsmo-
delljében a készülék a filter tisztítását el is végzi. Az alacsony porvisszabocsátás egyébként a porzsák nélküli modellek esetében is fontos szempont. Nem túl gyakori a piacon az „A” osztály ebben a vonatkozásban, a BSH modelljeinek

többsége azonban ilyen minősítéssel rendelkezik a porzsák nélküli szegmensben.

Melyik paraméter javítása okozza egyébként a legnagyobb kihívást a fejlesztőknek porszívók esetében?

A porszívókat fejlesztő mérnökök számára a szőnyegről történő porfelszedési képesség javítása jelenti a legnagyobb kihívást. Jelenleg a piacon nagyon ritka az olyan készülék, amely képes lenne az „A” osztályú szőnyegtisztítási minősítést szerezni. A fejlesztések mindegyike ebbe az irányba haladnak. A BSH választékában is hamarosan megjelenik a „4A” minősítésű porszívó.

Egy ilyen tulajdonság akkor tekinthető egyfajta minőségi mércének is?

Egyértelműen igen. Csak magas kategóriás, kiváló készülékek kaphatják meg a legmagasabb, „A” osztályba sorolást szőnyegről történő porfelszedési képesség vonatkozásában. A BSH pedig éppen azért fókuszál a műszaki tartalom fejlesztésére, mert a kiemelt készülékjellemzők a minőség mint a márkaérték egyértelmű követői.

„A BOSCH-VÁSÁRLÓK ÉRTÉKELIK PÉLDÁUL A NÉMET MINŐSÉGET, AZ EURÓPAI GYÁRTÁST, VAN, AKI A CSENDES SZÍVÓFEJ MIATT VÁLASZTJA A MÁRKÁT, ÉS OLYAN IS AKAD, AKI A NAGYOBB HATÓSUGARAT, A HOSSZABB KÁBELT VAGY A HOSSZABB SZÍVÓCSÖVET RÉSZESÍTI ELŐNYBEN, ÉS EZÉRT DÖNT MELLETTÜNK.”

A 64.

DUNAKESZIN NYITOTTA MEG AUGUSZTUSBAN LEGÚJABB, 64. ÜZLETÉT AZ EURONICS MŰSZAKI ÁRUHÁZLÁNC. A TÖBB MINT 1500 NM ALAPTERÜLETŰ ÁRUHÁZ DUNAKESZI, KÁPOSZTÁSMEGYER ÉS ÚJPEST VONZÁSKÖRZETÉBEN A TÓPART KERESKEDELMI PARKBAN KAPOTT HELYET.



A Dunakeszi, Káposztásmegyer és Újpest kereskedelmi csomópontjában megnyitott új Euronics áruház 1500 négyzetméteres alapterületével az üzletlánc nagyobb méretű egységeinek sorát bővíti. Ezért nem különösebben meglepő, hogy az áruház 21 fős személyzettel és 15 000 terméket meghaladó választékkal, valamint közel 300 millió forint értékű induló árukészlettel áll a vásárlók rendelkezésére. Az eladótér kialakítása a hely adottságaihoz igazított standard Euronics-elemekre épül, illetve a márka arculatának megszokott jegyeit tükrözi. Az üzlethálózat régebben nyitott áruházaiával összehasonlítva azonban érezhetően modernebb, korszerűbb a termékprezentáció, sőt a speciálisan kialakított LG- és Samsung-szigetek révén valódi élményvásárlásra is lehetőséget nyújt az új áruház. A két márkaszigetet korántsem egy klasszikus szigetplatformként kell elképzelni, ami egy helyre tömöríti az adott brand

kiemelt termékeit. Sokkal inkább az IFA kiállítói standjaira emlékeztet a megjelenítés, ahol a készülékek olyan kontextusban kerülnek bemutatásra, amely nem pusztán a termékelőnyöket hangsúlyozza, de ízelítőt kínál azokból a benyomásokból is, amelyekre a vásárló szert tehet odahaza általuk. Ilyen környezetben pedig a válogatás, vásárlás tényleg igazi élménnyé válik. A vásárlás élményszintre emelése, illetve az offline egységek modernizálása az Euronics expanzió egyik jelentős és újragondolt fázisaként is értelmezhető. A cég ugyanis tudatosan helyez fokozott hangsúlyt arra, hogy az offline csatornákkal szemben támasztott fogyasztói elvárásoknak eleget tegyen, illetve az ezzel kapcsolatos kihívásoknak megfeleljen. Az offline vásárlót elsősorban a kipróbálás, a személyes tapasztalat gyűjtése iránti igény különbözteti meg az online fogyasztótól, így érthetően ezeknek a szempontoknak kell dominálni

az áruházi környezet kialakításában is. Ennek megfelelően az idén több mint 20 Euronics áruház kerül felújításra részben vagy teljes egészében, ami gyakorlatilag azt jelenti, hogy a modernizálás a hálózat egyharmadát érinti. Ez pedig nemcsak erőforrások vonatkozásában számít jelentős beruházásnak, de egyértelmű stratégiai irányt is kijelöl a tradicionális üzletek versenyképességének fokozását illetően. Az expanzió magától értetődően az organikus növekedésre is figyelmet fordít és az átalakítások mellett új áruházakkal is bővül az Euronics üzletlánc. Az ország keleti területére fókuszáló bővítési folyamat elsősorban azokra a városokra koncentrál, ahol eddig nem volt jelen az Euronics márka. Az augusztusban Dunakeszin nyitott áruház után szeptemberben Szolnokon nyitotta meg kapuit újabb Euronics egység, amelyet további üzletnyitások is követnek akár már az idei év folyamán.



Mekkora és mi fér bele

VÁSÁRLÁSOK SZINTJÉN SZEPTEMBER-OKTÓBER TÁJÉKÁN FOG REALIZÁLÓDNI, HOGY MENNYIRE IS SIKERES AZ IDEI HŰTŐGÉPCSEREPROGRAM, DE AZ AUGUSZTUSIG BEÉRKEZETT 46 000 PÁLYÁZAT ALAPJÁN VALÓSZÍNŰLEG NINCS OK AZ AGGODALOMRA, BIZTOS, HOGY LENDÜLETET FOG KAPNI A PIAC, BÁR A STATISZTIKÁK SZERINT EDIG SEM KELLETT AGGÓDNI ÉRTE.



Egy márka-összehasonlító oldal a fagyasztószelekrényeket vizsgálva olyan opciókat emelt be kutatásába, mint a megbízhatóság vagy a használhatóság kérdése. Az előbbi kétségkívül releváns tényező, de ennek pozitív vagy negatív voltát már a gyártó által adott garanciaidőből is lehet sejtetni. Az utóbbira azonban könnyen kaphatjuk fel a fejünket, hogyan lehet egy fagyasztószelekrényt könnyebben vagy nehezebben használni? Az ember kinyitja az ajtót, és beteszi vagy kiveszi a termékeket, ez csak nem olyan bonyolult feladat?

Vagy mégis...

Az éremnek két oldala van, hiszen egy fagyasztó valóban nem egy digitális fényképezőgép, aminek megfelelő használatát olykor idő elsajátítani, ugyanakkor a márka oldalon is gyakran érvelnek a könnyű használhatóság mellett. Ez annyit tesz, mint a fagyasztó belső terének észszerű kialakítása, aminek következtében a zsúfolásig teli készülékben is könnyen meg tudjuk találni a keresett terméket. Ilyen például a SpacePlus rendszerű fagyasztó, a VarioZone kialakítású megoldás, de nyugodtan említhetjük a BigBox fiókokat is, amelyek szintén a könnyebb és átláthatóbb elhelyezést segítik. Tehát marketingeszköz a használhatóság kérdése, és ezek szerint, vagy ebből adódóan, a vásárlási döntést is befolyásolja.

A méret a lényeg

Mégis a vásárlói döntés alfája és ómegája, hogy elfér-e a fagyasztó az adott lakásban, pontosabban, hogy mekkora fér el az előszobában vagy a spájzban, mert akkor azt vesszük, a többi paraméter csak másodlagos. Nem véletlen a fagyasztószelekrények sikere a ládákkal szemben, hiszen „felfele könnyebb építkezni”, főleg pedig a magyar háztartások többségében. Ezen a ponton azonban a használhatóság méretbeli kérdés is lesz, vagyis ugyanakkora külső méretbe minél nagyobb belső teret kell kialakítani, amire könnyen lehet, hogy a fejlesztések is összpontosítani fognak a jövőben. Idetartozik a tárolókapacitás és a fagyasztás napi mennyisége is, sőt a gyorsfagyasztás funkció is. Hiszen minél nagyobb mennyiségű élelmiszert tudok minél rövidebb idő alatt, minél kevesebb minőségromlással lefagyasztani, annál jobb fagyasztóval büszkélkedhetem.

AEG**A7202GNX0**

A gyártó ezúttal is a legjobbat hozza fagyasztósekrényével, az A++ energiasztályú modell Frostmatic funkciójával rendkívül gyorsan képes a megfelelő hőmérséklet elérésére, így a benne tárolt élelmiszerek megőrzik vitamintartalmukat és természetes állagukat. A 177 liter kapacitású fagyasztó Maxi Box fagyasztófiókot is kapott, hogy az igazán nagy méretű termékeket is kényelmesen lehessen tárolni benne.

**Bosch****GSN36AI31**

A prémium kategóriában startol a Bosch A++ energiasztályú fagyasztója, amely felvonultat minden technikai paramétert, amit egy magasabb árfekvésű modellől elvárhatunk. Ennek jegyében No Frost funkciót kapott, elérhető benne Vario Zone, ami a kényelmes elhelyezést garantálja, valamint a Fresh Sense opció, ami állandó belső hőmérsékletet biztosít. A Multi Airflow rendszer pedig egyenletes levegőkeeringetést biztosít, ezzel is a higiénikus tárolást segítve.

**Electrolux****EUF2704AOW**

Az Electrolux A++ energiasztályú fagyasztója úgynevezett Space Plus rendszerű kialakítást kapott, amelynek köszönhetően akkor is egy pillanat alatt meg lehet találni benne a dolgokat, ha az zsúfolásig tele van. A szigetelés kiváló minőségét remekül mutatja, hogy visszamelegedési ideje 30 óra, vagyis ennyi ideig áram nélkül is megfelelő hőmérsékleten tartja az élelmiszereket. Fagyasztási kapacitása 24 kilogramm naponta.

**Electrolux****EUF2205AOW**

A szabványos külső méretek mellett hatalmas belső kapacitást kínál a Space Plus rendszerű fagyasztó. Az A+ energiasztályú készülékben, belső kialakítása miatt, akkor is könnyedén meg lehet találni a különböző élelmiszereket, ha zsúfolásig tele van. A mindössze 40 dB zajszinten működő modellnek 20 kilogramm a napi fagyasztási kapacitása, ami a nagycsaládosok számára is remek választás lehet. Magas hőmérséklet esetén fénnel is riaszt a fagyasztó.

**Big Box**

Extramély fagyasztófiók a mélyhűtő dobozok vagy nagy méretű fagyasztott ételek, például torta vagy pizzák praktikus tárolására. Mindegy, hogy egy gyerek születésnap partijáról kell gondoskodni vagy egy lakodalmi tortát kell lefagyasztani – a Big Box fagyasztófiókban elegendő helyet találunk a nagy méretű, mélyhűtött élelmiszerek számára.

Super Freezing

Amikor új ételt teszünk a fagyasztóba, a Super Freezing funkció megvédi a fagyasztott élelmiszert a kiolvadástól, és az új étel is gyorsabban megfagy. Az automatikus fagyasztási funkcióval rendelkező készülékek visszaállnak normál üzemmódba, amint elérték a kívánt hőmérsékletet. Ez megakadályozza az energiapazarlást.





Liebherr GNP 4355

A Liebherr legújabb Blu Performance technológiája a fagyasztószekeknek is megjelenik. A lábazatba épített hűtőrács 20%-kal megnövelt űrtartalmat eredményez, amelyet rengeteg étel tárolására használhatunk fel. A készülékek új külsőt, felszereltséget kaptak, halkabbak, és nem utolsósorban energiatakarékosabbak. A 2,4"-os érintőelektronikával ellátott TFT-kijelző széles beállítási és programozási lehetőségeket nyújt. A Smart Device Box lehetővé teszi a gép szabályozását és további funkciók, mint pl. riasztások és emlékeztetők használatát mobil eszközökn.



Liebherr GP 1486

A négy fagyasztófiókos asztali fagyasztószeke a Liebherr dícsőséglisztáját szaporítva 2012-ben elnyerte a Plus X Award legjobb asztali fagyasztónak járó díját. A 104 literes űrtartalmú készülék szabadalmaztatott Smart Frost fagyasztórendszerrel rendelkezik, amelyet noha le kell olvasztani, versenytársaihoz mérten azonban sokkal ritkábban. A készülék irányítását a Magic Eye digitális elektronika teszi kényelmessé. Az A+++ energiasztályba sorolt készülék nagyon kevés energiát fogyaszt, amit remek szigetelésnek és LED-es világításának is köszönhet.



Gorenje FN6192PX

A dizájnt illetően ismét a céltábla közepére talált a Gorenje fagyasztója, a letisztult, elegáns modell biztos, hogy minden enteriőrben remekül mutat, az A++ energiasztályú készülék technikai tudását illetően is jó választás, amit már a nagy méretű digitális kijelző is sejtet. A mindössze 42 dB zajszinten duruzsoló fagyasztó napi kapacitása 18 kilogramm, áramszünet esetén pedig 15 órán keresztül képes megőrizni az ideális hőmérsékletet.



Hotpoint BF 3022 NF I

A Hotpoint fagyasztószeke a nagyobb családok számára is ideális választás, köszönhetően a 190 literes nettó kapacitásának. Az A+ energiasztályú modell ajtaja a kényelem jegyében megfordítható, a „tapintatos” működést pedig a mindössze 42 dB zajszint garantálja. A gyorsfagyasztás funkció használatával az élelmiszerek sejtszerkezete kevésbé rongálódik, és hosszabb ideig lesz megfelelő körülmények között tárolható.

Hang- és fényjelzés

A készülék automatikusan jelez, ha a hőmérséklet meghaladja a biztonságos szintet.

Szuperfagyasztás funkció

A szuperfagyasztás funkció kiválasztásával a fagyasztási folyamat felgyorsítható. Ideális nagyobb élelmiszerek gyors fagyasztásához, megőrizve az összes tulajdonságukat.

Beko

A fagyasztás nagymestere



A magyarországi nagy háztartási gép piac egyik feltörekvő márkája a Beko, amely különösen erős a fagyasztószelektrények piacán. Ennek megfelelően nagy figyelmet fordít a vásárlói igények megismerésére, hogy a fejlesztései a mindennapi használat könnyítése érdekében történjenek. A Beko fagyasztószelektrények választéka egyre szélesebb a magyar piacon, így a legkisebb kapacitású Table Top fagyasztótól indulva, amelyek a kapacitása 66 liter, az egész nagy, 312 literes kapacitású fagyasztószelektrényig minden kapacitású termék megtalálható a választékban. Kapacitás szempontjából vannak olyan egyedi méretű modellek, amelyek különlegesek a hazai piacon. A hűtési rendszerek tekintetében a hagyományos rendszerű Beko fagyasztószelektrények mellett a jövőben a No Frost Beko fagyasztószelektrények is elérhetők lesznek, amelyek zöme már A++ energiasztályú, az energiatakarékosság és a környezet tudatosság jegyében. Az új Beko fagyasztószelektrények dizájnya már szintén a modernitást, ugyanakkor az egyszerűséget tükrözi. A mindennapi használat megkönnyítése érdekében ezek a termékek már belső LED világítással és Touch Control kijelzővel rendelkeznek. A legújabb No Frost-os modellünk pedig ProSmart inverteres kompresszorral felszerelt, amely tovább csökkenti az amúgy is alacsony energiafelhasználás mértékét. Az inverteres kompresszor a folyamatos működése következtében gyorsabban reagál a hőmérsékletváltozásra, kisebb a hőmérséklet fluktuáció. Ennek eléréséhez kevesebb energiát fogyaszt, és sokkal stabilabb a hőmérséklet a fagyasztótérben. A kialakításának következtében hosszabb élettartamú és sokkal halkabb, mint a hagyományos kompresszor. A nagyobb kapacitású Beko fagyasztók nyitott ajtó figyelmeztető funkcióval is rendelkeznek, amelyek szintén a napi használatot könnyítik meg. Illetve a nagy nyári melegben a csavarós jégkockakészítővel ellátott modelleknél azonnal hozzá tudunk jutni a hűsítő jégkockákhoz.



Beko

RFNE312E33X fagyasztószelektrény

- A++ energiasztály
- 312 liter bruttó térfogat (275 liter nettó kapacitás)
- NeoFrost hűtési rendszer
- Ujjlenyomatmentes inox kivitel
- Touch Control kijelző
- 8 fiók
- Twist & Serve jégkockakészítő
- Nyitott ajtó figyelmeztetés
- LED-es belső világítás
- Méret: 185x59,5x65 cm



Whirlpool UW4 F2Y WB F

A Whirlpool A++ energiasztályú fagyasztója funkcióit illetően egy igazi trenddiktátor készülék. Olyan extrákat kínál ugyanis, mint például az élelmiszerek túlfagyasztása elleni

védelem, vagy a gyorsfagyasztás, automatikus kikapcsolással vagy a Party üzemmód, ami az italok gyorshűtésére lett kifejlesztve. A nettó 175 literes kapacitással rendelkező modell No Frost rendszerű, és áramkimaradás esetén akár 24 órán keresztül is a megfelelő hőmérsékleten tudja tartani az élelmiszereket.



Whirlpool UW6 F2C WB

A 222 liter hasznos fagyasztótérrel rendelkező, A+ energiasztályú modell tökéletes megoldás az élelmiszerek és a biztonságos fagyasztás számára. Az úgynevezett vezérelt fagyasztás funkciójával elkerülhető az élelmiszerek túlfagyasztása, áramszünet esetén

pedig vizuális és akusztikus hangjelzést is kapunk, bár aggodalomra sok ok nincsen, hiszen a kiváló szigetelésű fagyasztó egy napig is képes (áram nélkül) a megfelelő hőmérséklet biztosítására.



Whirlpool UW8 F2C XBI N

Az elegáns formatervezésű, A++ energiasztályú fagyasztó a maximumot kínálja az élelmiszerek számára. A No Frost rendszerű modell ugyanis olyan extrákat nyújt, mint a túlfagyasztás elleni védelem vagy a gyorsfagyasztás funkció automatikus kikapcsolással, de Ice Mate jégkockakészítőt

is kapott, hogy mindig hűvösek legyenek az italaink. A mindössze 41 dB zajszinten működő fagyasztó remek szigetelését mutatja a 24 órás visszamelegedési idő.



Zanussi ZFU27401WA

A Zanussi A++ energiasztályú fagyasztószekrénye görgős Space+ fiókjának köszönhetően az élelmiszerek kényelmes ki- és bepakolását teszi lehetővé. A 248 literes nettó kapacitásával pedig bőven van hely a húsok, zöldségek, kész ételek és egyébek számára, melyeket az átlátszó fiókoknak hála nem is kell keres-
gél.

A készülék remek szigetelését mutatja, hogy áramszünet esetén, akár 25 órán keresztül is képes frissen tartani az élelmiszereket.

Multi Airflow rendszer

A ventilátorral segített Multi Airflow rendszer gyenge, egyenletes hideglevegő-áramlást juttat be a hűtő- és a fagyasztótér minden szintjére. A hőmérséklet-ingadozás így minimálisra csökken, a hűtési idők pedig redukálódnak – mindez segít hosszabb ideig megőrizni az élelmiszerek ízét.

IceTwister

A praktikus, kivethető Ice Twister adagolóból alkalmanként húsz jégkockát lehet nyerni. A feltöltése gyors és egyszerű, és nem ömlik ki a víz.

Haier

Side by Side

hűtőszekrények

Haier HRF-800 DGS8 Side by Side hűtő

Energiahatékonysági osztály : A+++

Hűtő nettó kapacitása: 792 liter

Fagyasztó kiolvasztási Kapacitása kg/24h: 12

NO FROST

4 üvegpolc

Zöldségtartó rekesz

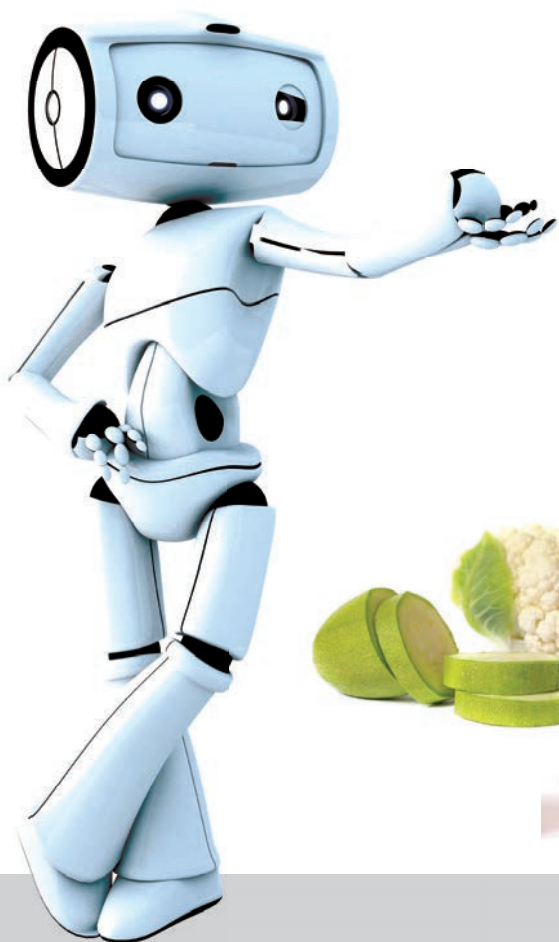
My Zone rekesz

Super fagyasztás funkció

Gyors hűtés funkció

Vakáció funkció

Inverteres kompresszor



AEG

ISMERJE MEG AZ ÚJ AEG MOSÓGÉPEKET ÉS SZÁRÍTÓGÉPEKET, ÉS FELEJTSEN EL MINDENT, AMIT EDDIG A RUHAÁPOLÁSRÓL GONDOLT!

A vásárlók többsége még mindig ódzkodik attól, hogy kényes ruhadarabjait szárítógépben szárítsa, 40 százaléka pedig rendszeresen mos kézzel – vagy azért, mert ezt látja a ruha címkén, vagy mert nem bízik a saját mosógépében. Mindemelllett a többség még mindig követi a ruhacímke útmutatását, miközben ezek egy része rég idejétmúlt. Az AEG új mosó- és szárítógép termékcsaládja újraértelmezi a textilápolás fogalmát, és bebizonyítja, hogy a színek élénksége, az anyagok finomsága, a minőségi ruhák tökéletessége igenis megőrizhető.

Új készülékekkel, új designnal és új logóval mutatkozott be az AEG a 2016-os IFA-n. A márka új mosógépei, szárítógépei, valamint mosó-szárítógépei minden eddiginél magasabb szintre emelik ruháink védelmét. Így még az olyan speciális törődést igénylő darabok is, mint a selyem, a gyapjú vagy az outdoor ruházat, többszöri mosás és szárítás után is ugyanolyan szépek maradnak, mintha újak lennének.

Ápolásra tervezve

Már az új AEG mosógépek és szárítógépek megjelenése is azt a tökéletességet tükrözi, ahogyan a készülékek a ruhákról gondoskodnak. A turbinák ihlette ajtó dizájn úgy tervezték, hogy a ruhák a mosási és szárítási fázisban is jól láthatóak legyenek. Az újratervezett kezelőpanel, valamint a nemesacél borítású programválasztó gomb pedig azt a minőséget közvetíti, amit a tökéletességre törekvő vásárlók keresnek.

Bizonyított törődés

A **ProSense®** technológiájú új mosógépek automatikusan a töltethez igazítják a mosási ciklust, így a ruhák pontosan annyi ideig és úgy vannak mosva, ahogyanra szükségük van. A szövetek így nem lesznek túlmosva, nem kopnak, színük és tapintásuk pedig többszöri mosás után is kifogástalan marad.

Köztudott, hogy a vasalás és a száraztisztítás roncsoolja a szövetszálakat. A PlusSteam opcióval rendelkező új **ProSteam®** mosógépek a mosási programot gőzöléssel fejezik be, ezáltal csökkentik a ruhák gyűrődését, így mosás után kevesebbet kell vasalni. A gőzfunkció ráadásul mosás nélkül is használható: a frissítő gőzprogramon a készülék kisimítja a ráncokat, és eltünteti a kellemetlen szagokat, így azokat csak akkor kell kimosni, ha már valóban piszkosak.

A hagyományos mosógépekben a szövetszálak alig felét éri mosó- és öblítőszer mosás közben. Az AEG által fejlesztett **ÖKOMix** technológia az első, ami képes minden szövetszálról egyformán gondoskodni. Az **ÖKOMix** mosógép ugyanis még az előtt teljesen feloldja a vízben a mosó- és öblítőszer, mielőtt az a dobba kerülne. Oldott mosószeres (majd öblítőszeres) vizet permetez a ruhákra, ami így mélyebben jut a szövetszálak közé. A ruhák pedig tökéletesen tiszták, frissek és puhák lesznek, ráadásul a tömény mosószer sem fog foltot hagyni az anyagokon.

Kutatások szerint a vásárlók 87,5 százaléka* olyan szárítógépet szeretne, amelyben biztonság-gal helyezheti kényes ruhadarabjait is. Hogy megfeleljenek a vásárlók igényeinek, a **ProSense®** technológiájú új AEG szárítógépek a töltet méretéhez igazodva állítják be a megfelelő szárítási időt, a páratartalmat és hőmérsékletet pedig szenzorokkal mérik, hogy a szárítás az anyagok típusának megfelelő legyen.

A **SensiDry®** technológiájú modellek a hagyományos készülékekhez képest feleakkora hőmérsékleten is tökéletesen szárítanak, ráadásul ezzel nem növelik meg a szárítási időt. Így nemcsak energiát és időt spórolnak, de megóvják a ruhákat a túlszáritástól is.

Az **AbsoluteCare®** rendszerű szárítógépek újra-definiálják a gyapjú, a selyem és az outdoor ruházat szárításának fogalmát. A szárítógépekben még a gyapjú sem megy össze, a selymet pedig kíméletesebben és kevesebb gyűrődéssel szárítják, mintha az a szabad levegőn száradna. Ugyanez igaz a vízlepergető, szélálló és lélegző anyagokra is: az **AbsoluteCare®** outdoor programja pont úgy állítja be a szárítási hőmérsékletet, hogy ezek a drága, speciális anyagok is kifogástalanul megőrizték funkciójukat.

A tökéletes gondoskodást ráadásul nemcsak az AEG saját tesztjei igazolják. A Procter and Gamble szerint az AEG mosógépei rövidebb idejű és alacsonyabb hőmérsékletű mosóprogramon is tökéletesen feloldják a mosószert, az öblítőszer pedig jobban eloszlatja a mosási ciklus alatt. A The Woolmark Company tanúsítványai pedig igazolják, hogy a gyapjú programokra a ruhacímke szerint csak kézzel mosható anyagok is betehetők.

Az AEG új mosó- és szárítógépei eltérő felszereltséggel és modellváltozatokban kerülnek a hazai boltokba.

Mosógépek:

6000-ES SOROZAT: előtöltős, ProSense® technológiával, elérhető 2016 novemberétől

7000-ES SOROZAT: előtöltős, ProSteam® technológiával, elérhető 2016 augusztusától

8000-ES SOROZAT: előtöltős, ÖKOMix technológiával, elérhető 2016 augusztusától

8000-ES SOROZAT: előtöltős, ProSteam® technológiával, elérhető 2016 szeptemberétől

Szárítógépek:

6000-ES SOROZAT: ProSense® technológiával, elérhető 2016 szeptemberétől

8000-ES SOROZAT: AbsoluteCare® rendszerrel, elérhető 2016 szeptemberétől





Lendületben a piac

A műszaki kereskedelem legtöbb szektora növekedett a második negyedévben

A GfK TEMAX® KUTATÁSA SZERINT A HAZAI TARTÓS MŰSZAKI CIKKEK ÉRTÉKESÍTÉSE AZ IDEI MÁSODIK NEGYEDÉVBEN A TAVALYI AZONOS IDŐSZAKHOZ KÉPEST 10,6 SZÁZALÉKKAL NŐTT, ÉS A TELJES FORGALOM PEDIG 135,3 MILLIÁRD FORINTOT TETT KI. AZ INFORMATIKAI (IT) ÉS IRODAESZKÖZÖK (OE) KIVÉTELEL VALAMENNYI SZÉKTOR TUDOTT ERŐSÍTENI. A LEGNAGYOBBNAK A TELEKOMMUNIKÁCIÓS SZÉKTOR BIZONYULT (TC), AMELY 17,2 SZÁZALÉKOS NÖVEKMÉNYT MONDHAT MAGÁÉNAK.

	Q3 2015 M. HUF	Q4 2015 M. HUF	Q1 2016 M. HUF	Q2 2016 M. HUF	Q2 2016 / Q2 2015 / +/- %	Q1-Q2 2016 M. HUF	Q1-Q2 2016 / Q1-Q2 2015 +/- %
Szórakoztató elektronika	17,972	35,843	18,410	21,676	27.4%	40,086	14.9%
Fotó	2,266	3,402	1,708	2,312	10.2%	4,020	3.9%
Háztartási nagygépek	23,073	33,376	20,533	22,962	15.0%	43,495	12.5%
Háztartási kisgépek	7,465	15,807	8,021	8,063	14.3%	16,084	14.5%
IT	28,913	45,874	24,395	24,193	-10.1%	48,588	-13.4%
Telekommunikáció	46,540	67,489	41,856	50,156	17.2%	92,013	9.2%
Irodatechnika és kellékanyagok	5,890	8,243	6,099	5,953	-8.8%	12,052	-11.0%
GfK TEMAX® Hungary	132,118	210,033	121,023	135,315	10.6%	256,338	4.6%

Szórakoztató elektronika

2016 második negyedéve a hazai szórakoztató elektronikai piacon pozitív eredménnyel zárult: az értékesítési összeforgalom a mért kategóriákban 27,4 százalékos növekedést mutatott. Az értékesítésben a legnagyobb részesedéssel a síkpaneles televíziók kategóriája bír, amely az UEFA 2016 labdarúgó EB hatására kiemelkedő – 40,2 százalékkal – haladta meg az előző évi szintet. A szektor bővülésében része volt továbbá a hangprojektorok, akciókamerák és hordozható audiotermekek piaca.

Fotó

A szektor hazai piacára 2016 első negyedévében 10,2 százalékos bővülés volt jellemző az előző negyedévvél összehasonlítva. Mind a digitális-tükörreflexes készülékek (D-SLR), mind pedig a kompakt-cserélhető objektív fényképezőgépek (MILC) szegmense növekedést realizált. Ugyanakkor a piac nagy részét kitevő

fix lencsés kompakt gépek háttérbe szorítása tovább folytatódott.

Háztartási nagygépek

Kétszámjegyű növekedés látható a háztartásinagy gép-piacon 2016 április-júniusában: a forgalom 15 százalékkal múlta felül a 2015 azonos időszakában mértet elsősorban a beépíthető szegmensnek és a szárítógépeknek köszönhető. Ugyanakkor szinte valamennyi kategória kétszámjegyű bővülést realizált – egyedül a fagyasztók értékesítése csökkent, míg a hűtők csak 9 százalékkal nőtt.

Háztartási kisgépek

A háztartásikis gép-szektor 14,3 százalékkal volt magasabb 2016 második negyedévében, mint az előző év azonos időszakában. A hajvágó árucsoporton kívül – ahol 5 százalékos csökkenés volt látható – minden szépségápolási kategória jól teljesített a vizsgált időszakban: a szájápolási termékek és a szőrtelenítő készülé-

kek kimagasló növekedést produkáltak, de emellett a kávéfőzők piacán is jelentős bővülés volt tapasztalható.

Információs technológia

Az IT szektor 2016 második negyedévében 10 százalékot csökkent 2015 második negyedévéhez viszonyítva. A legnagyobb visszaesést a tabletek szenvedték el teljesítményük 24,3 százalékos visszaesésével. Növekedés csak a monitorok és a billentyűzetek termékcsoportjában volt látható.

Telekommunikáció

Az első negyedév gyenge teljesítménye után a szektor 2016 második negyedévében kétszámjegyű növekedést mutatott és 17,2 százalékkal haladta meg az előző év második negyedévében mért teljesítményét. A prémium okostelefonok (500 eurónál drágábbak) jó szereplésének ellenére a phabletek eladása tovább csökkent és 26,4 százalékkal mutatott alacsonyabb értéket 2015 első negyedévéhez képest.

Dübörög az online szektor

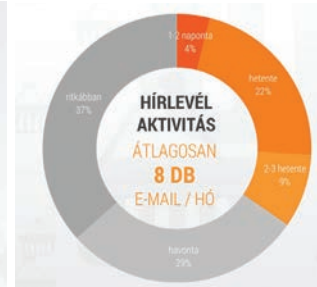
TOVÁBBRA IS TÖRETLENÜL NÖVEKSZIK A HAZAI ONLINE KISKERESKEDELEM. A PIAC AZ IDEI ELSŐ FÉLÉVET 18%-OS BŐVÜLÉSEL ZÁRTA – DERÜL KI A GKI DIGITAL ÉS AZ ÁRUKERESŐ.HU KÖZÖS, ONLINE KISKERESKEDELMI INDEX KUTATÁS-SOROZATÁNAK IDEI HARMADIK FELMÉRÉSÉBŐL.

A teljes hazai online kiskereskedelem forgalma 2016 második negyedévében 15 milliárd forinttal és mintegy harmadával több tranzakciós eredménnyel múlta felül az első negyedév teljesítményét. Ezzel az első félévben – a tavalyi év első feléhez képest összességében csaknem 18%-os bővüléssel – közel 131 milliárd forintos forgalmat érve el. Ebben jelentős szerepe volt a kiemelt sporteseményeknek is. A termék-kategóriák tekintetében a szórakoztató elektronika termékkör generálta a második negyedév legnagyobb bevételét (~11 Mrd Forint), ami közel 46%-os bővülést jelent 2015 második negyedévének forgalmához képest. A kategória növekedésében (mind a kereslet, mind pedig a bővülő kínálat tekintetében) a labdarúgó Európa-bajnokság vásárlásösztönző hatása is megmutatkozott. A nagyobb értékű műszaki cikkek iránti – megnövekedett – kereslet hatással volt az átlagos kosárértékre is, mely a nyár elején megközelítette a 11.200 Ft-ot, szemben a 2015 nyár elején elért 10.000 forintos átlaggal. A növekedés nem állt meg júniusban. A harmadik negyedévben az olimpia és iskolakezdés köré épülő kampányok hatására, várhatóan tovább erősödik a szektor. Az értékesítési volumen növeléséhez nagymértékben hozzájárult különféle marketing eszközök alkalmazása is. A kereskedők körében évről évre egyre tudatosabb és szorosabb a marketinghez fűződő viszony. A fokozódó kínálat- és árverseny miatt, a "felszínen maradás" minden korábbinál jobban függ a megfelelő mennyiségű és minőségű marketing aktivitástól. Ezt a webáruházak is felismerték, melynek eredményeként azok több mint 2/3-ának üzleti tevékenysége már egy előre megtervezett marke-

tingterv mentén működik. A stratégiák között azonban ma még jóval elterjedtebb a kampány-szemléletű tervezés, így a stratégiával rendelkező kereskedők többségénél az egyes eszközöknek és média felületeknek még nincs dedikált költségvetése. A hazai webáruházak – erőforrástól függően – egyszerre átlagosan 4 féle marketing eszközt vesznek igénybe, és ezek segítségével igyekeznek minél nagyobb értékesítési mutatókat elérni. Használati intenzitás tekintetében a legnépszerűbb marketingeszköznek továbbra is az ár-összehasonlító oldalak számítanak. Évről évre egyre többen építik fel oldalukat az aktuális keresőoptimalizálási (SEO) standardoknak megfelelően, miközben továbbra is népszerűek a már-már klasszikus eszköznek számító Google hirdetések is. Az utóbbi egy év során a legnagyobb változás a Facebook tekintetében történt. Amellett, hogy a kereskedők 78%-a már jelen van a legnagyobb közösségi oldalon, egyre többen hirdetnek is a segítségével. Ebben szerepe van annak is, hogy a közösségi platform hirdetéskezelő felülete számos új, vásárlást ösztönző megoldást vezetett be. Ilyen például a képpontkövetésen alapuló konverziófigyelés, az A-B teszt lehetőséget kínáló hirdetéskezelés, és az Instagram hirdetési csatorna is. A bővülő marketing-mix eredménye konverziós mutatóval mérhető, melyből kiderül, hogy száz látogatásra hány tényleges vásárlás jutott. Ebben a tekintetben a piaci átlag jelenleg 2,1 % – azaz 100 látogatás átlagosan 2,1 vásárlást eredményez. Ez a mutató azonban nagymértékben függ az alkalmazott marketing eszközöktől és a forgalmazott termékek körétől is. Utóbbi esetében a számítástechnika szektor jár az élen a maga 2,6%-os arányával.

A PIAC ELSŐ FÉLÉVE

(az előző év első feléhez mérten)



TOP 5 MARKETING ESZKÖZ

(használati intenzitás szerint)

1.	Ár-összehasonlító oldalak	83%
2.	SEO	75%
3.	Google hirdetések	54%
4.	Hírlevél	52%
5.	Facebook hirdetések	49%

A KONVERZIÓKÖVETÉS TOP3 FORRÁSA



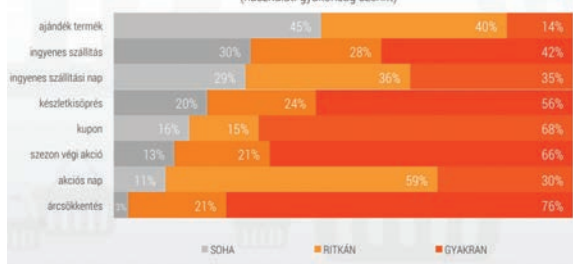
KÖZÖSSÉGI MÉDIA JELENLÉT

(A használat arányában)



PROMÓCIÓS TÍPUSOK HASZNÁLATA

(használati gyakoriság szerint)



AZ ÁTLAGOS KONVERZIÓ





Mit t(v)ehet egy ingyenc

BÁR EGYES SAJTÓHÍREK SZERINT ZAVARBA EJTŐEN NAGY A VÁLASZTÉK A BORHŰTŐKET ILLETŐEN, A PIACI HELYZET NEM EZT TÁMASZTJA ALÁ, SŐT, EGYRE KEVESEBB GYÁRTÓ FOGLALKOZIK A TERMÉKCSALÁDDAL A HAZAI PIACON ÉS A MODELLSZÁMKÍNÁLAT IS MEGCSAPPANT AZ UTÓBBI IDŐBEN.



Érdekes, hogy miért van ez így, hiszen ha azt vesszük, egy belépő kategóriás borhűtő már olcsóbb, mint egy drága bor. Igaz, könnyű ilyen kijelentést tenni, mivel vannak gyűjtők, akik bizony egy jobb családi ház árát is megadják egy ritkább palackért. Ami azonban tény, hogy valóban nem megfizethetetlen már egy kisebb kapacitású modell, nem véletlen, hogy a kínálat nagyobb részét is ezek teszik ki. Az olcsóbb kategóriás borhűtők azonban csak jóindulattal nevezhetők alkalmasnak a bor hosszabb távú tárolására, holott valahol ez lenne a termékcsalád fő funkciója. A páratartalom nem állítható, nincsen levegőkeringetés, és a hőmérséklet is vagy a fehér- vagy a vörösboroknak kedvez, vagyis egy belépő kategóriás modell sok esetben csak arra jó, hogy elmondhassuk, nekünk bizony van borhűtőnk, de a funkcióját nem látja el.

A profik meg a luxus

Nem úgy a nagyobb kapacitású – 50 palack feletti – borhűtők esetében, amelyeknél már mindenféle extra elérhető, például a teljes vibrációmentesség, de ezzel egyenesen arányos az árfekvésük is. Azoknak a gyűjtőknek, akik adnak ugyan a minőségre, de nem gondolkodnak nagy számokban, főleg, pontosan ugyanúgy, mint mondjuk a nyolcpalackos megoldás, ami nélkülöz mindenféle extrát. Vagyis ez a piac valahol továbbra is a „luxusról” szól, csak éppen csinált magának „B” és „C” brandeket, hogy tovább nőjön a prémium értéke, amit azonban csak egy nagyon szűk vásárlóréteg tud megfizetni, illetőleg csak nagyon szűk vásárlórétegnek van valóban szüksége rá. Egy ideig úgy tűnt, hogy a piac kisebb méretű borhűtőivel meg akar szólítani egy olyan réteget, amelyik csak a lakóterének szűkösebb lehetőségei miatt nem ad a minőségre, de nem így van. Tisztelet a kivételnek, a kisebb tárolókapacitás esetében is vannak természetesen olyan modellek, amelyek a nagyok tudását hozzák, de ez arányaiban elenyésző a többihez képest. A szabály ennek a piacnak az esetében is él, hogy abban a márkában nem fogunk csalódni, amely valamely területen már bizonyított a nevével, de a no name márkák sajnos nagyon sok esetben a minimális követelményeknek sem felelnek meg. Olyannyira, hogy az emberben fel is vetődik a kérdés, hogy miért nincsen erre szabályozás, vagyis miért nincsen rögzítve, hogy egy hűtőt milyen paraméterek meglétével nevezhetünk borhűtőnek, mert egy címke miatt egy termék nem lesz az, amiről szólnia kéne.

Bosch KTW18V80

A Bosch borhűtője minden fontosabb technikai megoldással kényezteti a borok szerelmeit, no meg a benne tárolt palackokat. Hőmérséklete $+6^{\circ}\text{C}$ és $+18^{\circ}\text{C}$ között állítható, vagyis fehér- és vörösboroknak egyaránt ideális megoldás. A tökéletes tárolásról olyan megoldások gondoskodnak, mint az UV-védelemmel ellátott ajtó vagy az Air Fresh Filter funkció, amely mindig friss és higiénikus levegőt garantál a hűtőtérben.



Candy CCV 150 EU

A középkategóriában indul a 42 palack bor tárolására alkalmas borhűtő, amely bár különösebb extrákat nem kínál, egész biztosan megtalálja a maga célközönségét. A B energiaosztályú modell rezgésmentes ventilátoros levegőkeverést kínál, hogy mindig friss levegő uralkodjon a hűtőtérben. A baktériummentes hűtésnek köszönhetően akár húzamosabb ideig is eltárolhatók benne a fehér-, rozé- vagy éppen vörösborok.



Caso WineCase 8

A Caso kis méretű borhűtője remek választás mindenkinek, aki szereti megfelelő körülmények között tárolni a borokat, ugyanakkor hely hiányában nagyobb hűtőt nem engedhet meg magának. A 8 palackos modell rendkívül csendes, és vibrációmentes hűtést biztosít, hőmérséklete $+7^{\circ}\text{C}$ és $+18^{\circ}\text{C}$ között állítható, ami ideális a legtöbb bortípus számára. A teljes körű védelem jegyében ajtaja UV-szűrőt kapott.



Dometic A25G

Az abszolút felső kategóriában indítja borhűtőjét a márka, amelynek ára egy középkategóriás használt autóéval versenyzik. A 25 palack tárolására alkalmas modell teljesen vibrációmentesen működik, amiből következik az is, hogy gyakorlatilag zajtalanul. Képes biztosítani az ideális, 60-85%-os páratartalmat, a hőmérséklet pedig $8-18^{\circ}\text{C}$ között szabályozható, a gyártó természetesen az UV-szűrős ajtóról sem feledkezett meg, de ez el is várható tőle.



Rázkódásvédelem

A borok tárolása során különösen fontos a rázkódásmentes környezet biztosítása, ellenkező esetben a felbontás után a bor zavaros lesz, a hosszabb ideig tartó mozgás pedig a minőségét is tönkreteszi. Ezért a borhűtők olyan abszorpciós technológiát alkalmaznak, amely hűtés során teljes egészében kiküszöböli a rázkódást.

Szabályozható páratartalom

Egyes borhűtőknél nem csak a hőmérséklet, de a páratartalom is szabályozható, ezzel is idézve a klasszikus pincék átlagosnál magasabb páratartalmát, amely kedvezően hat a bor „életére”.



Haier WS59GAE

A nagyobb fogyasztókat célozza meg a Haier borhűtője, amely 59 darabos tárolási kapacitásával akár éttermek számára is jó választás lehet. A hat polc 3 zónára oszlik, így külön tárolhatók a fehérborok a rozé- és vörösboroktól. Hőmérséklete $+6\text{ }^{\circ}\text{C}$ és $+18\text{ }^{\circ}\text{C}$ között állítható, ami a legtöbb borfajta számára megfelelő. A védelemről UV-szűrő, szénzsűrő és belső levegőkeringetés gondoskodik, így hosszabb távon is tárolhatók benne a palackok.



Hyundai VIN18

Kisebb lakásokban esztétikai elemként sem utolsó választás a Hyundai 18 palackos borhűtője. Belső hőmérséklete $+12\text{ }^{\circ}\text{C}$ és $+18\text{ }^{\circ}\text{C}$ között állítható, ami inkább a vörösboroknak kínál megfelelő tárolási hőmérsékletet, semmint a hidegebbet kedvelő fehérborok részére. A könnyű elhelyezést öt darab polc segíti, a pontos beállításokat pedig digitális kijelző könnyíti. A megfelelő körülményeket rezgésmentes ventilátoros levegőkeverés biztosítja.



Dunavox DAH-18.65PC

A borhűtőiről ismert márka ezúttal a középkategóriában indítja a 18 palack tárolására alkalmas modelljét. A készülék fa előlapos fémpolcokat kapott, a higiénikus tárolásról pedig egy szénzsűrő betét gondoskodik, amely mindig friss levegőt kínál. A hőmérséklet $+10\text{ }^{\circ}\text{C}$ és $+18\text{ }^{\circ}\text{C}$ -ig állítható, vagyis egyaránt ideális fehér-, rozé- és vörösborok számára is. Az A energiasztályú hűtő ajtaja a napfénytől is véd.



Klarstein Piccola Reserva 8

Kicsi, de mindenképpen stílusos darab a Klarstein borhűtője, köszönhetően mindenekelelt a kék színű belső megvilágításnak. A 3 valódi fapolccal rendelkező modellben nyolc palack tárolható, így valóban mindenekelelt dizájnértéke van a készüléknek. A borhűtő $8\text{ }^{\circ}\text{C}$ és $18\text{ }^{\circ}\text{C}$ közötti hőmérsékletűre képes lehűteni a palackokat, így elsősorban a vörösborok kedvelői lelhetik benne örömeiket.

Szénzsűrő

A beépített szénzsűrő természetes védelmet nyújt, ha a borhűtő olyan helyiségben üzemel, ahol az illatok, szagok negatív hatással lehetnek a borra, vagyis a különböző nem kívánatos illatanyagokat szűri ki borhűtő belsejéből.

UV üveg

A bor nagyon érzékeny a természetes fényre ezért vagy sötétített üvegajtóval, vagy jobb esetben UV szűrős ajtóval vannak ellátva. Ez utóbbi kiszűri a nap káros sugárzását és védi a borokat, hogy azok minél tovább megőrizték eredeti minőségüket.

A Whirlpool bemutatja új Grand Side by Side - amerikai típusú hűtő-fagyasztóját



Akár 23 bevásárlószatyor¹ tartalma is elfér a hatalmas, 620 l-es, rugalmasan pakolható belső térben!

A Whirlpool piacra dobta az új szabadonálló **Grand Side by Side** amerikai típusú hűtő-fagyasztót, amely új dimenziót nyit az ételek tárolásában, és innovatív technológiákkal biztosítja, hogy a friss és a fagyasztott ételek hosszú ideig tárolhatók legyenek. A készülék vonzó megjelenésének és átgondolt „Xlent Fit”, azaz tökéletes illeszkedésű kialakításának köszönhetően a modern konyhák stílusos kiegészítője. Az új hűtő-fagyasztó ezenkívül fejlett helykihasználási megoldást biztosít, belsejében több étel fér el rendezetten és jól láthatóan – mely tökéletesen megfelel napjaink életstílusának.

„A modern, rohanó életmód miatt mindannyian egy kicsit több időt, helyet és szervezettséget szeretnénk, hogy azt csinálhassuk, amire vágyunk. A konyhában – amely a családi otthon lelke – ez még fontosabb, és nincs még egy készülék, amely nagyobb segítségünkre lenne, mint a hűtő-fagyasztó. Ha több a tárolóhely, akkor ritkábban kell vásárolni, amivel értékes időt takaríthatunk meg, és mindig sokféle friss, egészséges étel van otthonunkban. Ha az ételt hosszasan akarjuk tárolni, az mindig kihívást jelent – gondoskodni kell arról, hogy az étel friss maradjon és minden a helyén legyen, így semmi se vesszen kárba. A Whirlpool hűtő-fagyasztó magától értetődő és hatékony tárolást biztosít, így jól kihasználható, ez pedig egyszerűbbé teszi az életet.” - mondta Maurizio Tursini, a Whirlpool EMEA hűtési üzletágának vezetője

A Whirlpool új **szabadonálló Grand Side by Side** amerikai típusú hűtő-fagyasztója egy egyajtós hűtőből és egy egyajtós fagyasztóból áll. Fejlett helykihasználási megoldást kínál, így még több étel fér bele, a benne lévő dolgok pedig rendezettek és jól áttekinthetőek. A hatalmas, 620 l-es, rugalmasan pakolható belső térbe **akár 23 bevásárlószatyor tartalma elfér!²**

A **6. Érzék FreshControl** technológiával rendelkező hűtő pontos hőmérséklet- és páratartalom szabályozást biztosít, hogy az étel mindig tökéletes állapotban legyen, hosszabb ideig friss maradjon. A **FreezeControl technológia** kiküszöböli a fagyasztás miatt keletkező kiszáradt foltokat azáltal, hogy a hőmérséklet ingadozás gyakoriságát akár 50 százalékkal csökkenti.³

Amellett, hogy belül több a hely, a **szabadonálló Grand Side by Side** külsejét tekintve is jól illik a konyhába: a kettő az egyben készülék letisztult vonalvezetésének köszönhetően nem csak a modern konyha stílusához illeszkedik, de helykihasználás szempontjából is kedvező. A Whirlpool **Xlent Fit, Tökéletes Illeszkedés** kialakításnak köszönhetően a hűtő-fagyasztó 120 cm-es helyet foglal el. Mivel 0 cm a rés az új ajtók, illetve a fal és bármely más konyhai berendezés között, az új Grand Side by Side bárhol könnyen elhelyezhető. Az ajtó külsején lévő zsanérok állíthatók, kiválóan biztosítják az ajtók finom nyitását emellett jól illeszkednek a konyha stílusához. Ezáltal biztosított a készülék rugalmas elhelyezhetősége, tehát fal mellé, de akár sarokba is, és pontosan illeszkedik más konyhai berendezésekhez – a sima, szögletes ajtók pedig modern megjelenést kölcsönöznek a hűtő-fagyasztónak. A készülék egy valóban sokoldalú megoldás, különösen azoknak, akik mozgalmas életet élnek, és szeretnek ritkábban, nagyobb bevásárlásokat tartani, és kedvelik a kivételesen szép külső megjelenést. Intuitív és különlegesen szép külső megjelenése mellett a szabadonálló Grand Side by Side könnyen elhelyezhető, praktikus kerekkel rendelkezik, amelyek segítségével könnyen és gyorsan mozgatható, anélkül, hogy megkarcolná a padlót.

Innovatív jellemzőinek, kiváló teljesítményének és vonzó, rugalmas belső és külső kialakításának köszönhetően a Whirlpool szabadonálló Grand Side by Side hűtő-fagyasztója még több pakolóhelyet biztosít a konyhába, és egyszerűbbé teszi életét.

A Whirlpool Grand Side by Side hűtő fehér és inox színben júliustól elérhető a magyar piacon is! Termékek: SW6 AM2Q W és UW6 F2C WB, SW8 1Q W és UW8 F1C WB N, SW8 AM2C XR és UW8 F2C XBI N



¹ 30x30 cm-es bevásárlószatyorról számolva.

² Az SGL Prüf- und Zertifizierungs GmbH nevű független intézet által végzett, a Freeze Control technológiával rendelkező Whirlpool fagyasztókat Freeze Control technológiával nem rendelkező fagyasztókkal történő összehasonlítás eredményei alapján.

³ A Whirlpool teljes NoFrost hűtőivel összehasonlítva. Mindig vegye figyelembe a megadott lejáratí időt. Az SGL Institute által végzett teszt szerint.



Liebherr WKes 4552

A Liebherr borklímaszekrénye a GrandCru-nek elkeresztelt legmagasabb felszereltségi kategóriába tartozik. Rozsdamentes acélháza és frontja UV-szűrős, sötétített üvegajtóval zárul. Tökéletes megoldás, ha hosszabb ideig vagy nagyobb borkészleteket kell tárolni megfelelő hőmérsékleten. A készülék 201 db 0,7 literes palackot képes tárolni 435 literes belső terében. A hat természetes fából készült polcot LED-ek világítják meg, a levegőt aktív szén-szűrő rendszer tisztítja. A digitális kijelzővel a készülék könnyen vezérelhető.



Liebherr WKr 4211

A teli ajtó legfőbb előnye az üvegajtóval szemben a szigetelése. Az ilyen készülékek energiafogyasztása alacsonyabb. A WKr 4211 borklímaszekrény a borhűtők között kiemelkedőnek számító A+ szintet éri el. Igaz, a tárolt borokat nem látjuk az ajtó kinyitása nélkül, de egy borklímaszekrélynél, ahol a hosszú távú tárolás az elsődleges szempont, ez annyira nem is fontos. A készülék ajtaja bordói vörös színű, háza fekete. A hat fapolcon 200 bordói palackot tárolhatunk.



Liebherr WKt 6451

A GrandCru fokozatú WKt 6451-es borklímakészülékben a hőmérséklet a felső és alsó polcokon külön állítható be. A készülékekben alkalmazott különleges technológia hatására ún. hőmérsékleti zónák alakulnak ki. Míg a felső részen beállított +18 °C a vörösborok, addig az alsó +5 °C állandó hőmérsékleten tartott részben a fehérborok vagy a pezsgők tárolhatóak. Az alsó és felső részekhez beállított hőmérsékletek zárt ajtó mellett a digitális Magic Eye kijelzőn módosíthatóak.



Miele KWT 6834 SGS

Kétségtelenül a prémium kategóriában startol a Miele borhűtője, ami minden olyan funkcióval fel van szerelve, amit egy gasztromodellnek tudnia kell. Akár 178 palack is tárolható benne, természetesen a hűtőréss több zónára oszlik, így külön kerülhetnek a fehér-, rozé- és vörösborok. Az ideális körülményeket az Active Air Clean szűrő, az UV-szűrő és a levegőkeringetés biztosítja. A tárolás vibrációmentes és a zajszintje mindössze 37 dB.

Ventillátoros levegőkeverés

Folyamatosan friss levegőt biztosít a borhűtő belsejében. Hátránya, hogy a ventilátor működése alacsony alapzajt eredményez.

Zónánként állítható hőmérséklet

Más hőmérsékletet igényel a fehér, a rozé és a vörösbor, ezért a jobb borhűtők kettő vagy három hűtési zónával rendelkeznek. Sok modellnél a hőmérséklet nem állítható viszont úgy oszlik el, hogy lent hidegebb van, fölfelé pedig folyamatosan melegszik.

Ami jár, az jár

Bortemperálással a megfelelő tárolásért

A TEMPERÁLÁS A LATIN TEMPERARE SZÓBÓL SZÁRMAZIK, AMELYNEK JELENTÉSE: MÉRSÉKELNI, FINOMÍTANI, BEÁLLÍTANI. A SZÓT A GASZTRONÓMIA TÖBB TERÜLETÉN HASZNÁLJÁK, MÉGIS TALÁN A BOR TÁROLÁSÁVAL KAPCSOLATBAN ISMERIK A LEGTÖBBEN. NAGYON LEEGYSZERŰSÍTVE ARRÓL VAN SZÓ, HOGY MEGFELELŐ HŐMÉRSÉKLETET BIZTOSÍTANI A PALACKOK SZÁMÁRA.



Ha nem pincében tartjuk a palackokat, akkor kétféle változatban lehetséges a borok otthoni tárolása temperálókészülékekben vagy pedig borklí mákban. Ez utóbbi az egyszerűbb megoldás, mégis ezt szokták ajánlani a borok hosszabb ideig tartó tárolására. Mindenekelőtt abban különböznek a temperálókészülékektől, hogy csak egy beállítható hőmérsékleti zónával rendelkeznek, amiért kifejezetten egy-egy borfajtának nagyobb mennyiségű tárolására ajánlják őket. Arra tervezték őket, hogy egy bizonyos hőmérsékletet, viszont azt fixen és hosszú távon biztosítsanak. Ezzel szemben a bortemperáló berendezések a hűtőn belül több hőmérsékleti zónát kínálnak, ezzel több borfajta – vörös-, rozé-, fehér- és pezsgőborok – egyidejű tárolását teszik lehetővé a megfelelő fogyasztási hőmérsékleten.

Friss levegő és Celsiusok

Gyártónként vannak ugyan eltérések, de általában a felső zónában a vörösborokat 18 Celsius-fokon, az alsó zónában pedig a fehérborokat

vagy pezsgőket 5 Celsius-fok körül szokták tárolni. Persze ez csak a belépő és középkategóriás készülékekre igaz, mivel a magasabb árfekvésű modellek – ez a mérettől nagyban függ – három zónát is kínálnak, a zónák hőmérséklete pedig gyakran egyénileg programozható. A megfelelő hőmérséklet biztosítása azonban csak az egyik elvárás a bortemperáló készülékektől. A tárolás során ugyanis a borban kémiai, fiziko-kémiai és mikrobiológiai folyamatok mennek végbe, amelyek eredménye – egyebek között – a tárolás feltételeitől és körülményeitől is függ. Ezért a tiszta, friss levegő biztosítása legalább annyira fontos, mint a megfelelő hőmérséklet. A legtöbb bortemperáló ezért levegőkeringtetést is biztosít, valamint szén vagy egyéb technológiával dolgozó levegőszűrőkkel vonja ki a hűtőtérből a baktériumokat és a nem megfelelő szagokat. A komolyabb modellekben pedig a megfelelő páratartalom is beállítható, ezt leggyakrabban lávaköves megoldással érik el.



Az optimális hőmérsékletek

Pezsgő: 6–8 °C

Száraz fehérbor: 8–10 °C

Rozé: 8–10 °C

Félédes fehérbor: 10–12 °C

Tokaji aszú: 10–12 °C

Fiatalkorú vörösbor: 12–14 °C

Idősebb vörösbor: 14–16 °C



A Braun visszatért!

A német Braun márka, amely immár több mint 90 éve közismert a műszaki újításainak és a kiváló formatervezésű termékeinek köszönhetően, az idén ősszel a botmixerek új termékcsaládjával érkezik a magyar piacra.



A Braun márka a mai vásárlók igényeit kívánja kielégíteni, akik a lehető legkülönbözőbb ételeket és italokat kívánják gyorsan és megbízhatóan elkészíteni. Számukra készültek a botmixerek új termékcsaládjai, amelyek a tartozékok széles skáláját kínálják. Tehát nem csupán egy egyszerű botmixerről van szó, hanem a sokféle és sokoldalú tartozékoknak köszönhetően egy univerzális és megbízható konyhai eszközről, ami időt takarít meg.

A legkisebb részletekig alaposan átgondolt Braun termékek tervezése és fejlesztése a német minőségi szabványokkal összhangban folyik, tehát a jól ismert német pontosság szemléltetői. Műszaki újítások, a használatra összpontosító formatervezés, időtálló és megbízhatóság – mindezek a kifejezések a márka színvonalává váltak, és a vásárlók mindennapjait könnyítik meg.

Multiquick 7

Ennek kiváló példája a botmixerek új termékcsaládja, a Multiquick 7. Az újításnak számító „Smart Speed” nyomógomb segítségével a sebesség folyamatosan szabályozható – hasonlóan működik, mint az autó gázpedálja. Az intuitíven kezelhető nyomógomb segítségével a készülék működése alacsony sebességgel

indítható, és szükség szerint akár gyorsabb sebesség állítható be vele. A nyomógomb ergonomikus kialakításából kifolyólag a készülék tartása biztonságos, a sebesség a mutatóujj segítségével folyamatosan szabályozható, így pontos erőátvitel érhető el. A vásárló ezáltal idővesztés nélkül, csupán a nyomógomb benyomásával meg tudja szabni, hogy a feldolgozandó alapanyagokat finomra vagy durvára kívánja pépesíteni, aprítani vagy őrölni.

Minden Braun botmixernek tartós, kompakt és csendes üzemmódú DC motorja van, amelyet Németországban gyártanak. A Multiquick 7 termékcsalád 750 watt teljesítménnyel büszkélkedhet, ezért rendkívül könnyen aprítja fel a legkeményebb alapanyagokat, aprítja a jeget, és gyúrja a tésztát. Ezenfelül a Braun botmixerek lába szabadalmaztatott kialakítású mixelőfejben végződik, ez az ún. PowerBell. A mixelőfej egyedi alakjának és az ultra kemény acélkéseknek köszönhetően nem fröccsen ki a feldolgozott alapanyag, és nem jön létre az ún. „hurrikán-effektus”, azaz a folyadék nem ömlik ki az edényből vagy a fazékból. Pontosan ez az egyedi szabadalom teszi lehetővé, hogy közvetlenül a tűzhelyen álló főzőedényben pépesíthetjük a forró levest vagy pürét.

A Braun botmixerek tartozékai



Habverő

Habbá veri a tejszínt és a tojásfehérjét



350 ml űrtartalmú aprító

Kisebb mennyiségű alapanyagot aprít fel néhány másodperc alatt



500 ml űrtartalmú aprító

Nagyobb mennyiségű alapanyagot aprít fel néhány másodperc alatt



1,25 l űrtartalmú több-

funkciós edény – Asztali turmixgép, jégaprító, aprító. Nagyobb mennyiségű alapanyagot pépesít, aprít és darabol néhány másodperc alatt



1,5l űrtartalmú többfunkciós feltét

Aprít, szeletel, reszel, sőt tésztát is dagaszt néhány másodperc alatt



A **Braun Multiquick 7** termékcsalád keretén belül hat modell kapható, amelyek a tartozékok összetételében különböznek.



MQ785 Patisserie Plus



MQ775 Patisserie



MQ745 Aperitive



MQ735 Sauce



MQ725 Omelette



MQ700 Soup

Multiquick 5

A Multiquick 7 termékcsalád mellett a magyar piacon szintén új termékcsaládnak számít a Multiquick 5. A termékcsalád alapja egy ergonómikus kialakítású, tehát az apró női kézhez tervezett, extra könnyű botmixer. Két sebességfokozata van (alapsebesség és turbó sebességfokozat) és vékony, acél lába. A Multiquick 5 termékcsaládba öt alpmo-
dell tartozik, amelyek a tartozékok összetételében különböznek.

A Braun botmixerek a kínálatban szereplő különféle tartozékokból kifolyólag, amelyek skálája a habverőtől a többfunkciós, dagasztókarokkal ellátott feltétig terjed, valóban egyedülállóak a magyar piacon. Minden tartozék önállóan is megvásárolható, kétféle – fehér és fekete – színváltozatban, és a Multiquick 5 és 7 termékcsaláddal kompatibilis (a régebbi Multiquick 5 és 7 termékcsaládokat is beleértve).

Silk'n Glide Infinity 40 0000



Nem kevesebb, mint 400 000 villanás, ennyit garatál a Silk'n Glide végleges szőrtelenítője, amelynek használatával a hölgyek és lányok megszabadulhatnak a nem kívánt szőrszálaktól. Minden testrészén használható, úgymint arc, hónalj, láb, comb, has, hát, kar, bikinivonal stb. A modell a forradalmi IPL (HPL) villanófény-technológia továbbfejlesztett változatát, a bőrpórusok kitágításával dolgozó eHPL-t alkalmazza a még nagyobb hatékonyság jegyében. A teljes test kezelése csupán 20 percig tart, és pár alkalom után garantált az eredmény.



Braun Satin Hair 7

Kifejezetten a festett haj védelmére fejlesztette a Braun a hajszárítóját, amely megakadályozza a hő okozta károsodást és optimális védelmet nyújt a haj számára még maximális teljesítmény mellett is. Ionfűvőkája szaténionok millióit szabadítja föl és irányítja hatékonyan a hajszálakra. Ezek azonnal leredukálják az elektrosztatikusságot és a sűrűdést, és rögtön megkezdik a haj fényének és simaságának a helyreállítását. A modell a szárításhoz 3 hő- és 2 sebességfokozatot kínál.

Braun Silk-épil 9

A Braun epilátora még azokat a rövid szőrszálakat is eltávolítja, amelyekkel a gyanta sem birkózik meg, sőt a gyártó mérései szerint a bőrradírozó kefe teljesítménye hatszor hatékonyabb, mint a kézi bőrradírozásé, így eredményesebben csökkenti a szőrbenövét is. A MicroGrip csipesztechnológia a legrövidebb, 0,5 milliméternél kisebb szőrszálakat is eltávolítja, a radír pedig percenként 3000 mikrozörgést végez. Precíz kialakításával finoman követi a test kontúráját, így a kényesebb helyeken is hatékonyan dolgozik.



Philips S738/17



A Philips három az egyben készülékével a sima arcbőr, a méretre igazított borosta és a csupasz test egyaránt elérhető, akár zuhanyzás közben is, mivel a modell teljesen vízálló. A piaci átlaghoz képest egészen jó, 40 perces vezeték nélküli használatot biztosít, mindössze egyórás töltéssel. A körkörösén forgó kettős borotvatartozék kíméletesen végzi a borotválást, így a gyengébb bőrű férfiak is partnerre találhatnak benne. Szakállvágás esetén öt különböző hosszúság választható ki az 1 mm-től az 5 mm-ig.



BaByliss iPro 230

A márka hajvasalója valóban mindent megtesz az egyenes hajért, ennek jegyében a modell még gőz funkciót is kapott, hogy megóvja a haját a káros hőhatástól, és étellel telt, egészséges hatást érjen el. Ezt támogatja az ionizáló funkció is, amely csökkenti az elektrosztatikus töltést, így nem száll a haj a szárítás után. A hőmérséklet szabályozása tíz fokozaton 170 és 230 °C-fok között lehetséges, a maximumra való felmelegedési ideje pedig 90 másodpercet vesz igénybe.

Bosch PHD5767



A négyszeres ionizáló funkció az extraszéles sávban áramoltatja a hajra az ionokat, antistatikus hatást keltve, hogy a frizura még fényesebb és egészségesebb legyen. A két sebesség- és három hőmérséklet-fokozat gondoskodik róla, hogy a törekenyebb hajszálak is kíméletesen legyenek szárítva, a frizura precíz kialakítását pedig a diffúzorfej és a hideglevegő-gomb segíti. A biztonságos használatról a túlmelegedés elleni védelem gondoskodik.

Remington AS7051



A többméretű keféknek köszönhetően kisebb, közepes és nagyobb hullámok is kialakíthatók a Remington 1000 watt teljesítményű hajformázójával, ami nemcsak létrehozza, de védi is a frizurát. Erről az antistatikus hatás, a kerámia- és a turmalin-technológia gondoskodik. A két hőmérséklet- és sebességfokozat mellett természetesen hideglevegő-funkciót is kapott a modell a göndör fűtők minél könnyebb rögzíthetőségéért.

Szépségkirálynők versenyben

A szépségápolás az a piac, amit sosem kellett féltetni, vannak termékcsaládok, amik akkor sincsenek bajban, ha már az alap elektronikai cikkek is abban vannak, a hiúság ugyanis az egyik legnagyobb motiváció, ami vásárlásra készteti az embereket. Ez persze a piaci versenyzőknek nem könnyíti meg a dolgát, hiszen valóban nagy a verseny, és aki gagyit vagy nem megfelelő ár-érték arányban árul, az könnyen lehet, hogy hamar eltűnik az offline és online áruházak polcairól. A fejlesztéseket illetően sem könnyű nyeregben maradni, gondolunk itt arra, hogy a nagy márkák rendszeresen diktálják az ütemet a különböző innovációkkal, amit nem árt, ha a kisebb brandek is követnek. Ki gondolta volna például egy-két évvel ezelőtt, hogy a hajszárítóknál is megjelenik a szenzortechnológia? Pedig így van, és ez csak egy példa a sokból.

Hauser HR-315



Mind esztétikai, mind ergonómia tekintetében remekül sikerült a Hauser hajformázója, főleg, ha valaki szereti a fiatalos és vidám megjelenést. Az élénkzöld és a fekete szín kettőse ezt hivatott garantálni. A technológiát illetően is követi az új trendeket a remek ár-érték arányú modell, ennek jegyében a hideg levegős rögzítés mellett ionizáló funkciót is kapott, hogy ne csak fix, de egészséges is legyen a göndör frizura.

Imetec Bellissima BHS 1100



Az új generációs automatikus forgó hajformázóval könnyen és gyorsan lehet megvalósítani a legtöbbféle frizurát, legyen az egyenes, göndör vagy hullámos. Elég a tincset befogni a hajformázóba, és az automatikusan forgó melegített henger dinamikus mozgásával elvégzi a formázást tincsről tincsre. Hőmérséklete digitálisan szabályozható és 120 °C-210 °C-fok között 10 fokozatban állítható. A biztonságos használatról az automatikus kikapcsolás, a hőálló csúcs és a védőburkolat gondoskodik.

Grundig MC-9540



A Grundig haj- és szakállvágója akár zuhanyzás közben is használható, hiszen teljesen vízálló kialakítást kapott. A külsín tekintetében is csinos modell kerámiapengéivel hatékonyan, ugyanakkor kíméletesen vágja a haj és szakáll szálait. A vágási hossz 1,5 és 8 milliméter között állítható, a vágási szélesség pedig 40 milliméter, így gyorsan lehet dolgozni vele. Akkumulátoros és hálózati működés egyaránt lehetséges vele.



Panasonic ES-ED96

A Panasonic epilátora szonikus vibrációval teszi tisztává a bőrt, szőreltávolító tárcsája pedig a legrövidebb szőrszálakat is hatékonyan tünteti el. A hatvan fokban elfordítható fej a nehezebben megközelíthető helyekhez is kényelmesen odafér. A modell az egész testen használható, és száraz, illetőleg nedves használatot is lehetővé tesz. Vezeték nélkül harmincperces használatot biztosít egyórás töltési idővel.



Zelmer SH 2010

A gyártó nem a borotvairól híres, de azért ezzel a termékcsaláddal is jelen vannak a piacon. Az ergonomikus formatervezésű és csinos készülék három sebességfokozaton aprítja a szőrszálakat, a nagyobb szőrzethez pedig trimmelőfej is tartozik. A soros rendszerű modell töltési ideje egy óra, ami 40 perces használatot eredményez. Sajnos nem vízálló, és így csap alatt sem tisztítható, de ezzel talán még ki lehet békülni.



Wahl 79305-1316

A profi termékeiről ismert Wahl otthoni felhasználásra szánt terméke nem hazudtolja meg a fodrászszalonokban működő társait, legalábbis ami a motor minőségét illeti. Az önéléző, magas széntartalmú acél precíziós pengéknek köszönhetően hosszú távon biztosít használatot 1 és 3 milliméter közötti méretben. A precíziós trimmernek köszönhetően a kontúrok is pontosan vágathatók. A hosszúság karral szabályozható.



Rowenta Aquaperfect Shaving EP9124D0

Még a 0,5 milliméternél rövidebb szőrszálakat is eltávolítja a Rowenta ergonomikus formatervezésű epilátora, amely 24 precíz forgótárcsát és 24 masszírozógömböt használ a fájdalom csökkentésére. A bőr további kímélését a Wet & Dry rendszer szolgálja, amely lehetővé teszi a víz alatti használatot, ellazítva ezzel a bőrt. A két sebességfokozatban működő modell akkumulátoros és vezetékes használatra is alkalmas.



Sencor SMS 3013RD

Egy dolgot nem lehet elvitatni a Sencor borotvájától, mégpedig hogy trendi, nehéz eldönteni, hogy egy külső merevlemezre vagy inkább egy piperetartóra hasonlít-e jobban, de mindenképpen jól néz ki. A külső merevlemez azért lehet találhatóbb, mert USB-csatlakozón keresztül számítógépről is tölthető az akkumulátor, amely egyébként 45 perces működési időt biztosít. A rezgőkéses borotvarendszer nagyon csendes, akár éjszaka is használható.



Valera Eco Power Pro

A professzionális termékeiről ismert márka otthon is remekül teljesít, ahogy ezt jelen energiatakarékos hajszárító is alátámasztja. Előnyei között szerepel mindössze 370 grammos súlya, ami korántsem elhanyagolható tényező, ha valakinek valóban hosszú haja van és nem öt percig tart nála a hajszárítás. A hatféle sebességfokozatban is állítható modell ionos technológiával dolgozik, ezzel is frissítve és védve a hajszálakat.



Panasonic ES-WH80-P803

A Panasonic is felvette az IPL technológiával dolgozó, azaz tartós szőrtelenítést biztosító termékeket a soraiba. Jelen modell 600 villanást kínál percenként, és az egész testen kíméletesen használható. Fontos tudni, hogy használat előtt meg kell borotválkozni, hogy a villanófények valóban eljussanak a szőrtüszőkhöz, és kiegészítsék azokat a helyükről, ezzel érve el a tartós szőrtelenítést. A modell vezeték nélkül használható.

Severin HS 0781

Egy orrszőrvágó túl sok technikai specifikációt nem tud felsorakoztatni, így nem is könnyű eldönteni, hogy akkor ez most a belépő, a közép- vagy a felső kategóriában indul-e, már ha az utolsó egyáltalán létezik a termékcsaládnál. A Severin készülékén azonban mindenképpen látszik, hogy inkább felfelé pozicionálja magát. Az elemes készülék biztonságos használatot kínál, és a rozsdamentes acélpengéknek köszönhetően nemcsak hatékonyan, de gyorsan is végez a nemkívánatos szőrszálakkal.



ETA 1341

A belépő és középkategóriában dolgozó gyártó orrszőrvágója kiváló megoldást kínál az orrszőr eltüntetésére, de a fül nemkívánatos szőrzetének sem kegyelmez. Az elemes modell biztonságos használatot kínál, és a rozsdamentes acélpengéknek köszönhetően nemcsak hatékonyan, de gyorsan is végez a nemkívánatos szőrszálakkal. Tisztítani könnyű, de csap alatt nem lehet, mivel csak szárazon használható a modell.



Moser 5640-1801

Ha lehet egy orrszőrvágó elegáns, akkor a Moser készüléke bizonyosan az, köszönhetően fekete színének és karcsú, csak az elegancia jegyében meghosszabbított méretének. Mintha csak nyújtózkodna a szőrszálak felé, amit aztán rozsdamentes pengéivel gyorsan el is tüntet. Több is, mint egy sima orrszőrvágó, hiszen kiegészítő feltételeivel az arc kisebb vagy gyengébb szőrzete is szőrteleníthető.



EMBER ÉS TECHNOLÓGIA

MAGÁTÓL ÉRTETŐDŐEN NEM EGYFORMÁN VISZONYULUNK A FEJLŐDÉSÉHEZ, AZ INNOVATÍV TECHNOLÓGIÁKHOZ, TECHNIKAI VÍVMÁNYOKHOZ. AZ EGYÉNI JELLEMZŐK MELLETT A KOR ÉS NEM SZERINT IS ELTÉRÉSEK VANNAK E TEKINTETBEN, S NOHA KÉTSÉGTELEN, HOGY A FIATALOK ÉS A FÉRFIAK NYITOTTABBAK AZ ÚJDONSÁGOKRA KORÁNTSEM ANNYIVAL, MINT AZT FELTÉTELEZZÜK. A SAMSUNG NEMRÉGIBEN KÖZZÉ TETT FELMÉRÉSE ERRE VILÁGÍTOTT RÁ.

Elfogadott nézet, hogy technológiai berendezések és kűtyük, valamint a hozzájuk kapcsolódó innovatív szolgáltatások inkább a férfiak érdeklődését keltik fel jobban, ők alkotják ezek legfőbb vásárlókörzönégét. A Samsung 18 európai országot érintő, 10 ezer megkérdezett bevonásával készült felmérése azonban igencsak árnyalja a képet, és számos különös ellentmondásra világít rá a nők és a technológia kapcsolatában.

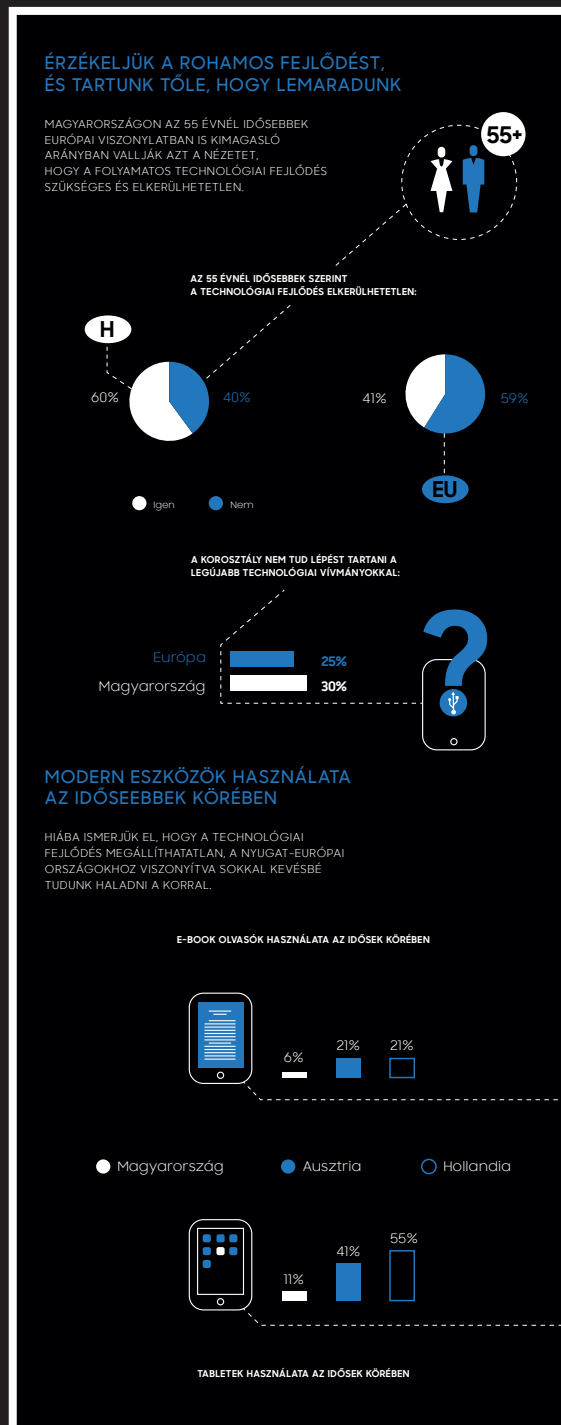
Egészen a 65 év feletti

korosztályig a magyar nőket jobban érdeklik a technológiai újítások (32 százalék), mint a férfiakat (26 százalék). Ez az adat nagyjából megegyezik az európai átlaggal, annyi különbséggel, hogy ott 55 éves korig érdeklődőbbek a nők, utána már a férfiakat izgatja jobban a technológia világa. Mindez összefüggésben van azzal is, hogy bármelyik korosztályt vizsgáljuk is, a nők nagyobb százalékban választák, hogy az élet minden területén élvezik a technológia vívmányok előnyeit. A 16-24 éves korosztályban a legszembetűnőbb a különbség (férfiak 3 százaléka, nők

20 százaléka), ami a kor előre haladtával mérseklődik, de még

65 év felett is kétszer annyi nő érzi így, mint férfi. Érdekes adat, hogy a nők sokkal jobban félnek attól, hogy nem tudják tartani a lépést a technológia újdonságokkal, mint a férfiak. 16 és 54 éves kor között háromszor annyi nő válaszolta azt, hogy úgy érzi, nem tudja nyomon követni a technológiai fejlődést, mint férfi. Újabb fordulat, hogy 55 év felett viszont már több férfi aggódik emiatt, Európában ez csak a 65 éves kor felett következik be. Hiába az élenkebb érdeklődés és a technológiai vívmányok nyújtotta előnyök nagyobb fokú kihasználása a mindennapokban, a nők valahogy mégis gyakrabban kényszerülnek füllenteni azzal kapcsolatban, hogy értenek-e bizonyos technológiai

szakkifejezéseket. A megkérdezett magyar nők 11 százaléka mondta, hogy hetente legalább egyszer, de inkább többször elfordul vele ilyesmi, a férfiak 7 százalékaival szemben. Ennél valamivel rosszabb az arány olyan speciális helyzetben, mint például egy állásinterjú: a megkérdezett magyar nők 11 százaléka mondta, hogy füllesztéssel igyekezett tájékozottnak tűnni ezen a téren, míg a férfiak 5 százaléka került ilyen helyzetbe. Nyugat-európai országokkal összevetve: Belgiumban a férfiaknak és a nőknek is csak 6 százaléka próbálta így leplezni hiányos technológiai ismereteit, Dániában az arány még ennél is kisebb, férfiaknál 3, nőknél 2 százalék. Nem véletlen, hogy a hölgyek olykor túlozni kénytelenek az ismereteiket illetően, ugyanis a magyar nők ötödének akad gondja valamilyen technológiával kapcsolatos művelet kapcsán. Egy film vagy zene letöltése például 21 százaléukon fogott már ki, míg a férfiaknál ez az arány csak 8 százalék. Nemzetközi szinten mindez hasonló gyakorisággal fordul elő a két nemmel (Ausztriában a férfiak és nők 6 százaléka, Hollandiában a férfiak 6, a nők 7 százaléka okozott ez gondot). Ezen a téren is a bolgárok adatai hasonlítanak a mieinkre leginkább, ahol a nők 19 százaléka járt már így a férfiak 10 százalékaival szemben. Ennek ellenére a hölgyek is használják a technika vívmányait. A legújabb technológiai irányt képviselő viselhető okoseszközökkel például már a magyar nők 8 százaléka rendelkezik, így alig vannak elmaradva a férfaitól, akiknek 10 százaléka használ ilyen kütyüt. Ez a különbség az egyes nyugat-európai országokban még sokkal szembetűnőbb: 10 és 2 százalék Ausztriában, valamint 9 és 2 százalék Hollandiában, a férfiak javára. A kor szerinti megoszlás eredményei azonban már nem ennyire meglepők. A magyar 55 évnél idősebb korosztály nagyon is tisztában van vele, hogy a fejlődés megállíthatatlan: a kutatásban résztvevők 60 százaléka nyilatkozta, hogy a technológiai fejlődés elkerülhetetlen, ami bőven meghaladja az európai 41 százalékos átlagot. Érzékelik tehát a tendenciát, hogy rohamléptékben jelennek meg újabbnál újabb eszközök és szolgáltatások, viszont az európai átlagnál (25 százalék) némileg jobban tartanak attól, hogy lemaradnak azok megismeréséről és mindennapos használatáról (30 százalék). Hiába ismerjük el, hogy a technológiai fejlődés megállíthatatlan, a nyugat-európai országokhoz viszonyítva sokkal kevésbé tudunk haladni a korrallal. A könyvpiacot és az olvasást is jelentősen átalakító e-book olvasók és a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatások nagyon kis mértékben terjedtek el a magyar 55 évnél idősebb korosztály körében. Míg itthon az ebbe a korcsoportba tartozók mindössze 6 százaléka rendelkezik ilyen eszközzel, addig például az ausztriai vagy holland idősök 21 százaléka. A tabletek esetében még szembetűnőbb a különbség: még mondjuk a holland idősök 55, és az osztrákok 42 százaléka élvezi ennek az újkeletű mobilkészüléknek az előnyeit, addig ez a magyar korcsoport 11 százalékáról mondható el. Ugyancsak jellemző adat, hogy a fejlett nyugat-európai országok mindegyikében több 55 évnél



idősebb háztartásban van – a modernebb technológiának számító – laptop, mint desktop, míg Magyarországon ez az arány fordított. Az elkövetkező évek legnagyobb horderejű innovációjának számító Dolgok Internete (IoT) majdnem feleannyira ismert kifejezés a magyar idősebb korosztály számára (7,6 százalék), mint ugyanebbe a csoportba tartozó európaiak körében (14 százalék). Érdekes adat azonban, hogy azon kevesek közül, akik tisztában vannak ennek az összekapcsolt ökoszisztémának az előnyeivel, majdnem kétszer többen (28,8 százalék) lennének hajlandók többet fizetni az IoT-képes tulajdonságokkal bíró eszközökért, mint az európai társaik (15 százalék).

IFA 2016

Noha az IFA továbbra is a műszaki termékek legfontosabb és legrangosabb szemléje Európában, szerepe egy kissé kezd átalakulni, és ezt a 2016-os expó is mutatta. A januári Las-Vegas-i CES a legnagyobb horderejű újdonságokról lerántja a leplet, így a berlini expó sok esetben már „csak” az európai premier helyszínéül szolgál. Az idén ráadásul háztartási gépek vonatkozásában a milánói Eurocuccina még ezt is „lefölözte”. Terméktrendek, illetve piaci értelemben fontos változások, mint egy-egy megújuló, kibővülő termékvonal tekintetében azonban az IFA továbbra is verhetetlen. Mind-ez persze nem jelenti, hogy termék-, illetve technológiai újdonságokról nem lehet beszámolni, mert forradalmi innovációkra is akadt jó néhány példa a kiállításon.

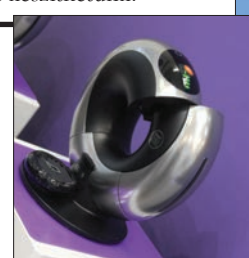
Háztartási gépek

A fehéráruszegmens érezhetően egyre inkább előtérbe kerül a berlini expón, és ez az idei kiállításon is tapasztalható volt. Ez nem első-sorban a kiállítók számára vagy arányaiban ölt testet, hanem sokkal inkább a bemutatott termékek iránti érdeklődésben érhető tetten. Nem is különösebben meglepő ez, hiszen a szórakoztatóelektronika alapjaiban nem változik. Ugyan újabb és újabb, fejlettebb és fejlettebb eszközök jelennek meg, de nagy horderejű átalakulás tulajdonképpen nem történik. Ezzel szemben a háztartási gépekben a kommunikálható, rendszerbe kapcsolható készülékek révén egy új terület jelent meg, ami alapjaiban változtathatja meg az ezekről a készülékekről alkotott elképzeléseinket. Talán úgy lehetne ezt igazán szemléletesen megfogalmazni, hogy míg a szórakoztatóelektronikai eszközök révén a felhasználói élmény „csak” fokozódik, addig a háztartási készülékek esetében ez jelentősen át is alakul. Az okosmegoldások mellett azonban a dizájn, a praktikum és a funkcionalitás is igen népszerű szempontnak bizonyult az innovációk iránti érdeklődés tekintetében.



Dolce Gusto

Elsőre azt hinnénk, hogy a kapszulás kávéfőzők már csak dizájnban tudnak újat nyújtani és a márka Movenza névre keresztelt modellje is kimerül ennyiben. De nem, a készülékkel ugyanis latte macchiát is készíthetünk.

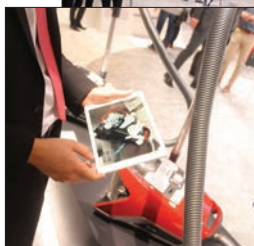


Miele

A német márka standján több érdekes újdonsággal is találkozhattunk. Figyelemre méltó volt például az új mosó-szárító készülékekben található program, amely kevesebb mint három óra alatt hajtja végre a teljes mosás-szárítás ciklust. Hasonlóan időtakarékos megoldás az új mosogatógépekben megjelenő „Quick Power Wash” opció is, amellyel mindössze 58 percre van szükség a mosogatáshoz, köszönhetően a Miele kémiai laborjából származó gyorsabb feloldódást garantáló mosogatógép-tablettának. Beépíthető készülékek vonatkozásában említést érdemel a fogantyú nélküli dizájn megjelenése, illetve a főzőlapba integrált elszívó is. A legfontosabb újdonság azonban a CX porszívósorozat bemutatása volt. A Miele első porzsák nélküli készüléke monociklon technológiát használ, ami lehetőséget teremt a teljesítmény 4 fokozatban történő szabályozására. A hátrahagyott szűrőrendszer megoldásai pedig azt biztosítják, hogy egyáltalán nincs szükség a szűrők cseréjére ezekben a modellekben. Az innovációk mellett az sem éppen mellékes, hogy a választékban számos olyan új modell is helyet kapott, amelyekkel a Miele olyan árponatokon tud megjelenni, amivel szélesebb rétegek számára is elérhetővé válnak a márka termékei.



58 Min.
QuickPowerWash



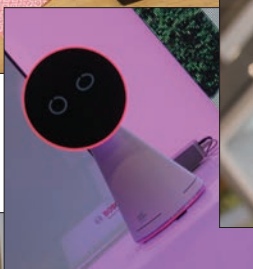
iFavine

Egy technológiai kiállításon nem lehet szó nélkül elmenni egy okosdekantálók bemutató márka mellett. Mi sem tesszük. Kommentárt azonban nem fűzünk a jelenséghez, szerintünk az magáért beszél.



Beko

A Beko standján egyértelműen a praktikum dominált. A nagy kapacitású modellek mellett az olyan megoldások, mint a konyhabútorba tökéletesen integrálható mosogatógép is erről tanúskodtak. De tulajdonképpen a hatékonyságot is tekinthetjük a praktikum egy formájának, ezért a világ leghatékonyabb gázégőjével rendelkező gázlapként bemutatott készüléket, valamint az automata adagolórendszerrel felszerelt mosogatógépet is idesorolhatjuk.



Gorenje

A szlovén márka standján is akadt a technológiai újdonságokból, amelyek közül a cég prémium márkája, az Asko neve alatt bevezetésre kerülő indukciós sütők és tűzhelyek külön említést érdemelnek. A Gorenje azonban inkább a dizájn területén alkotott ezúttal különlegességet. A 80-as évek emblemikus Volkswagen kisbuszát idéző hűtő az autógyár szakembereivel folytatott együttműködés eredményeként debütált az IFA-n. Szintén a berlini kiállításon mutatkozott be az Ora-Ito kisgépkollekció, amely egyedi, többretegű festése révén a fehér egy szinte új árnyalatában pompázott. A fekete színben is készülő sorozat minimalista, letisztult vonalaival feltehetően a hazai vásárlókat sem hagyja majd hidegen. A termékcsalád ugyanis várhatóan a jövő évtől idehaza is megjelenik. A magyar piac vonatkozásában az is fontos hír, hogy a közeljövőben a Gorenje a Side by Side szegmensben is képviselteti majd magát az expón kiállított modellekkel.



BSH

A Bosch stand egyik legnagyobb „durranása” Mykie volt. A hangvezérléssel működtethető, bizonyos mértékig interaktív robot képes az összes rendszerbe kapcsolt háztartási készüléket irányítani. Mykie pedig nemcsak jópofa ezáltal, de a jövő konyhájának vízióját is szemléletesebb teszi. Szintén az okosmegoldások közé tartozik az a Bosch hűtő, amely képes fotót készíteni a készülék tartalmáról és továbbítani azt telefonunkra. A nyílt forráskódú applikáció a legutolsó öt állapotról készült felvételt tárolja, így nemcsak azt ellenőrizhetjük a boltban, hogy mi van a hűtőnkben, de azt is, hogy mi az, ami elfogyott. A márka tervei szerint a modell már jövőre kapható lesz idehaza is, ahogyan az új mosogatógép-sorozat is, amelyből a zeolitos szárítás továbbfejlesztésének köszönhetően tökéletesen száraz edényeket vehetünk ki a ciklus végén. A márka újdonságai közül szót érdemel még az beépített mérleggel rendelkező OptiMUM robotgép, az AutoCook sorozat csúcsmoellje, amely egy indukciós elven működő, kukta funkcióval is ellátott többfunkciós főzőedény, illetve két vasaló is. Egyik különlegessége, hogy nincs szükség hőfokállításra, mert egyetlen, minden textilhez alkalmazható hőmérséklettel működik, a másikban pedig egy Hygenic Steam funkciót találunk, amely gőzloketek adagolása révén nemcsak simít, de fertőtleníti is a vasalás során.



Haier

A márka vonatkozásában főként a dizájnmegoldásokat fontos kiemelni. A Side by Side sorozat exkluzív darabjai mellett színes kombinált hűtők, valamint a borhűtő-kollekció tartozik ide, illetve az a nem mindennapi lehetőség, hogy a márka a konyhabútorral meg-egyező színű hűtőt is kínál. A színskála alapján kiválasztott kivitelben készülő – ennek megfelelően teljesen személyre szabott – modellből pedig akár egyetlen darab is rendelhető. A technológiai különlegességek tekintetében pedig a „Duo” koncepcióról kell feltétlenül beszámolni, amely egyidejűleg két feladat elvégzését teszi lehetővé. Mosógép esetében ez két akár különböző típusú mosást, a mosó-szárító modell esetében pedig egyidejű mosást és szárítást jelenthet.



Liebherr

A hűtőspecialista újdonságait illetően három területet kell megemlíteni. Az első maga prezentáció módja. Ez ugyanis az attraktív megjelenés mellett azért is érdekes, mert tartalmazott egy interaktív érintőképernyős felületet is, amin gyakorlatilag a márkai termékeik érintő összes információ egyszerűen hozzáférhető volt. A másik az olyan praktikus újítások köre, mint a sínen csúszó polc, amin akár rekesz is tárolható, vagy az a tojástartó, amiben fűrtójas is elhelyezhető. De idesorolható az a modellsorozat, amely a Blue Performance technológia révén lehetővé teszi, hogy a 75 cm készülékek nettó kapacitása 70 cm szélességben is elérhető legyen. A harmadik pedig az okoshűtő-koncepció. Hasonlóan más megoldásokhoz, ez a technológia is a hűtő tartalmáról képes a felhasználót informálni, azzal a plusszal, hogy nemcsak fotót küld róla, de fel is ismeri a különböző termékeket, sőt folyamatosan képes tanulni e tekintetben. Sőt a rendszer kiegészíthető különböző modulokkal is, így például hangvezérelt egység kapcsolható hozzá, amelynek segítségével hangutasításokkal vezérelhetjük. A legpraktikusabb viszont az, hogy mindezt egy „smart device” egység biztosítja, amely számos, már forgalomban lévő modellhez is csatlakoztatható. Így a hűtő felokosításához több mint 100 modell esetében még új készülékre sem lesz szükség, valamint a fejlesztések révén megjelenő összes okosújítás, plusz okosfunkció integrálásához egy egyszerű szoftverfrissítés elég lesz.



Az IFA számokban

1823 kiállító
(13 % növekedés)

158.000 nm kiállítói terület (5% növekedés)

4,5 milliárd euro
összértékű megrendelés

64.000 nemzetközi
szakmai látogató



A++ energiahatékonyság

Amica

Intelligens stílus

Fedezze fel az Amica energiatakarékos mosogatógép kínálatát!

A normál és keskeny mosogatógépekből álló modellpaletta közös jellemzője az alacsony energia- és vízfogyasztás, valamint a kiváló tisztítási hatékonyság, amelyhez a számos biztonsági és kényelmi funkció is társul.



Braun

Van, hogy egy egyszerű ötlet hatása nagyszerű: jó példa erre a Braun új kézi mixere, amelyben egy egyszerű mechanika segítségével a forgókész függőlegesen lejjebb tolható, így nem fordulhat elő olyan, hogy a készülék nem fér hozzá az alapanyaghoz az edény alján. A Braun esetében egyébként nem ez az első ötletes megoldás, a mutatóujjal történő teljesítményszabályozás is hasonlóan hasznos fejlesztésnek bizonyult a márka kézi mixerén.



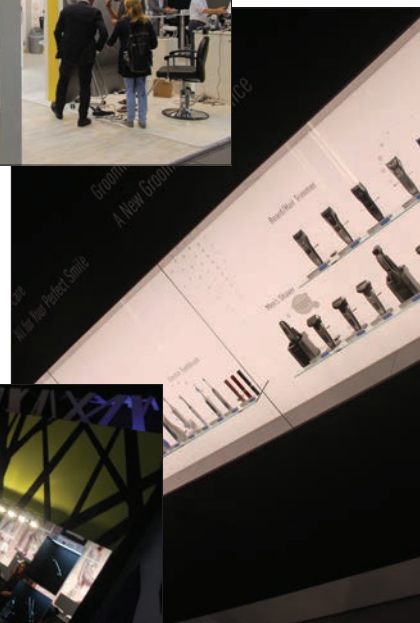
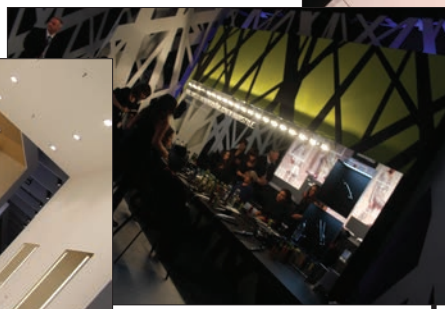
Amica

Az Amica esetében már önmagában az említésre méltó, hogy képviselteti magát az IFA-n. Nem mintha termékei nem lennének versenyképesek, de fejlesztéseivel még nem tartozik a piacformáló szereplők közé. Ez a standjukon is megmutatkozott, kiváló jellemzőkkel rendelkező modellek, tetszetős dizájn, de a tavaly már bemutatott Amica IN sorozatot leszámítva nem igazán voltak rendkívüli készülékeik.



Szépességápolási termékek

Külön-külön nem igazán van értelme felsorolni a márkákat ebben a szegmensben, azt viszont mindenképpen el kell mondani, hogy a korábbi évekhez képest a férfi szépességápolási készülékek sokkal inkább előtérbe kerültek. Számos standon férfi modellek segítségével zajlottak bemutatók, sőt mi több, nem egy látogató kedvet is kapott a berlini kiállításon egy jó kis borotválkozásra. A hölgyek számára készülő termékeket pedig szinte kivétel nélkül szakavatott meseterek közreműködésével is ki lehetett próbálni.



Candy

A Candy első alkalommal szerepelt az IFA-n, és ha már úgy döntött a márka, hogy képviselteti magát a berlini expón, hát akkor meg is adta a módját. Nemcsak azért, mert viszonylag nagy standdal mutatkoztak be, de tartalommal is sikerült megtölteniük azt. Az elrejtett kezelőfelülettel készülő mosógép például olyanforma harmóniát árasztott, hogy az embernek elsőre fel sem tűnt, hogy hiányoznak róla a gombok. A márkának ennek a megoldásnak az „ellenkezőjével” is sikerült ámulatba ejtenie a látogatókat, ugyanis olyan beépíthető sütőt is kiállítottak, amelynek az egész ajtaja érintőképernyőként funkcionált. És nem, ez nem egy demókészülék volt, hanem egy működő sütő. A cég másik márkája, a Hoover a magyar piacon elsősorban porszívóiról ismert, így az nem meglepő, hogy számos porszívóval is találkozhattunk a standon, az viszont már érdekesebb, hogy a Hoover márka égisze alatt például mosógépek és beépíthető készülékek is bemutatkoztak. Ráadásul a cég tervei szerint ezek a készülékek idehaza is bekerülnek majd a választékába.

Dyson

A márka elsősorban porszívóival szerzett nevet magának, így a V8 modell debütálása nem okozott akkora meglepetést annak ellenére sem, hogy az új, vezeték nélküli készülék akár 40 percig is képes maximális szóteljesítménnyel működni. Na, nem mintha ez kis dolog lenne, de a Dyson másik újdonsága még nagyobb durranásnak bizonyult. A Supersonic hajszárító már formájával is felhívja magára figyelmet, de képességei még lenyűgözőbbek. A készülék nyolcszor gyorsabb, és ennek ellenére is halkabb a hagyományos hajszárítóknál, szenzorai másodpercenként 20 alkalommal ellenőrzik a hőmérsékletet annak érdekében, hogy a haj ne sérüljön, ráadásul a kiegyensúlyozás révén, illetve annak köszönhetően, hogy a hajtól nem kell túlságosan távol tartani, még a használata is könnyebb. Nem csoda, hogy a készülék jól sikerült, a fejlesztés ugyanis 64 millió euróba került, a kutatáshoz több mint ezer mérföld emberi hajra volt szükség, a tesztek során pedig 600 prototípust próbáltak ki.

Electrolux

Nem meglepő módon a cég a német piacon jobban csengő AEG márkára fókuszált a kiállításon, az Electrolux márka pedig csak egy kisebb területen jelent meg. Ennek ellenére az AEG név alatt bemutatott innovációk feltehetően az Electrolux gépekben is megjelennek. Ugyan a főzőlappba integrált elszívó már nem igazi kuriózum, de azért még egyáltalán nem általános, így az AEG modell is említést érdemel az újdonságokat illetően. A Flex Lift rendszer pedig különösen. Ennek lényege, hogy a mosogatógépek kosarát egy mechanika felemeli, amikor kihúzzuk, így lényegesen egyszerűbb a készülékbe pakolni. Az AEG a mosásra különösen nagy hangsúlyt fektetett, számos megoldást vonultattak fel, amelyek a ruhák megóvásáért és a tökéletes tisztításért felelősek. Ezek közül külön ki kell emelni azt a vízlágyító rendszert, amely a csapvízben található molekulák káros hatásait képes kiküszöbölni.



Kisgépek

A kiskészülék-kínálatot nem szükséges külön-külön számba venni. Részben mert nem igazán voltak átütő innovációk, részben pedig mert rengeteg márk képviselte magát ezekben a szegmensekben. Annyit azért érdemes megemlíteni, hogy a kávé bár még mindig jelentős, némileg veszített dominanciájából, a porszívók viszont sokkal hangsúlyosabbak lettek, ahogyan a gyümölcsprések is jobban előtérbe kerültek az idén.



Grundig

A márka szereplése azért meglepő, mert nem számít tradicionális háztartásgép-márkának. Ehhez képest szinte minden termék kategóriában kínál készülékeket. A rendkívül széles portfólióban pedig igazi különlegességek is találhatóak. A munkalapra vetített kezelőfelület, vagy éppen a hűtő belső részén elhelyezett vezérlés ugyanis nem tekinthető mindennapiaknak.



Panasonic

A legelképrázatosabb innovációkkal egyértelműen a Panasonic rukkolt elő. A tökéletes hőmérséklet-beállítást biztosító főzőlap, amely folyamatosan méri az edény hőmérsékletét, és ahhoz igazítja a lap teljesítményét, gyakorlatilag semmisségnek tűnik azokhoz a megoldásokhoz képest, amelyekkel a japán márk „sokkolta” a látogatókat. A munkalapba integrált indukciós lapra már felkapja a fejét az ember, de ha az asztalba kerül beépítésre a mikró, attól már az álla is leesik. A megoldás rádióhullámokat használ, és az asztal megfelelő pontjára helyezett tányért csak le kell takarni egy speciális fedővel, amíg a melegítés tart. De így akár még sütni is lehet az eszközzel, ami egyelőre sajnos csak prototípus. Ahogyan az a borhűtő is, aminek az ajtaján megjeleníthetők a készülék működésének paraméterei. Ha valaki ettől esetleg még nem ájult el, az IFA legnagyobb gurításától el fog. A Panasonic ugyanis a robotikában élenjáró Seven Dreamers céggel karöltve megalkotta a „Folding Bot” névre keresztelt masinát, amit leginkább beépített mosószekrényként aposztrofálhatunk. Az eszközön egy töltőfiók található, ahová csak beszórjuk a szennyeset, a készülék kimossa, megszáritja, szétválogatja aszerint, hogy póló vagy nadrág stb., összehajtogatja és a megfelelő polcra teszi. És ez nem vicc, olyannyira, hogy a termék piaci bevezetését 2020-ra már ki is tűzték.



NYERJEN ÚJ WHIRLPOOL HŰTŐJÉVEL!

Vásároljon 2016. szeptember 15. és 2016. december 15. között a promóció terméklistájában szereplő **bármilyen típusú Whirlpool A++ vagy A+++** energiasztályú hűtőt, regisztrálja készülékét és nyerje meg a promóció időtartama alatt **naponta** kisorsolásra kerülő 92 db **Whirlpool 4YOU mikrohullámú sütő** egyikét!



Nyeremény: 92 db 4YOU mikrohullámú sütő



A promócióban a Whirlpool Magyarország Kft által forgalomba bocsátott **minden szabadonálló és beépíthető A++-os és A+++ -os energiasztályú Whirlpool egyajtós hűtőszekrény, kombinált hűtőszekrény, fagyasztószekrény és fagyasztóláda** részt vesz. A promóció további részletei és feltételei valamint a promócióban résztvevő készülékek pontos listája a www.regisztracio.whirlpool.hu weboldalon olvasható.

Típusok: MWA 267 WH,
MWA 269 SL, MWA 268 BL

Samsung

Természetesen az idén is a Samsung volt a legnagyobb kiállító az IFA-n, azonban háztartási készülékek vonatkozásában nem mutatott semmi olyat, amitől hasra lehetne esni. Okosotthon-konceptióval természetesen ők is megjelentek, és a „Family Hub” a tekintetben mindenképpen komplexebb rendszernek számít, hogy több eszközt tud integrálni. Az „ugyan nincs rá szükség, de nem baj, ha van” kategóriába sorolható Add Wash funkció pedig már korábban bemutatkozott. Így fejlesztést illetően leginkább a márka kínálatát lehetne megemlíteni, amiben olyan, piaci tekintetben fontos változások történtek, mint a márka hőszivattyús szárítóinak megjelenése vagy a már említett Add Wash mosógépsorozat bővítése.



LG

A LG esetében főként a prezentáció módját lehet kiemelni, mert a prémium Signature számára kialakított terület több mint impozáns volt. Készülékek vonatkozásában azonban nem sokat újat mutatott a márka. A legtöbb innováció már korábban bemutatkozott, amit persze a látogatók zöme nem tudott, így az olyan újdonságokat, mint a Signature hűtő vagy az egyedi Styler, komoly érdeklődés övezte.



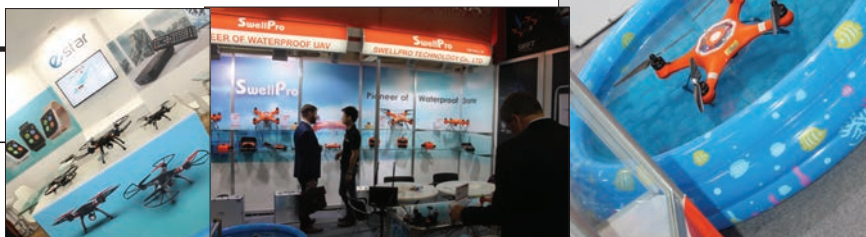
Szórakoztató elektronika

Az IFA szórakoztatóelektronikai újdonságait nem igazán érdemes márkánkénti bontásban bemutatni. Ennek egyik oka, hogy mára néhány kivételtől eltekintve nem nagyon maradt olyan márka, amely komplex kínálattal jelenik meg, és az idetartozó termékkörök zömében képviselteti magát. Éppen ezért bizonyos szegmensekben olyan brandek képviselik az élvonalat, amelyek egyéb termékcsoportokban nem jeleskednek. Valamint az is megfigyelhető volt az idén a berlini expón, hogy a televízió mellett, ami még mindig a legfontosabb terület, egyéb szegmensek is fókuszba kerültek. Ezért az idei IFA szórakoztatóelektronikai újdonságait inkább tematikus bontásban igyekszünk bemutatni.



Drónok

Nem kis választékkal találkozhattunk ebben a termékkörben az idei kiállításon. Ez pedig már önmagában is meglepő, mert a legtöbb dróngyártó nem nagyon kínál mást ezeken a masinákon kívül. Ez pedig arra enged következtetni, hogy a kínálat mögött igény is van, sőt erre utal az is, hogy a termékek is egyre fejlettebbek. A követő funkció például már nem csak a felső kategóriát jellemzi, illetve olyan új tulajdonságok is megjelennek, mint a vízre történő leszállás és felszállás, vagy az ütközésmegakadályozás.



Okos otthon

Az okosotthon már nem az okoskészülékek összekapcsolását jelenti, sokkal inkább olyan területek hatékony és gazdaságos üzemeltetését, illetve távfelügyeletét, mint a hőmérséklet-szabályozás, a fűtés, a klimatizálás, a világítás, az energiamenedzsment, a biztonsági rendszerek, a vezeték nélküli technológiák, a hozzáférés menedzsment, a robotok és az automatizált rendszerek. Ebből következően ennek a területnek a specialistái nem a termékek gyártói közül kerülnek ki, mivel még az olyan széles portfólióval rendelkező cégek, mint a Samsung, az LG vagy a Panasonic is csak egy részét képesek lefedni az integrálható rendszereknek, technológiáknak és eszközöknek. Így a gyártó cégek által prezentált okoskonceptciók mellett egy külön területen ezek a specialisták is bemutatkoztak, méghozzá meglepően nagy számban. A 3000 négyzetméteres pavilonban több mint 40 kiállító prezentálta „okos” kínálatát.

VR

Nem kellett jósnak lenni, ahhoz, hogy az idei IFA kapcsán a VR előretörését prognosztizálni lehessen, azonban a virtuális realitás szereplése a kiállításon elmaradt az előzetes várakozásoktól. Az ugyan látható volt, hogy számos márka nem becsléssel, hanem a egymilliárd dollárra becsült méretű piaci szegmens fontosságát, de igazi attrakciót csak a Samsung tudott kerekíteni a dologból. A ZTE-nek és a Vestelnek is sikerült kihozni valamit a lehetőségéből, illetve a Sony is hozzátette a magét, de ezzel többé-kevésbé ki is fűjt a dolog. Nem teljesen ok nélküli mindez. A passzív VR eszközök által kínált élmény önmagában csak kicsit több, mint a semmi, ezért, hogy igazán élvezhető legyen a készülék, szükség van valamilyen mozgásra is. Ennek megvalósításához a Samsungnak volt elég pénze, a Vestelnek valamennyi, a ZTE-nek meg zseniális ötlete egy függőhíddal. A Sonynak meg aktív VR szemüvege, ami pedig önmagában is elég. Azt is tegyük hozzá, hogy egy VR eszközt egyszerre egy ember tud használni, nem olyan, mint egy televízió, amit kirakunk, és ezren körbe tudják állni. Sorba állni egy készülék kipróbálásához pedig az emberek nem igazán szeretnek, főleg nem az IFA-n, aminek bejárása meglehetősen fárasztó.

Viselhető készülékek

A szegmensre jellemző trend, hogy egyre több kisebb márka is megjelenik a kategóriában. Ezek zömében azonban nem különleges innovációk, inkább csak a növekvő keresletet meglovagolni vágyó „value” termékek. Komolyabb fejlesztéssel csak nagy cégeknél találkozhatunk, amelyek közül is a Samsung Gear S3 a legkiemelkedőbb. A terméket illetően a tradicionális karórára emlékeztető dizájn és a hosszabb üzemidő áll az újítások középpontjában. Valamint érdekes az is, hogy ugyan sokan igyekeznek az okosóra-kompatibilitással a telefonvásárlást illetően is kényszerpályára állítani a vásárlót, egyes gyártók másként látnak üzleti potenciált a területben, és az iWatch eltűzött árai mellé olyan androidos okosóra-alternatívát kínálnak, amely iOS platformon is működik.

Televízió

Hosszú évek után a méretekre koncentráló verseny elmaradt ebben a szegmensben. A nagyobb képátló és a vékonyabb kivitel már nem a legfontosabb jellemzője a minőségi színvonalnak. A márkák most már a képjavító technológiákban és a felbontásban versenyeznek főként. Mindenki másként nevezi el ezeket, és mindenki más okból tartja a legjobbnak a sajátját. Többek között ezért sem érdemes ezeket részletesen kielemezni, még akkor sem, ha valóban jelentős innovációról van szó. Ami mellett viszont a tévék kapcsán nem lehet elmenni szó nélkül, az átlátszó képernyő. Tavaly a Samsung már mutatott ilyen képmegjelenítőt, idén viszont az LG televízióként is prezentálta, a Panasonic pedig rátett még egy lapáttal, és mozgatható üvegajtó gyanánt mutatta be a technológiát.

Okostelefon

Az egyik legfontosabb termékkör még mindig az okostelefon, így a berlini expón is számos márk képviseltette magát. Az újdonságok főként az olyan paraméterek továbbfejlesztését jelentik, mint a kijelzőfelbontás, az üzemidő, a processzor vagy a kamera tulajdonságai és az ahhoz kapcsolódó funkciók. Illetve olyan speciális termékjellemzők megjelenése, mint például a vízállóság. A Samsung Galaxy Note 7 esetében ebből sokan csináltak viccet is. Mondván jól jön a vízállóság, ha a telefon kigyullad. Mint ismeretes, az első szériákban pedig tényleg igen sok alkalommal kigyulladt a készülék töltés közben.

Tartozékok

A tartozékgyártók továbbra is stabil résztvevői az IFA-nak, szinte minden termékkör kapcsán találhattunk kiegészítőkre specializálódott kiállítót is. Azonban gyakorlatilag a Hamát leszámítva komplex kínálatú senki nem rendelkezett. A „rollerdeszka” azonban még náluk is váratlan újdonság volt. Az viszont már kevésbé volt meglepő, hogy a bluetooth head-setjeiről ismert Jabra termékek is bekerültek a választékukba. Azon sem kellett csodálkozni, hogy a kifejezetten hölgyek számára készülő sikeres White Diamond telefonkiegészítők mellé az urakat célzó Black Rock sorozat is bekerült. Termékújdonságok vonatkozásában pedig még említést érdemelnek a márkák új távirányítói, valamint az Urage márkanév alatt forgalmazott gamer eszközök közül egy új extravagáns billentyűzet is.

Audio

Érezhetően felértékelődött a hangzás szerepe a szórakoztatóelektronikában az idei IFA-n. A tökéletes hangélményt kínáló eszközök mellett a vezeték nélküli készülékek, illetve az egy egységbe integrált hangzás „generátorok” játszották a főszerepet. Érdekesség, hogy a bakelitlemezt és ezzel párhuzamosan a lemezjátszók ismét megjelentek a kínálatban. Nemcsak kisebb cégeknél, mint a Lenco, de olyan márkáknál is, mint a Sony vagy a Technics.

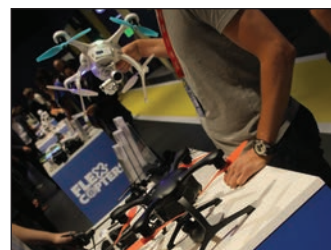
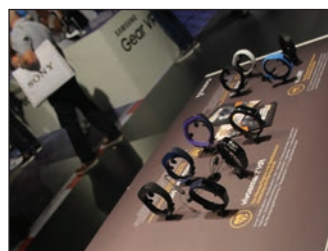
Euronics az IFA-n

A berlini IFA alapvetően a gyártók számára jelent egy olyan kiemelt jelentőséggel bíró platformot, ahol újdonságaikat, innovációikat bemutathatják. Emellett azonban néhány kereskedő is fontosnak tartja, hogy képviseltesse magát a kiállításon, mint például az Euronics is.

Az Európa legnagyobb és legrangosabb műszaki kiállításán történő megjelenés egy kereskedő számára egyik oldalról mindenféleképpen egyfajta presztízssértéssel bír, másik oldalról viszont szakmai, piaci tekintetben is jelentősége van a dolognak. A közeljövő piaci trendjeinek alakulását előrevetíti, sőt bizonyos szintig akár befolyásolhatja is, hogy a vásárló és a termék közötti kapcsolatot megteremtő csatorna – a kereskedő – milyen termék-kategóriákra, készülékekre fordít figyelmet, vagyis hogy mit tart fontosnak saját maga is prezentálni. A német túraautó-bajnokságban szereplő kék-sárga színekben pompázó versenyautó kiállítása nyilván inkább az első kategóriába tartozik,

a VR szemüvegek kipróbálására kialakított terület viszont már egyértelműen a jövő trendjeit hirdette az Euronics standon az IFA-n. Tekintve a technológia körüli érdeklődést, nem igazán meglepő, hogy a virtuális realitás helyet kapott az Euronicsnál is. Abban sincs semmi különös, hogy a mobilkommunikációval és IT-termékekkel, vagyis okostelefonokkal és laptopokkal is találkozhattunk, hiszen ezek a készülékek várhatóan továbbra is húzó szegmensként lesznek jelen a piacon. Hasonló a helyzet a háztartási gépekkel is, noha a kisgépek dominanciája e tekintetben azért némileg váratlan, főként, hogy egy porszívó és egy multicooker is bekerült a kiállított termékek sorába. Tulajdonképpen a viselhető eszközök, elsősorban az okosórák kiállításán sem kell csodálkozni, hiszen ez a terület az elmúlt években egyre népszerűbbé vált, és ezzel párhuzamosan a kínálat is nagymértékben fejlődött. Ráadásul az expón nemcsak vitrinekben, de jó néhány látogató karján is találkozhattunk ilyen eszközzel, ami szintén arra enged következtetni, hogy a termékkör iránti érdeklődés a jövőben tovább fokozódik. Más-

más okból ugyan, de a drónok, az audio eszközök, a robotika és az okosotthon megjelenése az Euronics standon viszont már jó és helyes értelemben vett érdekességnek számítanak. A drónokat illetően azt gondolhatnánk, hogy egy szűkebb célcsoportot céloznak meg, viszont az, hogy az Euronicsnál igencsak szép számmal jelentek meg ezek a repülő masinák, azt jelentheti, hogy hamarosan a szélesebb rétegek számára is vonzó termékek közé sorolhatjuk őket. Az audio eszközök kiállítása mögött pedig feltehetően az a trend húzódik meg, hogy az elmúlt években egyeduralkodó képműny mellé az audioélmény is kezd felzárkózni. Ezt sugallja az is, hogy az Euronics standon egy kimagasló hangminőséget képviselő wireless audio eszköz is helyet kapott. A robotok újszerűségükkel már önmagukban is érdekes termékkört jelentenek, de tekintve, hogy ezeket az eszközöket egyelőre nem elsősorban a funkcionalitás jellemzi, még inkább meglepő, hogy már most helyet követeltek maguknak a közeljövő fókuszpontjai között. Az okosotthon pedig olyan trend, amit mindenki megemlíti, ha jövő irányairól kérdezik, ráadásul szinte minden gyártó rendelkezik okos eszközökkel. Amiért viszont mégis fontos kiemelni az Euronics standon bemutatott technológiák kapcsán az okosotthont, az nem más, mint hogy már nemcsak okoseszköz-gyártókról beszélhetünk, hanem „okosotthon-konceptió” gyártókról is, akik a jövőben várhatóan szintén a részét jelentik majd a műszaki kereskedelemnek. Azt persze nem szabad elfelejteni, hogy az IFA a német piac jövőjének tükré, s bár minden bizonynyal ezek a fejlesztési irányok idehaza is kifejtik hatásukat idővel, a magyar piaci adottságai nagyban befolyásolják, hogy a magyar vásárlók hogyan és mikor találkozhattak majd az említett trendekkel.



ÚJ OLDALRÓL



A Hamánál az elmúlt években mind arculatban, mind modellválasztékban, sőt a kínálatot alkotó termékkörökben is érezhető változások történtek. A fotózás területén nevet szerző, mára a tartozékok specialistájaként számon tartott márka láthatóan újabb oldalát mutatja meg. A Hama hazai képviselőjének ügyvezetőjével, Prohászka Ottóval a brand céljairól, terveiről beszélgettünk.

A Hama az elmúlt néhány évben érezhetően a fiatalabb korosztályt is célba vette. Megújult arculat és dizájn, a gaming kategória megjelenése, és sorolhatnánk. Célcsoportbővítésről van szó, esetleg az „okos” trendekkel függ össze a dolog? Egyszóval milyen megfontolások állnak a háttérben?

Nagyjából tíz évvel ezelőtt készítettünk egy felmérést idehaza, amiben a Hama márkaismertségét, megítélését vizsgáltuk, illetve néhány termékkör kapcsán konkrét modellekkel kapcsolatos véleményekre is rákérdeztünk. Az eredmény azt mutatta, hogy főként az az idősebb korosztály ismeri és értékeli a Hama termékeit, akik korábban már a fotózáshoz kapcsolódó eszközeinkkel is találkoztak. Ezért úgy döntöttünk, hogy elindítunk egy programot, amivel a fiatalabbakhoz is közelebb kerülhetünk. Ez részben a kommunikációnkban, az aktív Facebook-jelenlétben, speciális online és offline hirdetésekben nyilvánult meg, részben pedig a választékunk kialakításában. Ennek a folyamatnak részeként 3-4 éve kezdtünk el a gaming kategóriával is foglalkozni, ahol a tizenéveseknek készül a Urage márkájú PC játékkiegészítőink elkövető sikereket értek el. Olyannyira, hogy a Hama konszernen belül arányaiban a magyar értékesítési eredmények a legjobbak. A fiatalok – akik a jövő fizetőképes keresletét jelentik – felé történő nyitás mellett pedig természetesen az „okos” trendekre is erőteljesen koncentrálnunk, hiszen ez az a terület, ahonnan a legtöbb új vevő érkezik. Elsősorban a mobilkommunikáción van a tekin-

tetben a hangsúly, de az okosotthonok, illetve az idesorolható olyan eszközök, mint az NFC technológiák, a bluetooth-konnektorok, vagy éppen a Xavax márkánk révén az energiahatékonyságot fokozó offline termékek is részét képezik az okostrendekhez kötődő kínálatunknak.

A Hama választékában megjelentek olyan termékek is, amelyek nem a kiegészítők kategóriájába tartoznak. Ilyen például az internetrádió. Milyen szerepet tölt be ez a terület a cég életében?

Talán úgy lehetne ezt megfogalmazni, hogy ezek a termékek a kínálatunk kiegészítői. Ennek megfelelően egy jól behatárolható célközönségnek szólnak, leginkább azoknak a negyven év feletti vásárlóknak, akik céleszközöket szeretnek használni: fényképezéshez fényképezőgépet, rádióhallgatáshoz rádiót. Egy digitális rádió elsősorban számukra jelenthet alternatívát az okostelefonnal szemben. Ezek a készülékek tematikus, regionális csatornaválasztást tesznek lehetővé, spotifykompatibilisek, telefonról lehet zenét streamelni velük, használhatók hangszóróként vagy átjátszóként is, sőt akár a médialejátszó szerepét is betölthetik, mivel az összes létező hangformátumot, még a tömörítésmentest is képesek kezelni. Legnagyobb előnyük azonban mégis az, hogy lényegesen jobb hangminőséget biztosítanak egy telefonnál. **Az nem újdonság, hogy a Hama újabb területeken is megjelenik, de az idei IFA-n debütáló rollerdeszka azért váratlan**



Prohászka Ottó

fordulatnak nevezhető. Hogyan és miért került ez a termék a választékba?

Ez abszolút egy divattermék, ráadásul nem is különösebben praktikus eszköz, főként szórakozásra szolgál. Ennek ellenére vagy éppen ezért, komoly a fogyasztói érdeklődés iránta, és ez a kínálatban is megnyilvánul. A Hama ezért lépett be ebbe a szegmensbe. Nem elsőként, viszont minőségi termékekkel jelenik meg a márka ezen a területen. A modellek Németországban készülnek, sőt a termék lelkét jelentő akkumulátor is német gyártású lesz a Hama modelljeiben.

A magyar piacon is találkozhatunk majd ezzel az újdonsággal?

Igen. Terveink szerint még karácsony előtt piacra kerül két modell idehaza is, egy kis- és egy nagykerekű változat.

A hazai piac hogyan alakult az idén mind eredmények, mind terméktrendek tekintetében?

Az idei első nyolc hónap után a rekorderedményeket jelentő tavalyi évhez képest két számjegyű növekedést sikerült elérnünk, úgyhogy jó eséllyel 2016 egy újabb rekord lesz a cég életében. Elsősorban a telekommunikációs tartozékok, azon belül a tokok, védőfóliák, töltők és kábelek, illetve a komputerkiegészítők, amin belül, a már említett Urage, vagyis a gamingkiegészítők iránt volt a legnagyobb az érdeklődés. A jelentős sportesemények a mi értékesítésünkben nem hoztak kiugró változást, bár a televíziókhoz kapcsolódó termékeink forgalma is 10 százalék felett bővült, de szerencsére idén ez átlagos növekedésnek tekinthető.

Melyek azok a fejlesztési irányok, amelyek befolyással lehetnek a közeljövő tartozékaira? VR? Wireless?

Megítélésem szerint továbbra is a telekommunikáció, illetve az okoskészülékek határozzák majd meg főként a tartozékpiacon is. Sokszor elmosódik a határ az „okos” és a vezeték nélküli között, ráadásul az emberek igénylik, hogy egyre kevesebb kábel vegye őket körbe, így nem kizárt, hogy a wireless technológiáknak is szerep jut. Noha az is igaz, hogy amióta wireless létezik, azóta sokkal több kábelt adunk el. A VR pedig most még nem terjedt el széles körben, így nem igazán van még tartozékpiacon sem. Ahogy a terület fejlődik, elképzelhető, hogy szükség lesz további eszközökre, kiegészítőkre is a virtuális valóságban, illetve szemüveg-állványok, tartók, konzolok is megjelenhetnek. Egyelőre viszont csak passzív VR szemüveg szerepel a Hama kínálatában, ami akár a hazai választékba is bekerülhet a jövőben.

A Hamától milyen újdonságok várhatók, illetve a hazai kínálatban milyen változásokra számíthatunk még az idén?

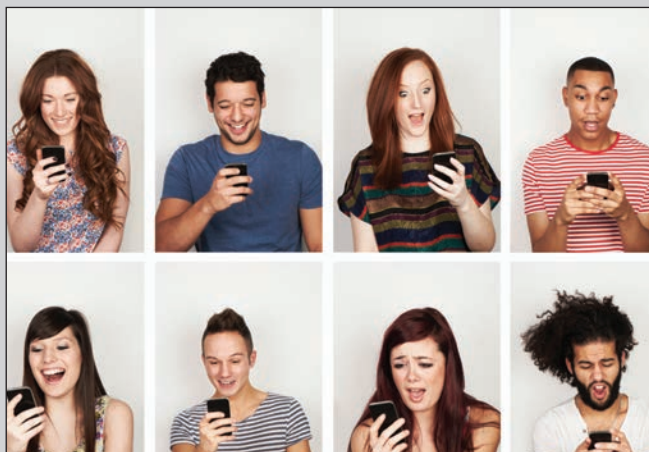
Az IFA-n bemutatott újdonságok mellett említést érdemel a közelmúltban bevezetett, kifejezetten férfiak számára készülő prémiumtelefon-kiegészítő sorozat, a Black Rock, ami a nagy sikerű White Diamonds kollekció férfiaknak szóló „párja”. A választék az exkluzív dizájnú modellek mellett extrabiztonságos változatokat is tartalmaz, amelyek különlegessége egy úgynevezett lég-réteg, amely a becsapódáskor rugalmasságot biztosít, és így hatékonyan óvja a készüléket a sérüléstől. További újdonság, hogy a Hama-kínálat két újabb márkával is bővül itthon, a bluetooth head-set termékeiről ismert Jabra márka forgalmazása kerül hozzánk, valamint az Oregon Scientific időjárás-állomások is bekerülnek a választékunkba.



Lassulás

Mérsékelt eladások az okostelefon-piacon

AZ AMERIKAI INTERNATIONAL DATA CORPORATION (IDC) INFORMATIKAI ÉS TÁVKÖZLÉSI PIACKUTATÓ VÁLLALAT FELMÉRÉSE SZERINT AZ IDEI MÁSODIK NEGYEDÉVBEN SEM NÖTTEK JELENTŐSEN AZ OKOSTELEFON-ELADÁSOK, IGAZ EZ MIND AZ EURÓPAI, MIND PEDIG AZ AMERIKAI PIACOKRA. SZÁMOKBAN KIFEJEZVE EZ AZT JELENTI, HOGY MÁSODIK NEGYEDÉVBEN 343,3 MILLIÓ KÉSZÜLÉKET ÉRTÉKESÍTETTEK A VILÁGPIACON.



Viccesen szólva, lehetne azzal érvetni, hogy hát persze, hiszen már mindenkinek van, de mint tudjuk, ez a piac nem így működik, hanem nagyon is a cserére épül. Mindenesetre ez a szám mindössze 0,3 százalékkal haladja meg a 2015 második negyedévi 342,4 milliót, ami így korántsem nevezhető jelentős bővülésnek. Magának a piacnak a szerkezete sem változott különösebben. Az öt legnagyobb szállító rangsora nem módosult, csak súlyeloszlásuk változott kicsit. A Samsung megőrizte vezető pozícióját, az Apple pedig megtorpant, de ez a második negyedévben mindig így van, mivel a vásárlók a harmadik negyedévben megjelenő újdonságokra tartogatják pénztárcájukat.

Újabb jelentkező

Évről évre jelentkeznek olyan kisebb gyártók, amelyek bejelentik, hogy ők bizony egy-két éven belül letarolják az egész okostelefon-piacot, és átveszik a vezető szerepet a két nagy riválistól. Utoljára a Lenovo tett ilyen hangzatos bejelentést, aminek az eredménye ugyancsak elmaradt, de legalábbis késik. Most a Huawei gondolta úgy, hogy felveszi a kesztyűt, és bizony ő lesz a vezető gyártó ezen a piacon. A fogyasztói elektronikai üzletágának igazgatója, Richard Yu öt évet adott a dolognak, meglátása szerint a minőségi javulás és a prémium kategóriás telefonok fogják elhozni számukra a sikert. A lelkesedésre kétségkívül okot adhat, hogy a Gartner Inc. piackutató vállalat adatai szerint az idei első negyedévben 59 százalékkal sikerült növelni az eladásait. Tavaly egyébként a Huawei 9,2 milliárd dollárt fordított kutatás-fejlesztésre, ami több az Apple 8,1 milliárd dollárjánál, de kevesebb a Samsung 12,5 milliárd dolláros fejlesztési költségvetésénél.

Patthelyzetben a platformcsata

A piacot továbbra is magasan az Android vezeti, a Google rendszere az idei első negyedévben 84,1 százalékos részesedést tudhatott magáénak, ami 5,3 százalékpontos növekedést jelent. Természetesen a második helyen az iOS foglal helyet, jóllehet itt már csökkenés figyelhető meg, a platform 3,1 százalékpontos visszaesés után 14,8 százaléknál állt meg, 51,6 millió eladással. Kutatások szerint az Android növekedéséhez elsősorban a Windows Phone rohamos csökkenése járult hozzá, a hoppon maradt felhasználók többsége ugyanis úgy döntött, hogy ő a Google termékét választja. A Microsoft részesedése az elmúlt év alatt az egyébként sem túl vastkos 2,5 százalékról 0,7 százalékra mérséklődött, ez pedig 2,4 millió eladott készüléket jelent. A sor végén a valaha jobb napokat látott BlackBerry áll 660 ezer darabos eladásával, amivel 0,2 százalékos piaci részesedést mondhat magáénak.



Apple iPhone 6s

A 3D Touch vezérlés érzékeli, milyen mélyen nyomjuk le a kijelzőt, így gyorsabban és egyszerűbben lehet elvégezni alapvető műveleteket. A 12 megapixeles iSight kamera fényképei élesek, és részletgazdagok, de ragyogó 4K-s videók is rögzíthetők vele.

A Live Photos funkció a fényképezés pillanata előtti és utáni pár momentumot is rögzíti, így egy ujjnyomással mozgásba hozhatók a kész képek. A 64 bites A9 chip a legújabb játékokat is gond nélkül futtatja.



Asus ZenFone 2

A Zen mindig is adott a külsőre és ez ezúttal sincsen másként, a mindössze 3,9 mm vastag modell valóban frappánsra sikeredett. Az 5,5 colos kijelző mögé a fejlesztők igyekeztek minél több technológiát belepakolni, hogy mást ne mondjunk, 4 GB-t memóriát kapott, amit egy notebook is megirigylhetne.

Ezt egy 64 bites, 2,3 GHz-es szuper négymagos Intel Atom Z3580 processzor támogatja, nem véletlen hát a 250 Mbit/s letöltési sebesség.



Alcatel Idol 3

A gyártónak ismét egyre jobb neve lesz az okostelefonok középkategóriájában, ami természetesen az árazásnak és a hozzácsatolt technikai tudásnak köszönhető. Jelen modell sem a prémium kategóriát erősíti, de az elvárásoknak maximálisan eleget tud tenni. Az 5,5 colos Full HD felbontású kijelző mögött négymagos processzor és 2 GB RAM húzódik meg, tárolókapacitása pedig

16 GB, ami tovább bővíthető. Hátlapi kamerája 13 MP, az előlapit, pedig még a „nagyok” is megirigylhetik 8 MP felbontásával.



Huawei P9

A Leica szakembereivel közösen történt fejlesztés eredménye a 12 MP-es duál kamera, amely még tisztább részleteket kínál a fotókhoz és videókhoz. A kreatívabbak élhetnek a számos effekt le-

hetőségével is. Nemcsak a készített fotók lesznek szépek, de maga a telefon is, köszönhetően az űrtechnikában is használt alumíniumváz és az üveg kettősének. Az FHD felbontású kijelző mérete 5,2 colos. A modell a biztonságos használat jegyében ujjlenyomat-olvasót is kapott.

4G

Negyedik generációs mobiltelefonok és hálózatok. Jellemző követelményei: HSDPA, WiMax, VoIP és LTE. A legelső kiépítője a brit Truphone cég, aki már 2006-tól építgette a saját 4G-s hálózatát.

Alive Share

Az Alive Share funkció lehetővé teszi képek, zenék, fájlok megosztását két telefon között, mobilnet vagy wi-fi hálózat nélkül.



Lenovo K5

Az 5 colos kijelzővel és HD felbontással rendelkező telefon egy nyolcmagos processzort és fejlett Dolby-hangzást mondhat magáénak, annak ellenére is, hogy a gyártó nem a felső kategóriában kívánja indítani. A 2 GB RAM-nak köszönhetően könnyedén kezeli a különböző játékokat és alkalmazásokat is. A 13 MP-es felbontású, automata fókuszos, LED-vakuval felszerelt hátlapi kamerája rossz fényviszonyok között is jól fotóz.



LG X screen

A modell extrája az Always-on funkcióval rendelkező másodlagos kijelző, amely eddig csak az LG V10-nél volt elérhető. A másodlagos kijelző a 4,93 hüvelykes HD felbontású fő képernyő felett kapott helyet, így az LG X screen használói számára gyerekjátékká válik több funkció egyidejű kezelése is. A fő képernyőtől függetlenül működő 1,76 hüvelykes másodlagos kijelző segítségével a felhasználók könnyedén hozzáférnek a leggyakrabban használt alkalmazásaihoz.



HTC 10

A telefon extrája, hogy a világ első kettős, elő- és hátlapi kamerában is megtalálható optikai képstabilizátora kapott benne helyet. Ebből adódóan mindegy, hogy melyik kamerát használjuk, az eredmény világos, éles és szép kép lesz.

A fotók pedig a 2K LCD kijelzőn igazán impozánsan fognak mutatni. A teljesítményfokozás jegyében úgynevezett a Boost+ funkciót kapott, amivel az erőforrások még jobban aktivizálhatóak.



Navon M505

Az elegáns megjelenésű telefon 5,0 colos kijelzője Full HD felbontást kapott, így a 13 megapixeles autofókuszos kamerával készített felvételek is kiváló minőségben jelenhetnek meg rajta. A hátlapi kamerát egy 2 megapixeles előlapi is támogatja. A gyorsaságról egy négymagos processzor és 1 GB RAM gondoskodik. A DUAL SIM lehetőségnek köszönhetően akár két számról is lehet telefonálni vele, a modellen Android 5.1 Lollipop operációs rendszer fut.

A Dual SIM Active

Ezek a telefonok párhuzamosan üzemel mindkét SIM-kártya, azaz mindkettő folyamatosan kapcsolódik a mobilhálózatra. Ezekbe a modellekbe két GSM antenna van beépítve.

LTE

Long Term Evolution (hosszú távú fejlesztés). A 3G-s hálózatok teljes lecserélését jelenti, valamint a protokollok igen komoly fejlesztését. A jövőben 100-150 Mbps sebességet ígér.

Minden tudást egybevetve

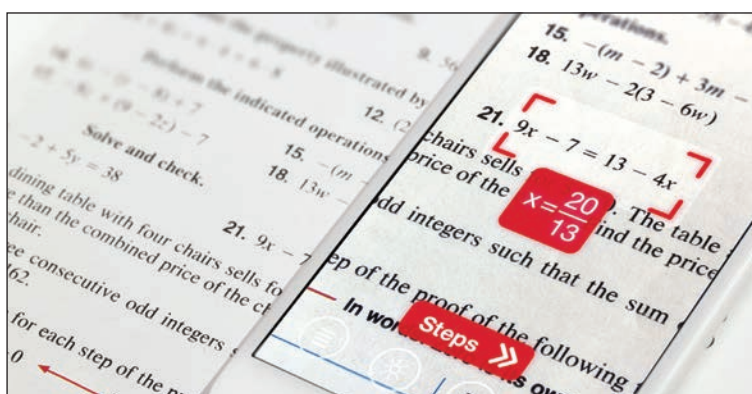
Okostelefon-applikációk a mindennapokra

A TELEFON MÁR RÉGÓTA NEM CSAK A TELEFONÁLÁSRÓL SZÓL, ÉS MÁR NEM IS CSAK ARRÓL, HOGY CSETELJÜNK AZ ISMERŐSÖKKEL, JÁTSSZUNK VAGY NAVIGÁCIÓS ESZKÖZKÉNT HASZNÁLJUK, SEGÍT A TANULÁSBAN, A BEVÁSÁRLÁSBAN, VAGY ÉPPEN UNIVERZÁLIS TÁVIRÁNYÍTÓ KÉSZÜLÉKKÉ IS KINŐHETI MAGÁT. IGEN ÁM, DE A TÖBB EZER ELÉRHETŐ ALKALMAZÁS KÖZÜL VAJON MENNYINEK VAN VALÓS ÉRTÉKE?

A kérdés meglehetősen szubjektív, hiszen lehet, hogy valakinek nagyon is értékes a pukihangokat utánzó alkalmazás, vagy az az ébresztőapplikáció, ami csak egy készített szelfi után hagy bennünket békén, de mi most nem ezekkel fogunk foglalkozni. Ha kategorizáljuk az elérhető alkalmazásokat, akkor talán a legnépszerűbbek az úgynevezett „közösségi” szolgáltatások. Ezek közül mondani se kell, hogy a Facebook a viszi a prímet, majd jóval lemaradva, de azért nagy erővel követi a Twitter. Különösebb rendszerigényük nincsen, és olyannyira kedveltek, hogy sokak számára már kiváltotta a jó öreg SMS üzenetküldő szolgáltatását. A kínálat azonban ennél jóval nagyobb és sokrétűbb, érdemes megemlíteni például a Misót, ami kiváló a film- és a sorozatrajongók számára, gyorsan értesülhetünk az újdonságokról, megoszthatjuk egymással észrevételeinket, és még az előzetesekbe is belenézhetünk. Ez utóbbi miatt a belépő kategóriás telefonoknak nem ajánlott, már ha nem akarjuk szaggatva nézni a videókat. A kommunikációs applikációk csúcstartója továbbra is a Skype, de nem sokkal van lemaradva tőle a Viber sem. Előnyeit talán nem is kell magyarázni, sikerességük oka, hogy ingyenesek, ingyenes hívásokat és üzenetküldéseket bonyolíthatunk, mint ha csak telefonálnánk.

Hasznos okosságok

Nem akarunk cinkosságot vállalni, de puskázni is könnyebb ma már az iskolákban, mint az okostelefonok előtt. A PhotoMath alkalmazás például egy pillanat alatt megold bár-



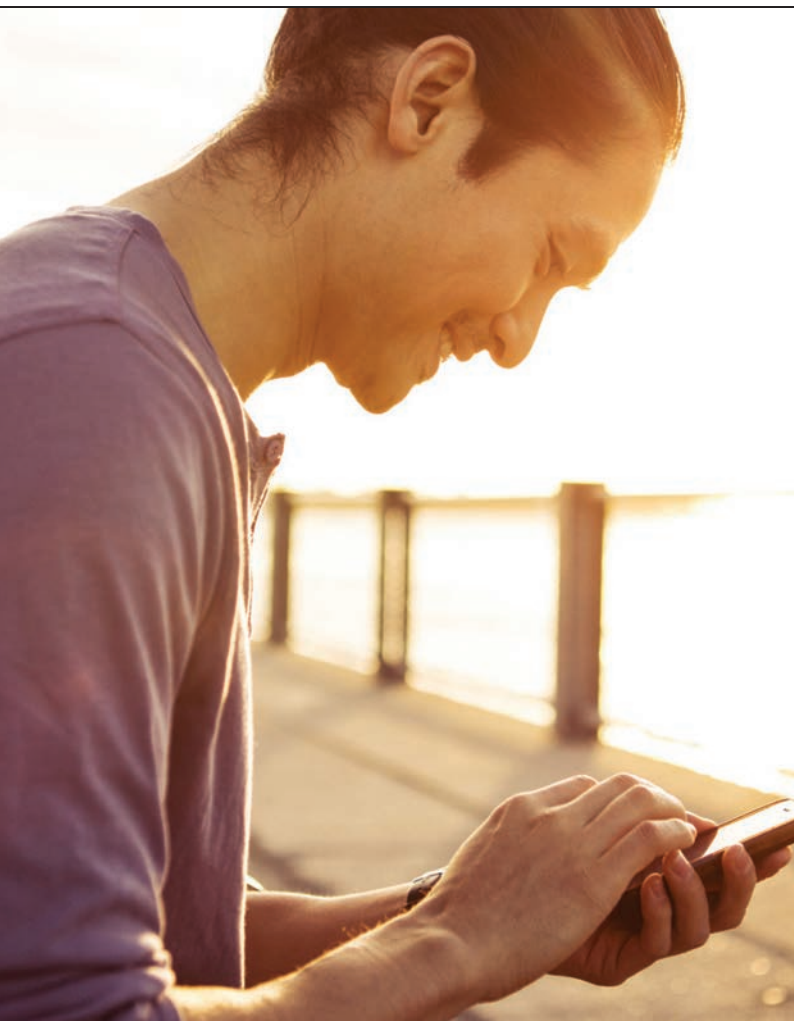
milyen matematikai feladatot, csak azzal, hogy a képlet elé tartjuk a telefont. A letöltés után figyelmeztet arra, hogy a kézírás nem ismeri fel, de a tankönyvekben olvasható, a papírra kinyomtatott és a képernyőn látható egyenleteket tényleg megoldja. Ez az alkalmazás valóban nagyon okos, de különösebb rendszerigénye még sincsen, sajnos azonban csak kevés eszközzel kompatibilis.

Rendkívül hasznos tud lenni a WiFi Finder nevű alkalmazás. Annyit csinál, hogy feltérképezi környezetünket, és megmutatja, melyek a közelünkben lévő ingyenes és fizetős wifi-hálózatok. A térképes nézetben pedig még azt is megmutatja, hogy hol vannak a legközelebbi hálózatok, amelyekre azonnal csatlakozhatunk, és máris dolgozhatunk az adatforgalmunk igénybevétele nélkül. Elsősorban autósoknak lehet hasznos a Call & SMS Reader Free, amely minden bejövő üzenetet felolvas, így nem kell a koncentrációnkat megszakítani vezetés közben. Ha már üzenetek, akkor itt van a Big Buttons Keyboard is, amely jelentősen megnöveli a hagyományos billentyűzet méretét, hogy



kényelmesebben tudjuk bepötyögni a mondanivalónkat.

Végezetül jöjjön egy játék kicsiknek és nagyoknak, ez nem más, mint a Colorfy, a hihetetlenül népszerű kifestőkönyv. Meglehetősen nagy mennyiségű képet pingálhatunk ki vele a képernyőn, kezdve kedvenc klasszikus festőinktől a bécsi óriáske-rékig. A változatosabb színekhez sajnos azonban előfizetés kell, az extrák pedig havi 2825 forintba kerülnek, enniből pedig igazi ecset és vászon is kerül.



Samsung Galaxy Note7

A gyönyörű, ívelt 5,7 colos QHD Super AMOLED kijelzős Galaxy Note7 HDR videolejátszás-kompatibilis, ami a ragyogóbb színeknek, valamint a mélyebb feketének köszönhetően mozszerű képményt nyújt. A Super AMOLED képernyője és nagy teljesítményű processzora biztosítja a tökéletesen magával ragadó virtuális környezetet. A 64 GB belső memória mellett a Galaxy Note7 akár 256 GB kapacitású microSD-kártyával is bővíthető.



Sony Xperia E5

A négymagos processzorral, 1,5 GB RAM-mal, valamint a HD felbontású kijelzővel leginkább a középkategóriában indít a Sony telefonja, ezalól mondjuk kivételt képez az akár 200 GB-ig is bővíthető memória. Hátlapi kamerája 13 MP-t, míg az előlapi 5 MP-t kapott, amivel a felbontást illetően kétségkívül jó fotókat lehet készíteni. Ami meglepő, hogy a gyártótól megszokott por- és vízállóság erre a modellre nem érvényes.



Meizu MX4

Az 5,36 colos Full HD felbontású Corning Gorilla Glass 3 IPS érintőkijelzős telefon még mindig a „pixelháború” – bár az rég lecsengett – égisze alatt született meg, ennek jegyében kapott 20,7 MP-es kamerát, így nyugodtan lehet vele plakátra is fotózni. A többi paramétere sem gyenge, amit jól mutat a nyolcmagos processzor, ami 2 GB RAM-mal van támogatva. Tárolókapacitása 16 GB, ez azonban tovább nem bővíthető.



Xiaomi Redmi Note 3 Pro

Az 5,5 colos Full HD kijelző mögött egy hatmagos processzor diktálja az ütemet, amit 3 GB RAM memória támogat. A hátlapi 16 megapixeles CMOS kamerája 5 tagú lencséből áll a kiváló felvételek készítése érdekében, de az 5 megapixeles előlapi kamerára sem lehet panasz. A biztonságról a beépített, ultragyors ujjlenyomat-olvasó gondoskodik, amely 0,3 másodperc alatt ismeri fel a telefon gazdáját.

NFC

Rövid hatótávú kommunikáció. Két NFC-képes eszköz közötti kommunikációt jelent, amely érintéssel vagy egymás felé közelítéssel jön létre.

OTG

Segítségével csatlakoztathatunk egeret, pendrive-ot vagy külső merevlemez az okostelefonra. Magát a funkciót az Android operációs rendszer biztosítja. Feltéve, hogy legalább 4.0 verziójú, és a telefonba OTG képes USB-vezérlő van beépítve.

A Nintendo megcsinálta

VALÓSZÍNŰLEG MINDENKI HALLOT'T MÁR A POKÉMON GO NEVŰ JÁTÉKRÓL, HA MÁSÉRT NEM AZÉRT, MERT A HÍREKBEN FOLYAMATOSAN FELBUKKAN, HOGY HOL VONAT ALÁ ESNEK, HOL BOMBAMEZŐRE SÉTÁLNAK ÉS ILYEN-OLYAN LEHETETLEN MÓDON HALNAK MEG A JÁTÉKOSOK. A „DARWIN-DÍJAS” ALKALMAZÁST LEHET SZERETNI ÉS UTÁLNI, AZ ÉRDEMI KÉRDÉS VELE KAPCSOLATBAN AZONBAN NEM MÁS, MINT HOGY „MI IS TÖRTÉNIK ITT?”

A játékkal kapcsolatos kritikákban gyakran fogalmazták meg, hogy nem is olyan nagy cucc az egész, az emberek gyűjtőszenvédélyére épül az alkalmazás, ezért olyan népszerű. Kiviszi a játékosokat az utcára, közösséget épít, megismerik a várost, ahol élnek stb. Ez mind igaz is, azonban van még itt egy dolog, amiről viszonylag ritkán esik szó, ez pedig a kiterjesztett valóság vagy augmented reality kérdése. Most akkor ott van az a ronda Pokémon a járdaszélen, vagy az ágy alatt, vagy nincs? Persze szemmel nem lehet látni, de hát baktériumok is léteznek, holott azokat sem látjuk. A Nintendo megcsinálta, amiről már régóta szó van antropológus- és informatikusberkekben egyaránt, összekeverte a valóságot a fikcióval. Nem arról van szó, hogy csak a virtuális világban kell sétálgatni, hanem arról, hogy a virtualitás kikerül ki az utcára, amit szép szóval úgy hívnak, hogy imaginárius.

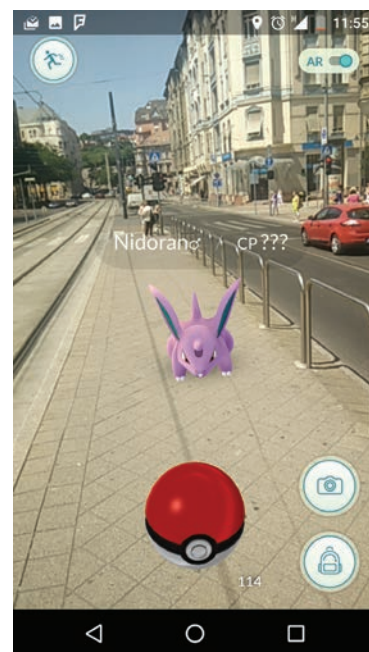
Itt a Pokémon, hol a valóság?

A Pokémon Go jelentősége nem más – és ez nem csekély –, mint az, hogy úttörő szerepet tölt be abban a folyamatban, ami megváltoztatja a valósághoz való viszonyunkat. Nagyzolásnak tűnhet ez a mondat, pedig nem az. A virtuális szemüvegben sem az az apropó, hogy bármerre fordítom a fejem, benne vagyok egy nem va-

lóságos valóságban, hanem az, hogy két lépés választja el attól, hogy ez kontaktlencse méretben is működjön, két lépés attól, hogy valamiféle Mátrix-szerű világban legyek. A valóság ciki, unalmas, szürke, szomorú és rossz, ha egy kicsit felturbózzuk, akár egy Pokémonnal, máris jobban fest. Erről van szó: a Nintendo hozzatette a maga kis idióta figuráit a valósághoz, letette a sarki fűszeres elé, a rét közepére, meg a szerb–horvát háborúból megmaradt aknák mellé, és baromi sikeres lett vele.

Hogy mit tud egy jó ötlet?

Öt órával a start után a Pokémon Go lett az USA-ban a legnépszerűbb új alkalmazás, a Nintendo részvényei pedig még aznap 2,3 milliárd dollárral növelték a cég értékét. A sztori valahol zseniális, hiszen a márka évek óta késélen táncolt, a Pokémon Góval körülbelül, mint Münchhausen báró, a saját hajánál fogva emelte ki magát a mocsárból és lépett ismét a nyereség útjára. És ezek csak a részvények, arról nem beszéltünk még, hogy a játékosok mennyi pénzt hajlandók költeni arra, hogy valami erősebb Pokémont vásároljanak, hogy aztán megkeressék és befogják, vagy arról, hogy hány szórakozóhely, vidámpark, étterem és bár fog Pokémont vásárolni, hogy odacsalogassa a vadászokat, akik aztán nyilván költeni is fognak náluk.



A játék lényege

A Pokémon Go egy ingyenesen letölthető telefonos játék iPhone-ra és Androidra. A lényeg, hogy a Pokémon nevű rajzfilmsozortból ismert kis lényeket kell gyűjteni, közben meg a való életben is létező pontokhoz kell eljutni. A cél, hogy minél több és erősebb Pokémonunk legyen, illetve minél több ilyen pont legyen a miénk.

A HAZAI MŰSZAKI KERESKEDELEMBEN KÉT OLYAN TÉNYEZŐ VAN, AMELY KONSTANS PROBLÉMÁT JELENT. LEHET RECESSZIÓ, VAGY SZÁRNYALHAT ÉPPEN A PIAC, AZ ÁRRAL ÉS AZ ÉRTÉKESÍTŐVEL MINDIG VAN VALAMI GOND. UGYAN MÁS ÉS MÁS MEGKÖZELÍTÉSBEN, DE VALAMILYEN NEHÉZSÉG MINDIG AKAD EZEN A KÉT TERÜLETEN. MOST IS.

Jegyzet

Azt túlzás lenne állítani, hogy a piac megtalálta az optimális árképzés képletét, de az árak manapság azért nem okoznak akkora felfajtást, mint korábban. Persze lehet, hogy csak megszoktuk, vagy az is lehet, hogy most éppen a „volumeneufória” fedeti az „árfájdalmat” átmenetileg. Végül is mindegy, mert most nem az árrajzolásról lesz szó, hanem a kereskedelem univerzumának másik megfejthetetlen rejtélyéről, az értékesítőről. Az nem egy új keletű probléma, hogy az értékesítő, szaktanácsadó, eladó, vagy mindenki nevezze úgy, ahogy akarja, nem ért ahhoz, amit csinál. Viszont a kereskedelem változásával a szakképzettség hiánya egyre súlyosabb problémává válik. A termékek specifikációja ma már igen összetett, így az már kevés, ha valaki fel tud olvasni egy termékadatlapot. Nem árt alaposabban is ismerni a jelöléseket, és főleg azt tudni, hogy az egyes tulajdonságok, mutatók mit jelentenek a gyakorlatban. Az internetnek köszönhetően pedig a vásárlók tájékozottabbak is lettek, és hát az igen faramuci szituáció, amikor a vásárló többet tud a termékről, mint az eladó. Bár tegyük hozzá, hogy bólogatással is lehet eladni, a döntés megerősítése ugyanis egy elég hatékony értékesítési technika. De nemcsak a termékismeret hiányos, hanem az imént említett eladói kvalitásoknak, az értékesítési technikák ismeretének is híján vagyunk. Ráadásul mindehhez sokszor még – amolyan pikáns kis kiegészítőként – bunkóság is társul a szó lehető legpejoratívabb értelmében. Manapság mind közül éppen ez jelentheti a legnagyobb problémát az offline kereskedelem számára, ugyanis az üzletbe betérő vásárló egy dolgot mindenképpen elvár, nevezetesen, hogy kiszolgálják. Lehet az eladó butuska és ügyetlen, de legyen



Szalai Dávid

segítőkéz és kedves. Máskülönb miéért caplatna el a vevő a boltba, amikor hármat klickel, és kihozzák neki, azt, amit akar. Ez annyira alap, hogy én érzem hülyén magam attól, hogy le kell írni. Azt azért jegyezzük meg, hogy az eddigiek nem minden értékesítőre vonatkoznak, mert kék-sárga és piros-fekete színekben is akad olyan, aki akár a gyártót is korrepetálhatná a saját termékeiből, sőt ha az élet úgy hozná, sertéspörköltet is el tudna adni egy rabbinak mosolyogva. De ha tetszik, ha nem, nem ők vannak többségben ma a magyar műszaki kereskedelemben. Ezzel pedig el is érkeztünk ahhoz, ami az értékesítőkérdést kurrens problémává teszi. A legkomolyabb nehézség ugyanis jelenleg az, hogy nincs értékesítő. Nem úgy értem, hogy átvitt értelemben nincs, hogy az eladók nem felelnek meg a munkakörükhöz társuló kritériumoknak, hanem munkaerő nincs. Lassan 35 éves nyugdíjasból is több van, mint eladóból. Ez pedig gond, méghozzá nem is kicsi. A munkaerőhiány nyilvánvalóan hatalmas gátat jelent az értékesítés színvonalának javításában. Ugyanis a „ha nincs ló, akkor jó a számár is” elv egyre lejjebb tolja a szakmai elvárásokat egy új kollégát illetően. Ráadásul igazából már ott tartunk, hogy ló helyett megteszi a macska vagy az egér is. Sőt az egérnek is egyre nagyobb sajttal kell kedveskedni, hogy ne menjen el. Szóval a helyzet az, hogy nincs ember, aki meg van, az képzetlen és mentes mindenféle lojalitástól. Ezzel szemben a másik oldalon ott toporognak a gyártók, hogy hadd adjanak promotert, hoszteszt vagy valakit, aki el tudja adni a termékeiket. Statisztikailag nem is állunk rosszul. A valóságban azonban az nem működik, hogy minden gyártó leteszi a saját emberét a kereskedelmi egységekben. Részben kicsit sokan lennének az üzletekben, részben pedig, ha szabad lenne a vásár, akkor a pénz döntené el, hogy melyik márka hogyan van reprezentálva az értékesítésben. Kicsit leegyszerűsítve: rövid időn belül csak Samsung üzletek lennének.

Azzal viszont azért lehetne kezdeni valamit, hogy a gyártókban van hajlandóság a közreműködésre és a finanszírozásra. Talán el lehetne kezdeni közösen gondolkodni akár hosszabb távú programokon is, amelyek a képzést, a foglalkoztatást, a motivációt és a karrierlehetőségeket is integrálják. A másik lehetőség, hogy próbálunk úszni az árral, csak félfő, hogy abból nem lehet jól kijönni. A lojalitás nélküli munkaerő elmegy, ha máshol csak egy kicsivel jobb lehetőséget lát. Következésképp mindig egy kicsivel jobb lehetőséget kell kínálni ahhoz, hogy maradjon. Kérdés, hogy ezt meddig lehet bírni erőforrásokkal. Másik oldalról meg minek egy olyan munkaerőt képezni, aki úgyis elmegy. Ha viszont nem fektetünk az oktatásba, nem képezzük, akkor nem ad el. Így is, úgy is pénzbe kerül a dolog, a különbség csak az, hogy utóbbi kevésbé érezhető most, amikor megy a piac. Éppen ezért ez tűnik a legjobb megoldásnak, de attól, hogy most nincs vagy nem látszik jobb megoldás, ez még nem jó megoldás. És lehet, hogy most még nem fáj az, ami a piacon marad a szakképzetlen értékesítés révén, de majd fog, ha esetleg megtorpan a piac.



PIACI ÚTMUTATÓ

BORHŰTŐK

BOSCH



KSW30V80

MODELL	
KAPACITÁS(PALACK)	170
BEÁLLÍTHATÓ HŐ. TART.	6-18C
ZÓNÁK SZÁMA	1
UV SZŰRŐ	IGEN
AKTÍVSZÉN LEVEGŐSZŰRŐ	NEM
ZAJSZINT	38

BOSCH



KTW18V80

	43
	6-18C
	1
	IGEN
	NEM
	N.A.

CANDY



CCV 150 EU

	N.A.
	7-18C
	1
	NEM
	NEM
	N.A.

CANDY



CCVA 200 GL

	N.A.
	7-18C
	1
	NEM
	NEM
	N.A.

CASO



WINECASE 6

	6
	8-18 C
	1
	IGEN
	NEM
	N.A.

CASO



WINECASE 8

MODELL	
KAPACITÁS(PALACK)	8
BEÁLLÍTHATÓ HŐ. TART.	7-18C
ZÓNÁK SZÁMA	1
UV SZŰRŐ	IGEN
AKTÍVSZÉN LEVEGŐSZŰRŐ	NEM
ZAJSZINT	30

CASO



WINEDUETT 21

	21
	7-18C
	2
	IGEN
	IGEN
	45

CASO



WINEDUETT TOUCH 21

	21
	7-18C
	2
	IGEN
	IGEN
	30

DOMETIC



MACAVE S17G

	118
	5-22C
	1
	IGEN
	IGEN
	46

DOMETIC



MACAVE S24G

	16
	5-22C
	1
	NEM
	NEM
	41

DUNAVOX



DX-48.130K

MODELL	
KAPACITÁS(PALACK)	48
BEÁLLÍTHATÓ HŐ. TART.	4-18C
ZÓNÁK SZÁMA	1
UV SZŰRŐ	NEM
AKTÍVSZÉN LEVEGŐSZŰRŐ	NEM
ZAJSZINT	39

DUNAVOX



CLASSIC 80

	312
	2-20 C
	5
	IGEN
	IGEN
	38

DUNAVOX



DX 80.188K

	72
	5-22C
	1
	IGEN
	NEM
	46

DUNAVOX



DX-12.35SC

	12
	12-18C
	1
	NEM
	NEM
	30

DUNAVOX



DX-166.428DBK

	166
	5-22C
	2
	IGEN
	IGEN
	40

DUNAVOX



DX-20.62K

MODELL	
KAPACITÁS(PALACK)	20
BEÁLLÍTHATÓ HŐ. TART.	4-18C
ZÓNÁK SZÁMA	1
UV SZŰRŐ	NEM
AKTÍVSZÉN LEVEGŐSZŰRŐ	NEM
ZAJSZINT	39

DUNAVOX



DX-28.88K

	28
	4-18C
	1
	NEM
	NEM
	39

DUNAVOX



DX-29.80DK

	29
	4-18C
	2
	NEM
	NEM
	39

ELECTROLUX



ERW0670A

	24
	5-20C
	1
	NEM
	NEM
	39

GUZZANTI



GZ 50

	32
	8-18 C
	1
	NEM
	NEM
	42

HAIER

**WS 32GAE**

HAIER

**WS25GA**

HAIER

**WS50GA**

HYUNDAI

**VIN12B**

HYUNDAI

**VIN-18****MODELL****KAPACITÁS(PALACK)****BEÁLLÍTHATÓ HŐ. TART.****ZÓNÁK SZÁMA****UV SZÜRŐ****AKTÍVSZÉN LEVEGŐSZÜRŐ****ZAJSZINT**

32

6-18C

1

IGEN

IGEN

38

25

N.A.

1

IGEN

NEM

38

50

6-18C

1

IGEN

IGEN

38

12

12-18C

1

IGEN

NEM

38

18

12-18C

1

IGEN

NEM

38

LIEBHERR

**WKB 3212**

LIEBHERR

**WKB 4212**

LIEBHERR

**WKEES 553**

LIEBHERR

**WKES 4552**

LIEBHERR

**WKES 653****MODELL****KAPACITÁS(PALACK)****BEÁLLÍTHATÓ HŐ. TART.****ZÓNÁK SZÁMA****UV SZÜRŐ****AKTÍVSZÉN LEVEGŐSZÜRŐ****ZAJSZINT**

164

5-20 C

1

IGEN

IGEN

40

200

5-20 C

1

IGEN

IGEN

40

12

5-20 C

1

IGEN

IGEN

35

201

5-20 C

1

IGEN

IGEN

40

12

5-20 C

1

IGEN

IGEN

41

LIEBHERR

**WKR 3211**

LIEBHERR

**WKR 4211**

LIEBHERR

**WKT 4551**

LIEBHERR

**WKT 4552**

LIEBHERR

**WKT 6451****MODELL****KAPACITÁS(PALACK)****BEÁLLÍTHATÓ HŐ. TART.****ZÓNÁK SZÁMA****UV SZÜRŐ****AKTÍVSZÉN LEVEGŐSZÜRŐ****ZAJSZINT**

164

5-20 C

1

IGEN

IGEN

40

200

5-20 C

1

IGEN

IGEN

40

201

5-20 C

1

IGEN

IGEN

40

201

5-20 C

1

IGEN

IGEN

40

312

5-20 C

1

IGEN

IGEN

44

LIEBHERR

**WTB 4212 001**

LIEBHERR

**WTEES 2053**

LIEBHERR

**WTES 5872 001**

LIEBHERR

**WTR 4211 001**

MIELE

**KWT 6834 SGS****MODELL****KAPACITÁS(PALACK)****BEÁLLÍTHATÓ HŐ. TART.****ZÓNÁK SZÁMA****UV SZÜRŐ****AKTÍVSZÉN LEVEGŐSZÜRŐ****ZAJSZINT**

200

5-18 C

6

IGEN

IGEN

38

64

5-20 C

2

IGEN

IGEN

38

178

5-20 C

3

IGEN

IGEN

38

182

5-18 C

6

IGEN

IGEN

38

178

N.A.

3

IGEN

IGEN

37

BORHŰTŐK

PIACI ÚTMUTATÓ

FAGYASZTÓSZEKRÉNYEK

AEG



A42700GNW0

MODELL

ENERGIAOSZTÁLY

NETTÓ KAPACITÁS

FAGYASZTÁSI KAPACITÁS (KG/24H)

MAX.TÁR. IDŐ ÁRAMSZ. ESETÉN (H)

NO FROST

ZAJSZINT

A+

229

20

15

IGEN

42

AEG



A72010GNX0

A++

181

N.A.

N.A.

IGEN

N.A.

AEG



A72200GSW0

A++

200

24

30

IGEN

40

BEKO



FS127320

A+

265

22

22

NEM

40

BEKO



FSA21320

A+

188

9

15

NEM

N.A.

BOSCH



GSN33VL30

MODELL

ENERGIAOSZTÁLY

NETTÓ KAPACITÁS

FAGYASZTÁSI KAPACITÁS (KG/24H)

MAX.TÁR. IDŐ ÁRAMSZ. ESETÉN (H)

NO FROST

ZAJSZINT

A++

220

20

19

IGEN

42

BOSCH



GSN36AI31

A++

237

20

25

IGEN

42

BOSCH



GSN58AW30

A++

360

25

22

IGEN

42

CANDY



CCOUS 5142WH

A+

162

N.A.

N.A.

NEM

43

CANDY



CCTUS 542WH

A+

82

N.A.

N.A.

NEM

43

ELECTROLUX



EUF1900AOW

MODELL

ENERGIAOSZTÁLY

NETTÓ KAPACITÁS

FAGYASZTÁSI KAPACITÁS (KG/24H)

MAX.TÁR. IDŐ ÁRAMSZ. ESETÉN (H)

NO FROST

ZAJSZINT

A+

168

20

18

NEM

40

ELECTROLUX



EUF2047AOW

A+

177

20

15

IGEN

42

ELECTROLUX



EUF2704AOW

A++

251

24

30

IGEN

40

ELECTROLUX



EUN1000AOW

A+

98

10

20

NEM

35

ELECTROLUX



EUT1106AW2

A+

91

12

22

NEM

40

GORENJE



F6182AW

MODELL

ENERGIAOSZTÁLY

NETTÓ KAPACITÁS

FAGYASZTÁSI KAPACITÁS (KG/24H)

MAX.TÁR. IDŐ ÁRAMSZ. ESETÉN (H)

NO FROST

ZAJSZINT

A++

270

25

28

IGEN

42

GORENJE



FN6191DW

A+

243

18

15

IGEN

42

GORENJE



FN6192PX

A++

243

18

15

IGEN

42

HOTPOINT



UPSY 1722 F J

A+

220

11

N.A.

IGEN

42

INDESIT



UIAA 12 S.1

A+

235

14

N.A.

IGEN

44

INDESIT

**UIAA 12.1****MODELL****ENERGIAOSZTÁLY****NETTÓ KAPACITÁS****FAGYASZTÁSI KAPACITÁS (KG/24H)****MAX.TÁR. IDŐ ÁRAMSZ. ESETÉN (H)****NO FROST****ZAJSZINT**

A+

235

14

N.A.

N.A.

44

LIEBHERR

**GNP 3166**

A+++

257

22

60

IGEN

39

LIEBHERR

**GNP 3666**

A+++

304

24

60

IGEN

39

LIEBHERR

**GNP 4166**

A+++

351

26

60

IGEN

39

LIEBHERR

**GNP 4355**

A+++

270

18

20

IGEN

38

LIEBHERR

**GP 1213**

A++

98

11

26

NEM

38

LIEBHERR

**GP 1486**

A+++

104

11

32

NEM

38

LIEBHERR

**GP 3013**

A++

305

20

34

NEM

38

LIEBHERR

**GP 3513**

A+++

356

25

34

NEM

38

LIEBHERR

**GP 4013**

A+++

406

26

34

NEM

38

SIEMENS

**GS54NAW42**

A+++

323

22

25

NEM

41

SIEMENS

**GS58NAW30**

A++

360

22

25

IGEN

42

WHIRLPOOL

**UW4 F2Y WB F**

A++

175

26

24

IGEN

41

WHIRLPOOL

**UW6 F2C WB**

A+

222

26

24

IGEN

41

WHIRLPOOL

**UW8 F1C WB N**

A+

260

22,5

24

IGEN

41

WHIRLPOOL

**UW8 F2C XBI N**

A++

260

22,5

24

IGEN

41

WHIRLPOOL

**WVA31612 NFW**

A++

308

32

40

IGEN

41

WHIRLPOOL

**WVA35643 NFW**

A+++

342

32

45

IGEN

40

ZANUSSI

**ZFU23401WA**

A++

197

24

30

IGEN

40

ZANUSSI

**ZFU27400WA**

A+

248

24

20

IGEN

40

FAGYASZTÓSZEKRÉNYEK

PIACI ÚTMUTATÓ

OKOSTELEFONOK

ALCATEL



MODELL	5025D
KIJELZŐ MÉRETE	5.5
FELBONTÁSA	1080x1920
BELSŐ TÁRHELY (GB)	8
MEMÓRIA(RAM)	1
ELŐLAPI KAMERA (MP)	2
HÁTLAPI KAMERA	5
OS	ANDROID LOLLIPOP 5.1
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	N.A.

ALCATEL



MODELL	6045Y IDOL 3
KIJELZŐ MÉRETE	5.5
FELBONTÁSA	1080x1920
BELSŐ TÁRHELY (GB)	16
MEMÓRIA(RAM)	2
ELŐLAPI KAMERA (MP)	8
HÁTLAPI KAMERA	13
OS	ANDOID 5.0.2.
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	141

ALCATEL



MODELL	6045Y 0 T I 3
KIJELZŐ MÉRETE	5.5
FELBONTÁSA	1080x1920
BELSŐ TÁRHELY (GB)	16
MEMÓRIA(RAM)	2
ELŐLAPI KAMERA (MP)	8
HÁTLAPI KAMERA	13
OS	ANDOID 5.0.2.
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	141

ALCATEL



MODELL	ONE TOUCH 8000D
KIJELZŐ MÉRETE	5.0
FELBONTÁSA	800x480
BELSŐ TÁRHELY (GB)	4
MEMÓRIA(RAM)	N.A.
ELŐLAPI KAMERA (MP)	-
HÁTLAPI KAMERA	5
OS	ANDROID 4.1
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	160

ALLVIEW



MODELL	V2 VIPER
KIJELZŐ MÉRETE	4.7
FELBONTÁSA	1280 X 720
BELSŐ TÁRHELY (GB)	16
MEMÓRIA(RAM)	1
ELŐLAPI KAMERA (MP)	5
HÁTLAPI KAMERA	8
OS	ANDROID V5.0
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	143

ALLVIEW



MODELL	X3 SOUL
KIJELZŐ MÉRETE	5.5
FELBONTÁSA	1280 X 720
BELSŐ TÁRHELY (GB)	32
MEMÓRIA(RAM)	3
ELŐLAPI KAMERA (MP)	5
HÁTLAPI KAMERA	13
OS	ANDROID V5.1
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	147

APPLE



MODELL	IPHONE 5 S
KIJELZŐ MÉRETE	4.0
FELBONTÁSA	640x1136
BELSŐ TÁRHELY (GB)	16
MEMÓRIA(RAM)	1
ELŐLAPI KAMERA (MP)	1.2
HÁTLAPI KAMERA	8
OS	IOS 8
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	112

APPLE



MODELL	IPHONE SE
KIJELZŐ MÉRETE	4.0
FELBONTÁSA	640 X 1136
BELSŐ TÁRHELY (GB)	64
MEMÓRIA(RAM)	2
ELŐLAPI KAMERA (MP)	1.2
HÁTLAPI KAMERA	12
OS	IOS 9
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	113

ASUS



MODELL	ZENFONE SELFIE
KIJELZŐ MÉRETE	5.5
FELBONTÁSA	1920 X 1080
BELSŐ TÁRHELY (GB)	32
MEMÓRIA(RAM)	3
ELŐLAPI KAMERA (MP)	13
HÁTLAPI KAMERA	13
OS	ANDROID V5.0
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	170

ASUS



MODELL	ZENFONE ZOOM
KIJELZŐ MÉRETE	5.0
FELBONTÁSA	N.A.
BELSŐ TÁRHELY (GB)	64
MEMÓRIA(RAM)	4
ELŐLAPI KAMERA (MP)	5
HÁTLAPI KAMERA	13
OS	N.A.
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	185

BLACKBERRY



MODELL	Q20 CLASSIC
KIJELZŐ MÉRETE	3.5
FELBONTÁSA	720 X 720
BELSŐ TÁRHELY (GB)	16
MEMÓRIA(RAM)	2
ELŐLAPI KAMERA (MP)	2
HÁTLAPI KAMERA	8
OS	BLACKBERRY 10 OS
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	178

HONOR



MODELL	7
KIJELZŐ MÉRETE	5.2
FELBONTÁSA	1920 X 1080
BELSŐ TÁRHELY (GB)	16
MEMÓRIA(RAM)	3
ELŐLAPI KAMERA (MP)	8
HÁTLAPI KAMERA	20
OS	ANDROID V5.0
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	157

HTC



MODELL	10
KIJELZŐ MÉRETE	5.2
FELBONTÁSA	1440 X 2560
BELSŐ TÁRHELY (GB)	32
MEMÓRIA(RAM)	4
ELŐLAPI KAMERA (MP)	5
HÁTLAPI KAMERA	12
OS	N.A.
VÍZÁLLÓ	N.A.
SÚLY(G)	161

HTC



MODELL	ONE M9
KIJELZŐ MÉRETE	5.0
FELBONTÁSA	1920 X 1080
BELSŐ TÁRHELY (GB)	32
MEMÓRIA(RAM)	3
ELŐLAPI KAMERA (MP)	4
HÁTLAPI KAMERA	20
OS	ANDROID V5.0
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	157

HTC



MODELL	ONE S9
KIJELZŐ MÉRETE	5.0
FELBONTÁSA	1080 X 1920
BELSŐ TÁRHELY (GB)	16
MEMÓRIA(RAM)	2
ELŐLAPI KAMERA (MP)	4
HÁTLAPI KAMERA	13
OS	ANDROID V5.0
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	158

HUAWEI



MODELL	NEXUS 6P
KIJELZŐ MÉRETE	5.7
FELBONTÁSA	2560 X 1440
BELSŐ TÁRHELY (GB)	32
MEMÓRIA(RAM)	4
ELŐLAPI KAMERA (MP)	8
HÁTLAPI KAMERA	12
OS	ANDROID V6.0
VÍZÁLLÓ	IGEN
SÚLY(G)	178

HUAWEI



MODELL	P9
KIJELZŐ MÉRETE	5.2
FELBONTÁSA	1920 X 1080
BELSŐ TÁRHELY (GB)	16
MEMÓRIA(RAM)	2
ELŐLAPI KAMERA (MP)	13
HÁTLAPI KAMERA	8
OS	ANDROID V6.0
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	147

HUAWEI



MODELL	Y360
KIJELZŐ MÉRETE	4.0.
FELBONTÁSA	800 X 480
BELSŐ TÁRHELY (GB)	4
MEMÓRIA(RAM)	512(MB)
ELŐLAPI KAMERA (MP)	5
HÁTLAPI KAMERA	2
OS	ANDROID V4.4
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	118

LENOVO



MODELL	VIBE P1
KIJELZŐ MÉRETE	5.5
FELBONTÁSA	1920 X 1080
BELSŐ TÁRHELY (GB)	32
MEMÓRIA(RAM)	2
ELŐLAPI KAMERA (MP)	5
HÁTLAPI KAMERA	13
OS	ANDROID V5.1
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	N.A.

LENOVO



MODELL	VIBE S1
KIJELZŐ MÉRETE	5.0
FELBONTÁSA	1920 X 1080
BELSŐ TÁRHELY (GB)	32
MEMÓRIA(RAM)	3
ELŐLAPI KAMERA (MP)	8/2
HÁTLAPI KAMERA	13
OS	ANDROID V5.0
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	132

LENOVO

**VIBE X3**

MODELL	
KIJELZŐ MÉRETE	5.5
FELBONTÁSA	1920 X 1080
BELSŐ TÁRHELY (GB)	32
MEMÓRIA(RAM)	3
ELŐLAPI KAMERA (MP)	8
HÁTLAPI KAMERA	N.A.
OS	ANDROID V5.1
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	175

LG

**G3**

5.5
2560 X 1440
32
3
2.1
13
ANDROID V4.4.2
NEM
149

LG

**G4**

5.5
2560 X 1440
32
3
8
16
ANDROID V5.1
NEM
155

LG

**SPIRIT H420**

4.7
1280 X 720
8
1
5
1
ANDROID V5.0
NEM
N.A.

MEIZU

**MX5 PRO**

5.7
1280×720
32
3
5
13
ANDROID V5.1
NEM
168

MICROSOFT

**LUMIA 550**

MODELL	
KIJELZŐ MÉRETE	4.7
FELBONTÁSA	1280 X 720
BELSŐ TÁRHELY (GB)	8
MEMÓRIA(RAM)	1
ELŐLAPI KAMERA (MP)	2
HÁTLAPI KAMERA	5
OS	WINDOWS 10
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	141

MICROSOFT

**LUMIA 640 XL**

5.7
1280×720
8
1
5
13
WINDOWS
NEM
N.A.

MICROSOFT

**LUMIA 950**

5.2
2560 X 1440
32
3
5
20
WINDOWS 10
NEM
150

MOTOROLA

**MOTO X STYLE**

5.7
1440 X 2560
32
3
5
21
N.A.
NEM
179

NAVON

**MIZU D403**

4.0
800X480
4
N.A.
N.A.
N.A.
N.A.
NEM
115

NAVON

**MIZU D450**

MODELL	
KIJELZŐ MÉRETE	4.5
FELBONTÁSA	854X480
BELSŐ TÁRHELY (GB)	4
MEMÓRIA(RAM)	N.A.
ELŐLAPI KAMERA (MP)	N.A.
HÁTLAPI KAMERA	N.A.
OS	N.A.
VÍZÁLLÓ	NEM
SÚLY(G)	140

SAMSUNG

**GALAXY S5**

5.1
1920 X 1080
16
2
5
16
N.A.
IGEN
142

SAMSUNG

**GALAXY S6**

5.1
2560 X 1440
32
3
16
5
ANDROID V5.0
N.A.
138

SAMSUNG

**GALAXY S7**

5.1
1440×2560
32
4
5
12
ANDROID V6.0
IGEN
152

SONY

**XPERIA X F5**

5.0
1080 X 1920
64
3
13
23
ANDROID V5.1
IGEN
153

SONY

**XPERIA Z3 COMPACT**

MODELL	
KIJELZŐ MÉRETE	4.6
FELBONTÁSA	1280 X 720
BELSŐ TÁRHELY (GB)	16
MEMÓRIA(RAM)	2
ELŐLAPI KAMERA (MP)	2.2
HÁTLAPI KAMERA	20.7
OS	ANDROID V4.4
VÍZÁLLÓ	IGEN
SÚLY(G)	129

SONY

**XPERIA Z3+**

5.2
1920 X 1080
32
3
5
20.7
ANDROID V5.1
IGEN
144

XIAOMI

**HONGMI 1S**

4.7
1280×720
8
1
2
8
ANDROID 4.2
NEM
158

XIAOMI

**MI4**

5.0
1920×1080
16
3
8
13
ANDROID 4.4
NEM
149

XIAOMI

**REDMI NOTE 3**

5.5
1920×1080
16
2
5
13
ANDROID 5.0.2
NEM
164



KÖVETKEZŐ SZÁMUNKBÓL

FELÜLTÖLTŐS MOSÓGÉPEK

TŰZHELYEK

**TARTOZÉKOK
KIEGÉSZÍTŐK**

BLU
Performance

A frissesség új dimenziója

- A BioFresh-rekeszekben az élelmiszerek lényegesen hosszabb ideig megőrzik értékes vitamin- és ásványi-anyag-tartalmukat, finom illatukat és ízletes külalakjukat, mint a hagyományos hűtőrészben
- Professzionális fagyasztás, leolvasztás nélkül, hála a Liebherr NoFrost-technológiájának!
- Szupertakarékos készülék! Fogyasztási besorolása: A+++
- Újragondolt hűtési technológia, még nagyobb tárolókapacitás

Kérdéseikkel forduljanak hozzánk bizalommal!

A Liebherr magyarországi forgalmazója a Kávé & Hűtő Profi Kft. (liebherr@khprofi.hu)

Bővebb információkért keressen fel minket kiállítótermünkben. Címünk: 1118 Budapest, Budaörsi út 46.

 **KÁVÉ & HŰTŐ Profi Kft.**
Jura | Liebherr | Cremesso | Dyson



biofresh.liebherr.com



socialmedia.home.liebherr.com

LIEBHERR

Minőség, Dizájn és Innováció

AUTENTICA

Az új Autentica

minden automata kávéfőző kulcstulajdonosságának megtestesítője.
Tökéletes kávé élményt biztosít.



19,5 cm

Szélessége mindössze 19,5 cm

Minden háztartás stílusos
és praktikus kiegészítője.



DOPPIO+ gomb

Innovatív, egygombnyomásos módszer,
mellyel extra aromájú dupla eszpresszót
készíthet a felejthetetlen pillanatok
eléréséhez.



LatteCrema System

a tökéletes tejhab eléréséhez.

Az új LatteCrema System kifejlesztésével
tökéletesítettük a tejes kávéitalok
elkészítését, ez által a De'Longhi
automata kávéfőzőket a konkurens
termékek elé helyezve. A forró gőz,
levegő és tej ideális adagolásának
köszönhetően miniatűr mikrobuborékok
keletkeznek a tejhabban, melyek által
krémes és könnyű habot kapunk.



Better Everyday

www.delonghi.hu