

SELL

KERESKEDELEM | HÁZTARTÁSI KIS- ÉS NAGYGÉPEK | IT
SZÓRAKOZTATÓ ELEKTRONIKA | PIAC

XII/10 2016
OKTÓBER
495 HUF/1,90 EUR

rededitions

A CANDY ÚJ ARCA

VÁLTOZÁSOK A MÁRKÁNÁL

ONLINE ÉS OFFLINE

ELŐNYÖK ÉS HÁTRÁNYOK

KI NYER HOLNAP

ÁTALAKULÓBAN
A HÁZTARTÁSI GÉP PIAC

JÓ FEJEK VAGYUNK

VÁLLALATOK TÁRSADALMI
SZEREPVÁLLALÁSA

SZEZON ELŐTT

TRÉNINGNAPOT TARTOTT
A BSH

KOVÁCS TIBOR

A BEKO-T FORGALMAZÓ
HAUSER MAGYARORSZÁG KFT.
KERESKEDELMI IGAZGATÓJA

HATÁROZOTTAN ELŐRE

„A BEKO A MINŐSÉG, AZ ÁR ÉS A DIZÁJN OLYAN
KOMBINÁCIÓJÁT KÍNÁLJA TERMÉKEIVEL, AMI
ÖSSZHANGBAN VAN A MAGYAR VÁSÁRLÓK
ELVÁRÁSAIVAL.”

120 MODELL

sok modell,
kevés márká

FELÜLTÖLTŐS
MOSÓGÉPEK



KÜLSŐ ÁRAMFORRÁSOK

növekvő feszültség



TŰZHELYEK

VENTILÁTOROK

TELEFONTÖLTŐK





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.

ÚJDONSÁGI! 2016. augusztus 1. és december 31. között havonta kisorsolásra kerül
5-5 db Nespresso készülék a havi regisztráltak 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 termékválasztéktól, a regisztráció további részleteitől és feltételeitől kérjük, keresse fel a www.regisztracio.whirlpool.hu weboldalt.

Kedves Olvasó!

Az október még nem kifejezetten a karácsony jegyében telik a hazai műszaki kereskedelemben, bár az kétségtelen, hogy a készülődésnek, a felkészülésnek már ebben a hónapban is vannak látható jelei. Aktuális lapszámunkat is valami hasonló elv alapján igyekeztünk összeállítani, vagyis a karácsonyról még nem igazán esik szó, de egyes írásaink már bizonyos vonatkozásaikban kapcsolódnak a piac legfontosabb időszakához. Az októberi SELL azért is más egy kicsit, mint általában, mert ezúttal a tartalmak meglehetősen széles spektrumát igyekeztünk nyújtani nemcsak a megjelenő termékkörök vonatkozásában, de az igen változatos témák tekintetében is. Így a lapot forgatva találkozhatnak felül töltős mosógépekkel, szabadon álló tűzhelyekkel, sőt még a ventilátoroknak is jutott hely a magazin oldalain. Valamint terítékre kerültek a külső áramforrások és telefontöltők is. A termékekhez szorosan nem kapcsolódó írásaink között pedig olyan anyagokkal találkozhatnak, mint a vállalatok társadalmi szerepvállalásáról készült összeállításunk vagy az online és offline marketingeszközök hatékonyságát boncolgató cikkünk. De lesz szó ebben a számban a mobiltelefonnal történő vásárlások alakulásáról, olvashatnak a háztartásigép-piac iparági mozgásairól és lehetséges változásairól, górcső alá vettük a felül töltős mosógépek szegmensét, de nemcsak készülékek tekintetében, hanem a piaci szereplők oldaláról is és beszámolunk a BSH tréning-rendezvényéről is. Természetesen a szakma képviselőinek véleményei sem hiányozhatnak. Érdekes kérdések merültek fel a Beko forgalmazójával készített címlapinterjú során, és a Candy nemrégiben kinevezett új igazgatójával készült riport is informatívnak ígérkezik a márka terveit illetően. Véleményünk szerint lesz miből csemegézni az októberi magazinban. Reméljük, hogy a választott témákkal, írásainkkal sikerül elnyernünk tetszésüket, és lapot most is érdekesnek és hasznosnak találják majd. Nem is maradt más, csak hogy kellemes időtöltést kívánjak Önöknek a SELL magazin idei 10. számához!



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

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

FOTÓ: PAPP MÓNIKA

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/),

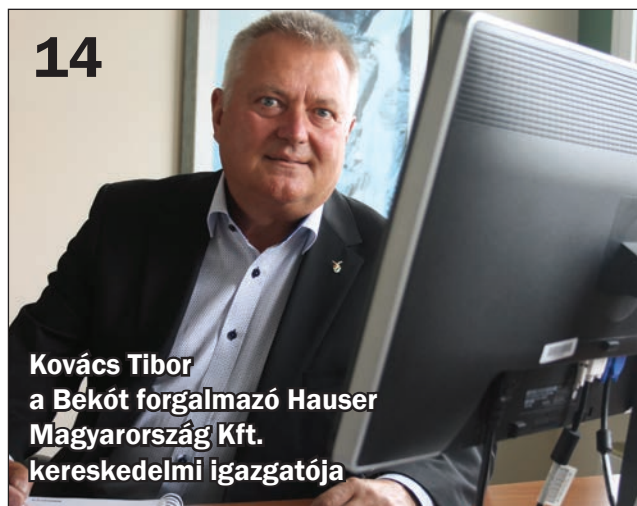
E-MAILEN A HIRLAPELOFIZETES@POSTA.HU

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

LEVÉLBEN A MP ZRT. 1900 BUDAPEST CÍMEN.

rededitions

14



Kovács Tibor
a Bekót forgalmazó Hauser
Magyarország Kft.
kereskedelmi igazgatója

30



Tóth Jácint
a Candy
ügyvezető igazgatója

Tartalom

2016 október

06 Hírek, érdekességek

10 Érdességek a háztartási gépek világából

12 Újdonságok a szórakoztató elektronika világából

14 Kívülről nézve

Interjú Kovács Tiborral, a Bekót forgalmazó Hauser Magyarország Kft. kereskedelmi igazgatójával

17 Az elhagyott szegmens

A felültöltős mosógépek piacának jellemzői

18 Termékcsoport bemutatás

Górcső alatt a felültöltős mosógépek

28 Online és offline

Marketingeszközök és platformok

29 Kampányidőszakok az Euronicsnál

Euronics és a kiemelt kereskedelmi időszakok 2016-ban

30 A Candy új arca

Interjú Tóth Jácinttal, a Candy ügyvezető igazgatójával

32 Termékcsoport bemutatás

Górcső alatt a tűzhelyek

38 Ki nyer holnap?

A háztartásigép- iparág jövője

40 Holnap és ma a kávézásban

Változó kávéfogyasztás

44 Jó fejek vagyunk

A cégek társadalmi szerepvállalása

46 Felkavaró érzés

A ventilátorok főbb fajtái



48 Hajócsavar a hálóban
Ventilátorokból szegezgetve

**50 Az Internetes
Vásárlás Napja**
Az online shopping ünnepe

51 Szezon előtt
Tréning rendezvényt tartott a BSH

52 Termékcsoporth bemutatás
Górcső alatt a külső áramforrások

**55 Amit, az akkumulátorokról
tudni érdemes**
Csokorba szedett termékjellemzők

**58 A telefon esete
a vásárlással**
Mobilvásárlási tendenciák

60 Újratöltve
Telefontöltőkből válogatva

62 Jegyzet

PIACI ÚTMUTATÓ



felüthető mosógépek

64.
oldal



tűzhelyek

66.
oldal



külső áramforrások

68.
oldal



Új alelnök a Whirlpoolnál

Norbert Schimdtet nevezték ki a Whirlpool EMEA (Európa, Közel-Kelet és Afrika) termék- és márkafejlesztési részlege alelnökének. Norbert Schimdt új pozíciójában Esther Berrozpe Galindo, a Whirlpool EMEA elnöke és a Whirlpool Corporation ügyvezető alelnöke közvetlen irányítása alatt látja el teendőit.

„Örömmel nézek új, izgalmas kihívást jelentő feladatköröm elébe, és nagyszerű lesz a csapattal együtt azon dolgozni, hogy a Whirlpool termékekre és márkákra vonatkozó marketingmódszerek továbbfejlesztésével megszilárdítsuk termékeink és márkáink vezető szerepét, és bővítsük

a „dolgok internetje” terén meglévő szaktudásunkat. Izgalmas időszak ez vállalatunk számára, és kulcsfontosságú feladatommak tekintem annak elősegítését, hogy a Whirlpool megőrizze úttörő szerepét az olyan termékek és megoldások kialakításában, amelyek valódi értéket jelentenek vásárlóink számára, és lehetővé teszik számukra az élet legfontosabb pillanatainak gondtalan átélését. Ezt megelőzően Norbert az Észak-Amerikai Régió hűtési üzletágánál 2014 óta izgatóként dolgozott. A Whirlpoolnál töltött 13 év alatt vezetői tapasztalatokat szerzett a főzési, hűtési és mosási termékek fejlesztése, a kereskedelem, a marketing, a gyártóüzem működtetése, az ellátási lánc és a mérnöki munkák terén.

Európára fókuszál a Samsung

A Samsung három új beépített berendezéscsalád, a Contemporary Line, a Black Line és az eredeti Chef Collection termékcsalád érkezését jelentette be, amelyek mindegyikét az európai fogyasztók ízlésére szabva terveztek meg. A termékcsaládok új modelljeiben a funkcionalitás és a dizájnos külső egyaránt hangsúlyos, elmosva ezzel a határt bútor és konyhai berendezés között. A Contemporaryben számos, a Samsung által kifejlesztett és a fogyasztók által kedvelt konyhai technológia és innováció is helyet kapott, amelyek már korábban is léteztek a nem beépíthető szegmensben. A Black Line termékcsalád európai bevezetésére az év második felében kerül sor, a hozzá tartozó hűtőszekrényt pedig a következő év elején kezdik forgalmazni. A Chef Collection prémium termékcsalád, amely Kitchen Fit kialakítású hűtőszekrényt, beépített sütőt, kompakt sütőt, melegítőfiókot, indukciós főzőlapot, páraelszívót és mosogatógépet foglal magában.



–60% az LG-től

Az LG az európai piacra fejlesztett Centum System mosógép után a termékcsalád tagjaként új hűtőszekrényt mutat be a 2016-os IFA-n. Az LG Centum System mosógépet a környezettudatos európai fogyasztók számára tervezték. A készülék energiafogyasztása – nagyfokú hatékonyságának köszönhetően – –60%-kal alacsonyabb a legerősebb európai energiatanúsítványnak számító „A+++” alsó értéknél. A mosógép olyan fejlett hangtompító rendszert kapott, mint amilyeneket a személyautókban is használnak. A rendszer egészen 67dB-ig csökkenti a zajszintet – a Centum System így halkabb, mint bármely más elől töltős mosógép az európai piacon. A beépített TurboWash technológiának köszönhetően egy teljes mosás nem tart tovább 49 percnél, ráadásul a gép 17%-kal kevesebb vizet és energiát használ, mint más, hasonló megoldást nem tartalmazó eszközök.

Robotizál a Tesco

Az idei év hátralevő hónapjaiban és 2017-ben is technológiai fejlesztések várhatóak a Tescónál. Az áruházlánc országszerte több robotkasszát fog beüzemelni és további üzletekben is bevezetik az úgynevezett Scan & Shop technológiát. Hamarosan újabb Tesco áruházakban (Győr, Budapest Fogarasi út, Szeged, Debrecen) is találkozhatnak majd a Scan & Shop megoldással a vevők – mondta Nusserné Molnár Judit, a lánc szakértője az Internet Hungary 2016 konferencián. Az áruházlánc tavaly ősszel indította el Scan & Shop elnevezésű technológiáját Budaörsön. A vásárlók a bejáratnál elvehetnek egy kézi készüléket, ezzel az eszközzel be kell olvasni a kosárba tett termékek vonalkódját. A fizetés a kijelölt Scan & Go kasszáknál történik, ott le kell olvasni egy összesítő vonalkódot, majd fizetni. Az új technológiai megoldás azzal is jár, hogy 4-6 munkavállalóval többet kell foglalkoztatniuk azokban az áruházakban, ahol működik. Az ő feladatuk, hogy megmutassák az eszköz használatát a vevőknek a bolt több fontos pontján is.



Ismét segíti az Electrolux

10 millió svéd korona kezdőtőkével, Electrolux Food Foundation néven hozott létre alapítványt az Electrolux, hogy olyan globális élelmészeti problémák megoldását támogassa, mint az éhezés, az alultápláltság és az élelmiszer-pazarlás. Az Electrolux Food Foundation első programja a Feed the Planet lesz, amelyhez a Worldchefs és az AISEC együttműködésével csatlakozott a vállalat. Az Electrolux célja, hogy az embereket felelősebb étkezésre és főzési szokásokra motiválja. A vállalat növelné a fenntartható és egészséges megoldások elérhetőségét, csökkentené a fogyasztás okozta károkat. Támogatni kívánja a rászorulókat, hogy azok jobb, táplálóbb ételekhez jussanak, és segítené a munkahelyi

edukációt. Ehhez első lépésként meg-alapította az Electrolux Food Foundationt, ami hosszú távú platformot biztosít a különféle kezdeményezések finanszírozásához, valamint a vállalat munkatársainak bevonására az egész világon. „A Föld növekvő népességének fenntartható ellátása napjaink egyik legnagyobb kihívása. Hiszünk abban, hogy a konyhai készülékek egyik vezető gyártójaként az Electrolux felelőssége is, hogy a főzéshez és étkezéshez kapcsolódó globális problémák megoldását segítse” – nyilatkozta Jonas Samuelson, a vállalat elnök-vezérigazgatója. „A Worldchefs közel 10 millió tagjával együttműködve úgy hasznosíthatjuk tapasztalatainkat, professzionális hálózatunkat és világméretű szervezetünket, hogy azzal a lehető legjobban támogassuk a közösségeket.”

Kerekasztal a Media Markttal

Kerekasztal-beszélgetést tartott a műszaki áruházlánc vezetősége, amelynek fő témái a fogyasztóvédelem és a hazai (olykor tisztességtelen) kereskedelmi gyakorlatok voltak. Az eseményen a Media Markt-Saturn Holding Magyarország Kft. ügyvezetője, Német Csongor; a Media Markt webáruházának ügyvezetője, Szigeti Ferenc; valamint Bíró Péter, a vállalat szolgáltatásokért felelős termékmenedzsere és dr. Ormos Zoltán, a Szövetség az Elektronikus Kereskedelemért (SZEK) elnöke vett részt. A szakemberek arról beszéltek, hogyan lehet biztonságosan vásárolni online felületeken. Elhangzott, hogy minden online áruházat üzemeltető cég köteles közzétenni bizonyos adatait, emellett minden webáruháznak közzé kell tennie az általános szerződési feltételeket. Ennek közzététele nélkül a kereskedő törvénytértést követ el. Német Csongor, a Media Markt-Saturn Holding Magyarország Kft. ügyvezetője kiemelte, a Media Markt sikerrel alkalmazott olyan önkéntes garanciavállalásokat, amelyekre a törvény már nem kötelezi a kereskedőket, esetükben viszont bizonyos promóciókhoz kapcsolódva eredményes marketingeszközként váltak be.





Hazai Y

Magyarországon az Y generáció (16-36 év) tagjai közül majdnem kétszer annyian (56%) tartják a technológiai fejlődést szükségesnek és elkerülhetetlennek, mint az európai átlag (31%). Ezzel összhangban a magyar fiatal korosztály európai viszonylatban (17%) és a hazai idősebbekhez képest (19%) is nagyobb mértékben használja ki a technológiai vívmányok nyújtotta előnyöket (23%). Mindezek után meglepő, hogy kis mértékben ugyan, de itthon többen félnek attól, hogy nem tudják majd tartani az iramot a folyamatos fejlődéssel (13%), mint Európában átlagosan (11%) – derült ki a Samsung 18 európai országban végzett kutatásából.



Összefogtak

A Huawei és a Leica Camera AG bejelentette, hogy stratégiai együttműködésüket kiterjesztik egy közös kutatás-fejlesztési és innovációs központ, a Max Berek Innovációs Labor működtetésére. Az új laborban elsősorban az optikai rendszerek és szoftveralapú technológiák területén végeznek további fejlesztéseket, amelyek célja, hogy a fotográfiai és mobilkészítők-alkalmazások széles körében biztosítsanak jobb képminőséget. A Leica székhelyén, a németországi Wetzlarban épülő központban emellett a számítógépes képalkotás, valamint a



virtuális és kiterjesztett valóság területén is végeznek majd fejlesztéseket. A tervek szerint a két vállalat a jövőben német és nemzetközi egyetemekkel, illetve kutatóintézetekkel is együtt dolgozik majd.

418 millió dolláros adótartozás

A Reuters tudósítása szerint Indonézia 418 millió dolláros adótartozást szeretne behajtani a Google-től. A követelt összeg a tavalyi esztendőre vonatkozik, és a lehetséges késedelmi díjakat is tartalmazza. A helyi hatóságok egy 5 éves időszakot vizsgálnak. A Google jelenleg Szingapúrban adózik az indonéziai bevételei után. A helyi hivatalok állítása alapján az amerikai társaság a 2015-ben fizetendő jövedelemadó és áfa csupán 0,1 százalékát fizette be. Mindez azt jelenti, hogy átszámítva akár 418 millió dolláros adótartozása is lehet. Muhammad Haniv, az indonéz adóhivatal különleges ügyekkel foglalkozó részlegének vezetője közölte, nem csupán lehetséges adóhátralék, hanem bűncselekmény miatt is nyomoznak a Google ellen.

Kína is telítődik

A fejlett piacok után a kínai mobilpiac is eljutott saját határai csúcspontjára. A kínai Ministry of Industry and Information Technology (MIIT) jelentése szerint július hónap végén már 1,304 milliárd előfizető volt az adatbázisban, akik valamilyen mobilkommunikációs szolgáltatást vettek igénybe. Ez alig 0,3 százalékos növekedést jelent havi szinten, az egy évvel korábbi állapothoz képest azonban már 0,73 százalékos a bővülés, ami különösen az óriási szám és a teljes lakosság viszonylatában mondható jelentősnek. Az előfizetők ezzel ugyanis a teljes kínai lakosság 94,1 százalékát tették ki, ami jól mutatja, hogy az elmúlt 10-15 évben milyen nagy utat tett meg az ország. Legalább ilyen fontos, hogy csaknem 650 millió előfizető már az új LTE technológiát veszi igénybe, a 3G esetében ez 211 millió fő, míg mobilnetes elérést már több mint 1 milliárd ember használ.

ABC Data lett a Xiaomi forgalmazója

Az ABC Data nemzetközi IT- és szórakoztatóelektronikai disztribútor bejelentette, hogy a vállalat lett az első



hivatalos Xiaomi márkaforgalmazó az Európai Unióban. Az ABC Data a lengyel piacon kezdi meg vezető okos-telefon-gyártó termékeinek értékesítését, és folyamatosan terjeszti ki a márka disztribúcióját a közép-kelet-európai régió többi országára. Az ABC Data – az egyetlen, a közép-kelet-európai régió mind a nyolc kulcspiacán közvetlenül jelen lévő IT- és szórakoztatóelektronikai disztribútór kínálatában először az Xiaomi Mi5, a Xiaomi Redmi Note 3 és a Xiaomi Redmi 3S modellek jelennek meg, majd a következő évben a kínálat várhatóan olyan termékkategóriákkal bővül, mint a fitnesscsuklópántok, audio termékek és hordozható töltők.

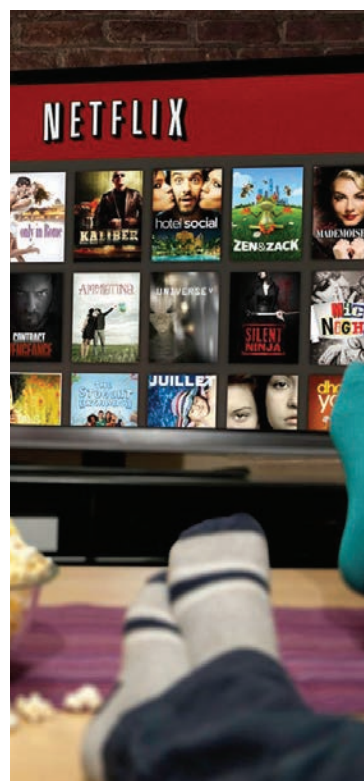


Külföldre megy az online hirdetés

A kis- és középvállalatok által leggyakrabban alkalmazott 10 marketingeszközből 9 online. A Facebook jelentősége tovább erősödött a hirdetőik körében. A kis cégek már átlagban kétmillió forint felett költenek marketingre, de sajnos még „importra”: a pénz ugyanis jobbra a Facebookhoz és a Google-hoz kerül, derül ki Marketing Commando 1700 fő megkérdezésével készült friss online felméréséből. Magyarország első kkv-marketingkutatása 2009-ben készült, ekkor még a mikro-, kis- és közepes vállalkozások mindössze egyharmada folytatott tudatos marketingtevékenységet, éves szinten átlagosan a forgalmuk 4%-át fordítva rá. Mára megfordultak az arányok: csupán a kkv-k egyharmadáról mondható el, hogy nem vagy keveset költ marketingre. Az eszközök terén is sokat változott a vállalkozások gyakorlata: az első felmérés idején a válaszadók legkedveltebb reklámeszközei az internet (54%), amely ekkor szinte kizárólag a saját honlapot jelentette, a nyomtatott média (35%) és a szórólap (26%) voltak, amelyeket – a honlap kivételével – szinte teljesen háttérbe szorítottak a kifinomultabb digitális marketingmegoldások.

6000 óra

A világ legnagyobb kábeltelevíziós társaságának számító Liberty Global bejelentette, hogy globális szintű kooperációt indított a Netflixszel. A streamszolgáltató fizetni fog azért, hogy alkalmazása felkerüljön a UPC anyavállalatának beltéri egységeire, ami által a felhasználók hatezer órányi tartalommal – filmekkel, tévésorozatokkal és dokumentumműsorokkal – gazdagodhatnak. A több évre megkötött együttműködés a világ több mint 30 államára vonatkozik, de azt még nem lehet tudni, hogy a partnerség az egyes országokban pontosan mikor kezdődik el.



Gázt ad az Apple

A Financial Times cikke szerint a tech óriás, az Apple a McLaren felvásárlását vagy a brit cégcsoportban való rész tulajdon szerzését fontolgatja. A cupertinói cég a Forma-1-es csapatot, az utcaautó-gyártó céget és mérnöki, technológiai fejlesztést végző és szolgáltatásokat nyújtó részlegeket tömörítő teljes McLaren Technology Groupra vetett szemet. A McLaren értéke valahol 1-1,5 milliárd font (360-540 Mrd Ft) között van. Az Apple-t elsősorban a szupersportkocsikat gyártó McLaren Automotive érdekelheti, hiszen a cég a háttérben évek óta dolgozik saját autópári projektjén, amelynek végcélja az önjáró elektromos autók piacra dobása. A McLaren megszerzése vagy bevonása egyszerre hozna komoly szakértelmet és presztízt az Apple-nek ezen a téren.



Újdonságok



Európában is Family Hub

Immár az európai változata is elérhető az ázsiai piacokon nagy sikert aratott Family Hub hűtőszekrénynek. Az eredeti Family Hub hűtőszekrényhez hasonlóan az európai változat is rendelkezik a Samsung exkluzív Twin Cooling Plus technológiájával, amely a hűtőt és a fagyasztót két külön párologtatóval hűti, és az ételek számára optimális hőmérsékletet, valamint páratartalmat tart fenn. Ezenkívül a Family Hub hűtőszekrény Precise Chef Cooling funkcióval is büszkélkedhet, amely biztosítja, hogy a hőmérséklet-ingadozás legfeljebb $\pm 0,5$ fokos legyen. A Twin Cooling Plus és a Precise Chef Cooling technológia kombinációjának köszönhetően az ételek a lehető legfrissebbek maradnak állandó, optimális hőmérsékleten, a szagok pedig nem keverednek a hűtőtér és a fagyasztó között.

Robotgép ínyenceknek

Robotgépekre még nem jellemző hogy érintőképernyőt kapjanak, de a Panasonic ezzel is jelzi, hogy nem akármilyen robottal van dolgunk. Itt érhető el az étel-előkészítésre és ételkészítésre szánt öt előre programozott funkció is, vagyis egyetlen érintéssel indíthatjuk például az aprítást, a dagasztást vagy a turmixolást. A modell egyébként összesen 33 funkcióval rendelkezik, szóval meglehetősen széles repertórából választhatunk. A 13 tartozék mindegyike mosogatógépben is mosható.



Főszerepben az energia

Az LG Electronics az európai piacra fejlesztett Centum System mosógép után a termékcsalád tagjaként új hűtőszekrényt mutat be. Az alul fagyasztós hűtő, amelyet az IFA-n mutatnak be, elnyerte a meggyőző „A+++ –30%” energiatanúsítványt, a német tudományos és technikai szövetség, a VDE pedig 20 év élettartamra hitelesítette. A Centum System™ hűtőszekrénnel elérhető éves becsült energiamegtakarítás 198,8 kWh, ami természetesen az egyéni használati szokások függvényében változhat.



Pengeélen

A Chef'sChoice forradalmi készítője egy korszerű, továbbfejlesztett gyémántsiszoló technológiát használ. A maga nemében első a piacon, hiszen elképesztően gyorsan hoz létre hihetetlenül éles és tartós élt a 15 fokos kerámia- és az acélkéseken egyaránt. Az elegáns kialakítás három élezési fokozattal és precíziós vezetőekkel párosul, így könnyedén élezhetők a konyhai, háztartási, filéző- és zsebkések is. A Chef'sChoice élezője egy íves elstruktúrát hoz létre az élen, ami hosszú élettartamáról és tartósságáról híres. Erről az ív alakú élről tudott, hogy sokkal erősebb és tartósabb, mint a homorúra élezett, vagy a hagyományos „V” alakú él.



Retró másként

A Russell Hobbs retró grillezője remek megoldást nyújt hamburgerhús, csirke, kolbász, sajtos szendvics és még sok minden más otthoni elkészítésére. Az egészség jegyében úgy tervezték a készüléket, hogy a felesleges zsíradék elvezethető legyen egy külön csepegtetőtálca, ezáltal akár 42%-kal csökkenthető az ételek zsírtartalma. Bár a külső retró, a kijelző pontosan mutatja, mikor éri el a grill a megfelelő hőmérsékletet, amelybe kialakításának köszönhetően nagyobb húsok is készíthetők. A grill-lapok könnyedén eltávolíthatóak és mosogatógébben moshatók.



Hajápolás Remington módra

A Remington új, női hajformázó PROluxe termécsaládjá az egész napon át tartós frizura kialakítását helyezte előtérbe, úgy, hogy a haj maximális védelmére is figyel. Az intelligens OPTIheat technológiának köszönhetően egész napon át kitartó frizurát biztosít; a végeredmény pedig varázslatosan gyönyörű, egészséges haj. A dizájnt illetően a gyöngyháyszínű fehér és rózsaszín kialakítás pedig rendkívül exkluzívá teszi a termécsaládot, amely hajszárítóból, hajsimítóból, hajszűtővasból és egy kúpvásból áll.



Tökéletes tisztaság az AEG-től

Az AEG a 2016-os IFA-n mutatta be új mosó- és szárítógépeit, amelyek új szintre emelik a textilápolás fogalmát, hogy a készülékekre a legfinomabb szöveteket is rábízhatunk. A ProSense technológiájú új mosógépek automatikusan a töltethez igazítják a mosási ciklust, a víz- és energiafogyasztást, így pontosan annyi ideig és úgy mossák ruhákat, ahogy arra szükség van. A mosási programot gőzöléssel fejezik be, így csökkentve a ruhák gyűrődését, a gőzfunkció ráadásul mosás nélkül is használható: kisimítja a ráncokat, és eltünteti a kellemetlen szagokat az alig viselt ruhákból. Az ÖKOMix technológia teljesen feloldja a vízben a mosó- és öblítőszer, mielőtt az a dobba kerülne. Oldott mosószeres (majd öblítőszeres) vizet permetez a ruhákra, ami mélyebben jut a szövetszálak közé, hogy azok tökéletesen tiszták, frissek és puhák legyenek. Az új AEG szárítógépcsalád tökéletes párost alkot a mosógépekkel. A ProSense szárítógépek szintén a töltethez igazítják a programot, hogy a szárítási idő, a páratartalom és hőmérséklet az anyagok típusának megfelelően. A hagyományos készülékekhez képest feleakkora hőmérsékleten is tökéletesen szárítanak, ráadásul úgy, hogy nem növelik meg a szárítási időt.



SELL KOMMENT

A talajra vetülő LED-világítás inkább dizájnelemnek tűnik, mint valódi praktikumnak, hiszen az ajtót se így se, úgy se lehetne kinyitni, amíg a program tart. Mint marketingfogás azonban kétségkívül kiváló.

Mosogatógép Milánóból

Az olasz Fulgor Milano márka nemrég mutatta be, új „A+++” energiasztyázatú mosogatógépét, amely az állítható kosaraknak köszönhetően nagyon kényelmes elhelyezést kínál az evőeszközök számára. A belső és a külső ajtó is rozsdamentes acélból készült a könnyebb tisztíthatóság és mindenekelőtt a hosszabb élettartam jegyében. A készülék házon lévő aktív LED-világítás a földön is látható, hogy véletlenül se tudja valaki – bár nem is lehet – a ciklus ideje alatt kinyitni a mosogatógép ajtaját. A biztonságos működésről az Aquaprotekt rendszer gondoskodik, ami megakadályozza a szivárgást.

Érdekességek



1TB

Rekordkapacitású SD-kártyát mutatott a kölni Photokina kiállításon a SanDisk. A memóriakártya elsőként érte el az 1 terabájtos tárhelykapacitást az SDXC szabvánnyal, az érték pedig duplázza az épp két éve bemutatott, akkor ugyancsak rekordernek számító 512 gigabájtos modell tárhelykapacitását. Az SD-kártyával a vállalat elsősorban a profi fényképezőket és filmeseket veszi majd célba, akiknek a 4K vagy 8K felbontású felvételekhez egyre nagyobb tárhelyre van szükségük. Az eszköz UHS-I interfészt használ, amelynek elméleti maximális sebessége 104 MB/s.



Nyomtató mobilra

Kifejezetten okostelefonokhoz készült a HP Sprocket nevű kiegészítője, ami valójában egy fotónyomtató. A gyártó koncepciója, hogy igenis kinyomtathatunk a telefonnal készült képeket, amennyiben lenne hozzá egy ideális nyomtató. A nyomtatási technológia a ZINK névre hallgat, amely egy speciális termomnyomtatási megoldás: a papírra a gyárban felhordott mikroszkopikus kristályok a felmelegítés hatására a hőmérséklet függvényében más és más színt kapnak. Bár a képminőség elmarad attól, amit a hagyományos fotónyomtatók tudnak, a Sprocket kicsi, jól hordozható, a nyomatok vízállóak, ráadásul a hátuk öntapadós, úgyhogy még matricának is jók.



Egy kis plusz

Már Magyarországon is kapható az Alcatel első 2 in 1 hibrid mobil eszköze, a Plus 10. A Windows 10 operációs rendszerrel működő eszköz négymagos processzorral 2 GB RAM-mal és 32 GB belső háttérrel érkezik. A memória mikro-SD-kártyával 64 gigabájtig, külső vinceszterrel 128 gigabájtig bővíthető. A tablethez igazított csökkentett méretű klaviatúrában 4G/LTE SIM modem található, ennek segítségével a billentyűzet 15 eszköz csatlakoztatására is alkalmas wifihotspottá alakítható. Az ultrahordozhatóság jegyében az eszközt mikro-USB-s kimenettel látták el, így az akár okostelefon-töltővel is feltölthető.



Vezeték nélkül

A Logitech bemutatta a Z337 Bold Sound with Bluetooth névre keresztelt hangrendszerét. Ez az első, otthoni használatra tervezett hangrendszer a vállalatától, amely Bluetooth-kapcsolattal rendelkező számítógépekről, tabletekről és okostelefonokról – amelyek között ráadásul egyszerűen és gyorsan váltogathatunk – is képes zenét lejátszani. A 80 wattos maximális teljesítménye mellett a Z337 tiszta mélyeket és magasakat kínál. A vezeték nélküli kapcsolódási lehetőségeken kívül a rendszer 3,5 milliméteres jackkel és RCA-kábellel is csatlakoztatható. Így egyszerűen összeköthetünk egy monitort, számítógépet vagy játék-konzolt a rendszerrel, míg okos eszközeinkkel élvezhetjük a vezeték nélküliség szabadságát.

Üzemidő: 24 nap

A Microsoft piaca dobta valószínűsíthetően utolsó Nokia néven futó mobilját, a 216-ot. A modell nem az okostelefonok sorát erősíti, viszont megközelítőleg 10 000 forintos árával és 24 napos üzemidejével (igen, 24 nap) sokak számára vonzó lehet. A 2,4 colos, nem érintőképernyős kijelzőn az Opera Mini böngészője fut és Facebook-alkalmazás is megtalálható rajta, sőt még játékok is tölthetők le. A bluetoothhoz is képes Nokia 216 egy 0,3 megapixeles kamerát is kapott, bár hogy minek, azt nem tudni.



Itt az első moduláris notebook

Nem valamelyik nagy gyártó, hanem a Kangaroo nevű márka alkotta meg a világ első moduláris notebookját. A 11,6 hüvelykes kijelző HD felbontást kínál, és nem hiányzik belőle a hangrendszer, webkamera, a mikrofon, az akkumulátor, a billentyűzet, valamint a tapipad sem. Igen ám, de Kangaroo notebook csak a különállóan behelyezhető Kangaroo Mini nevű modulál működik, ami tulajdonképpen a gép lelke. Ebben a modulban található az Intel Atom x5-Z8350-as SoC, a 2 GB-os DDR3L-RS szabványú rendszer-memória, valamint a 32 GB-os eMMC adattároló, ami microSD memóriakártyával maximum 256 GB-nyi kapacitással egészíthető ki. Ezt a modult lehet majd folyamatosan cserélni, és így növelni a gép kapacitását.



SELL KOMMENT

Kétségtelenül különlegessé teszi az egeret a pulzusz mérő, csak vigyázni kell, hogy játék közben ne menjen fel túlságosan a pumpa, mert félő, hogy anyu másnap nem enged majd játszani minket egészségügyi okokra hivatkozva.

Ne kapd fel a vizet

Nem spórolt a fejlesztéseken a Mionix új gamer egerével, amelynek lelkét a népszerű PixArt PMW-3360-as szenzor adja, amely 12 000 DPI-s maximális felbontással dolgozhat, de az aktuális érzékenység öt lépcsőben állítható, akár még játék közben is. Bár hét programozható gomb és RGB LED alapú világítás is erősíti az érdemeit, mégsem ezek a fő extrái, hanem a biometrikus szenzorok, amelyek egyrészt a játékos pulzusszámát mérik, másrészt a GSR ellenőrzésével az is kiderül, mennyire izzad a delikvens tenyere. Az új eger négyrétegnyi sötétszürke gumibevonattal gondoskodik a biztos és kényelmes fogásról, fedélzetén pedig 32 bites ARM Cortex M3-as processzor teljesít szolgálatot, amely 32 MHz-en kettyeg.



Új fényképező a Panasonictól

A Panasonic bemutatta a legújabb LUMIX bridge fényképezőgépet, a DMC FZ2000-es modellt, amely 20×-os optikai zoomot biztosító objektívvel, 1,0 hüvelykes MOS-érzékelővel, MOV/MP4 formátumú, korlátlan 4K videorögzítést kínál. Ezek a tulajdonságok messze a hagyományos kompakt fényképezőgép fölé emelik, hiszen rendkívül hatékony fotózást és kitűnő videorögzítést tesz lehetővé. A LUMIX FZ2000 remek készülék mind a félprofi videósoknak, mind pedig a hobbifotósoknak, hiszen kompakt mérete ellenére mindkét csoportnak professzionális képfelvételi funkciókat kínál. Az egyedülálló videofelvétel mellett a modell olyan professzionális funkciókkal is rendelkezik, mint a Dolly Zoom, VFR (állítható képkockasebesség), gyorsított felvétel és Stop Motion.

HATÁROZOTTAN ELŐRE



A Beko határozottan lépked előre idehaza, és évről évre egyre komolyabb pozíciókat szerez meg a magyar piacon. Az idei évben azonban minden korábbinál nagyobb növekedési célt tűzött ki maga elé a márka. A 2016-os eredményekről, a sikerek háttéréről és a márka terveiről Kovács Tibort, a Bekót forgalmazó Hauser Magyarország Kft. kereskedelmi igazgatóját kérdeztük.

Hogyan alakult az idei év az önök számára, mennyiben sikerült megvalósítani azokat az ambiciózus terveket, amelyeket az év elején említett, illetve a tavaszi partnertalálkozójukon is hangsúlyozott?

Az idei év nagyon jól sikerült számunkra eddig, még a nyári hónapokban is kimagasló forgalmi számokat produkáltunk. Ha az év hátralévő része is úgy alakul, ahogy eddig, akkor messze a legoptimistább várakozásainkat is meghaladó eredménnyel zárhatjuk majd 2016-ot. Ezért úgy tűnik, hogy elsősorban az év végi Grundig televízióforgalmunk dönti majd el, hogy sikerül-e a kitűzött céljainkat teljes egészében megvalósítani. Sajnos e tekintetben azonban a kilátásaink nem a legkedvezőbbek. Egyrészt a Grundig márka Európában mindenhol a belépő kategória felett szerepel, ami miatt igen nehéz a hazai piacon versenyképes árakkal megjelenünk, másrészt pedig ebben a szegmensben nem tartunk raktárkészletet, csak megrendelésre szállítjuk a termékeket. Az ebből eredő folytonossághiány nyilván hátráltat minket, de ennek ellenére bízunk benne, hogy a karácsonyi szezonban azért ebben a termékcsoportban is eredményesek leszünk.

Mely termékcsoportokban sikerült különösen jó eredményt elérniük?

Tradicionálisan a hűtőszekrény- és a mosógépszegmensben erős a Beko márka idehaza, ezekben a termékkörökben 10 százalék feletti piacrészt tudhatunk magunkénak. Így természetesen ezek a területek jelentették a legnagyobb húzóerőt az idén is. A legnagyobb fejlő-

dést azonban a beépíthető készülékek vonatkozásában sikerült elérni. Ugyan ez a terület újnak számít a választékunkban, és ezért a növekedés lényegesen szemléletesebb, de az azért így is beszédes, hogy nem egészen egy év alatt a Beko tényezővé lépett elő ebben a szegmensben, és a márka a piackutatásokban nem az egyéb kategóriában, hanem önállóan szerepel.

Minek köszönhetőek az idei eredmények? Miben más a Beko idén, mint tavaly volt?

A Beko a minőség, az ár és a dizájn olyan kombinációját kínálja termékeivel, ami összhangban van a magyar vásárlók elvárásaival. Ez kulcsfontosságú az eredményességben, de a sikernek több egyéb összetevője is van. Az idei növekedés egyik része organikus, vagyis a termékválaszték bővítéséből származik. A márka kínálatba bekerültek olyan termékkörök, mint a beépíthető készülékek, a kisgépek, a mikrohullámú sütők és a porszívók. Másrészt változott a forgalmi struktúra is, minden cikkcsoportban a közép- és felső kategória irányába mozdult el a szortiment. Valamint nagyban hozzájárult az eredményességhez az „after sales” szolgáltatásaink javítása és a marketingtevékenységünk fokozása is. Előbbinek köszönhetően beépíthető termékeinkre 5 év, a biztosításalapúnál megbízhatóbb gyári garanciát tudunk vállalni. Utóbbi esetében pedig a korábban jellemző POS jellegű marketing mellett országos ATL aktivitásokra is sor került, amelyekben a Barcelona prémium partnerkapcsolatot kihasználva igyekeztünk a márkanévet erősíteni a rádióban, online és „outdoor” felületeken egyaránt.

Miben látható már most is az említett marketingtevékenységnek a hatása?

Az értékesítési eredmények mellett jelentős fejlődést értünk el a márkaismertség területén a marketingtevékenységünk által. Versenytársainkat tekintve az „A” brandek ismertsége korábban nagyságrendileg a duplája volt a Beko márkához képest. Az idén ezt a hátrányt sikerült jelentősen lecsökkenteni, és mostanra egyre több vásárló van tisztában azzal, hogy mi is az a Beko.

Az év hátralevő részében várható még további aktivitás?

A szeptemberi rádiókampányt követően a Bajnokok Ligája-mérkőzések közvetítése során is megjelenünk. Egészen a tornadöntőig minden meccs előtt, után és a szünetében is látható lesz Beko reklámspot. A fővárosban néhány „gigaboardon” is feltűnik a márka, illetve folyamatosan jelen leszünk különféle online felületeken is. Ezenfelül folytatódik az 5 év garancia promóciónk, valamint egyes partnereinknél márkakatalógusok révén is találkozhatnak a vásárlók a márkával.

Mely területekben lát még további potenciált a márka számára?

A termékkínálat fejlesztése mellett a minőségi szolgáltatások, illetve a marketing fejlesztésével lehet véleményem szerint további előrelépést elérni. Az idén jelentősen javult a szervizhálózatunk, többek között az 5 év garanciavállalás is ennek köszönhetően jöhetett létre. A szervizszolgáltatás különösen fontos tényező az üzletpolitikánkban. Úgy gondoljuk, hogy megfelelő szolgáltatási színvonallal egy meghibásodásból is előnyt lehet kovácsolni, amely egy későbbi vásárlásnál, termékválasztásnál előnyhöz juttathat, mert a vásárló nem úgy fog emlékezni a márkára, mint amivel gond volt, hanem úgy, hogy még a hibaelhárítás zökkenőmentesen történt. Éppen ezért arra törekszünk, hogy az elvárt és előírt színvonalnál magasabb minőségben, a lehető leggyorsabban, mindenféle fennakadás nélkül szolgáljuk ki vásárlóinkat, valamint hogy a szerviz anyagi érdekeinek áthidalásával a vásárló érdekei kerülhessenek előtérbe. Így például öt – hűtőszekrényeknél három – napon belül minden esetben kijavítjuk a hibát, vagy cserekészüléket ajánlunk fel egy esetlegesen hosszabb időt igénybe vevő javítás idejére. Marketing vonatkozásában pedig azzal szeretnénk fokozni a hatékonyságot, hogy mérettől függetlenül minden partnerünket a számukra megfelelő marketingeszközzel segítjük. A már tervezés alatt álló jövő évi marketingkoncepciónk egyik legfontosabb eleme éppen ezért a személyre szabott marketingtámogatás bevezetése.

A Beko az idei IFA-n számos újdonságot, technológiai fejlesztést mutatott be. Ezek közül melyeket érdemes kiemelni?

Gyakorlatilag bármelyik új technológiát felsorolhatnám, nehéz pusztán csak néhányat kiemelni ezek közül. Érdekes fejlesztés például a Split és Cook® technológia, amely segítségével a sütők 82 literes kapacitása két részre osztható, és mindkét részben külön szabályozható a hőmérséklet. A kombinált, mosó-száritó gépekben alkalmazott IonGuard ionizáló technológia szintén említést érdemel, amely megszünteti a kellemetlen szagokat, valamint abban is segít, hogy a megszáritott ruhák akkor is gyűrődésmentesek maradjanak, ha nem pakolják ki azonnal a dobot. A tesztek szerint akár nyolc órán át is



Kovács Tibor

a dobben maradhatnak a megszáritott ruhák. De a hűtőszekrényeknél is több hasznos újdonság jelent meg. Az Active Fresh Blue Light technológia a természetes fényviszonyokat szimulálva megvédi az élelmiszerek C-vitamin-tartalmát, így a zöldségek és gyümölcsök természetes színe és íze sokáig megmarad. A HerbBox pedig ideális feltételeket teremt a gyógynövények és zöldségek frissen tartására akár 20 napon keresztül. Praktikus megoldásokra is számos példa akad. A hűtők belső elrendezése teljesen személyre szabható, a széles hűtőkben pedig még összecsukható polc is van. Ennek az a lényege, hogy a felénél kettéhajtható, és az alatta lévő polcra támaszkodik, és így mellette egy dupla magasságú hely jön létre, ahová olyasmit is pakolhatunk, ami egyébként nem férne a hűtőbe. A sütőkhöz pedig ötletes kiegészítőket is fejlesztett a Beko. A HomeFries például egy forgó kosár, amelyben tökéletes sült krumplit, panírozott húsokat, zöldségeket süthetünk, de még pattogatott kukorica készítésére is alkalmas. Mindez úgy, hogy a hagyományos sütéshez képest tízszer kevesebb olaj kerül az ételekbe.



Piaci tekintetben mely fejlesztések lehetnek különösen fontosak?

Úgy vélem, piaci vonatkozásban az alacsony energiafogyasztást biztosító fejlesztések és a praktikus megoldásokat kínáló innovációk számíthatnak elsősorban kedvező fogadtatásra. Utóbbiak esetében azonban az is fontos, hogy azok nem feltétlenül látszanak, nem minden esetben magától értetődőek, ezért azokat be is kell mutatni a vásárlóknak. Természetesen a speciális technológiák is fontosak, de a döntés, kiválasztás során ezek kisebb súllyal esnek latba a vásárlók zöménél megítélésem szerint. Így különösen fontos lehet, hogy a bemutatott sütők „A++” energiasztályaiba tartoznak, illetve ha kettéosztott módon használják a sütőt, az további 40% energiamegtakarítást eredményez. A Beko új, beépíthető gáz főzőlapjaiba nagy hatékonyságú gázégők kerültek, ezek akár 25%-kal kevesebb gázt fogyasztanak. A gyorsabb és egyenletesebb melegítés ráadásul a főzési időt is jelentősen csökkenti. Szintén fontos, hogy a mosó- és szárítógépek az „A+++” energiasztályaiba tartoznak, és így 70%-kal kevesebb energiát használnak, mint az „A” osztályú mosógépek. Valamint az is lényeges, hogy a hűtőszekrények energiahatékonysági világrekordját a Beko „A+++” hűtőszekrényei tartják, amelyek 72%-kal kevesebb energiát fogyasztanak, mint egy azonos méretű és tulajdonságú „A”, és 60%-kal kevesebbet, mint az „A+” osztályú hűtőfagyasztó gép. Praktikus megoldásokat illetően pedig a már említett sütőkhöz tartozó HomeFries kosár lehet érdekes, a mosogatógépekben található nagyobb rugalmasságot biztosító belső elrendezési lehetőségek, illetve a síkban teljesen integrálható beépíthető mosogatógép. De talán az sem lényegtelen, hogy jelenleg a Beko készíti a világ legcsendesebb hűtőszekrényét, amelynek az átlag-

vezett szigetelési technológiának köszönhetően mindössze 34 dBA a zajszintje.

Az említett újdonságok a hazai piacon is megjelennek?

Zömében igen. A hazai bevezetést elsősorban két tényező befolyásolja. Az egyik, hogy a nagyobb vásárlóerővel rendelkező piacok előnyt élveznek, így a legújabb fejlesztések elsőként ezekben az országokban jelennek meg. Hozzánk pedig félév, háromnegyed év csúszással, esetenként még később érkeznek csak meg. A másik szempont pedig, hogy először nem csúcstechnológiára koncentrálnunk, hanem arra, hogy a legjobban használható újítások jelenjenek meg idehaza, amelyek piaci szempontból is fontosak. Persze a csúcstechnológia bemutatása sem mellékes, hiszen ezáltal a középkategória iránt is nagyobb lesz a vásárlók bizalma.

Mi a helyzet a Grundig márkával? Várható, hogy ezzel a branddel is belépnek a hazai piacra?

Tervezzük, hogy a Grundig márkával a nagy háztartásigép-szegmensben is megjelenünk. Egyelőre azonban még nem rendelkezünk olyan árkalkulációval, amellyel a készülékek idehaza is versenyképesek lehetnek. Az árak kialakítása már folyamatban van, de a bevezetést egy komoly piackutatásnak is meg kell előznie, ezért 2017 első félévében még biztosan nem kerül be a kínálatunkba a Grundig nagygép.

Mi az, amiben egyébként a Grundig versenyképes lehet a nagygéppiacon?

Az egyedi dizájn mellett a különleges funkcionalitás a márka legnagyobb előnye, amely nemcsak a jellemző elvárásoknak felel meg, de látsens fogyasztói igények kielégítését is lehetővé teszi. Úgy gondolom, ez a két ismérv elegendő, hogy a Grundig termékei versenyképesek lehessenek abban a szegmensben, ahová a márka pozicionálható.

„A MÁR TERVEZÉS ALATT ÁLLÓ JÖVŐ ÉVI MARKETINGKONCEPCIÓNK EGYIK LEGFONTOSABB ELEME ÉPPEN EZÉRT A SZEMÉLYRE SZABOTT MARKETINGTÁMOGATÁS BEVEZETÉSE.”

Az elhagyott szegmens

MÍG AZ ELŐL TÖLTŐS MOSÓGÉPEK KATEGÓRIÁJÁBAN GYAKORLATILAG MINDEN HÁZTARTÁSIGÉP-GYÁRTÓ KÉPVISELTETI MAGÁT, ADDIG A FELÜL TÖLTŐS SZEGMENSEN NÉHÁNY MODELLTŐL ÉS NÉHÁNY SZÁZALÉK PIACRÉSZTŐL ELTEKINTVE TULAJDONKÉPPEN KÉT CÉG OSZTOZIK. VAJON MIÉRT?

A mosógépek nagyságrendileg a háztartásigép-piac egynegyedét teszik ki, és ezzel az egyik legfontosabb termékcsoportként vannak jelen a piacon. A felül töltős készülékek pedig a mosógépszegmens harmadát adják, ami megközelítőleg ugyanannyi, mint a normál elől töltős, illetve a keskeny elől töltős modellek részaránya a termékcsoporton belül. Ebből pedig arra gondolhatnánk, hogy a felül töltős kategória igencsak fontos terület a gyártók számára, még akkor is, ha a termékkör részaránya csökkenő tendenciát mutat. A helyzet azonban az, hogy a Whirlpool és az Electrolux-csoport mellett csupán néhány márkának néhány készüléke van jelen a szegmensben. Ennek két oka lehet. Az egyik, hogy a többi gyártó nem tud felül töltős készüléket gyártani, a másik pedig, hogy nem éri meg nekik a termékcsoportban képviseltetni magukat. Tulajdonképpen mindkettő igaz. A felül töltős kivitel elsősorban Kelet-Európában divat. Ebben a régióban jellemző a panel néven elhíresült lakástípus, amely az esetek zömében igen kicsi fürdőszobával rendelkezik, következésképpen szinte kizárólag felül töltős mosógépet lehet bennük elhelyezni. A keskeny elől töltős változatok ugyan alternatívát kínálnak, ami magyarázat a csökkenő „toploader”-részarányra, de az elől töltős mosógépek ajtónyitási helyigénye és persze a megszokás azonban továbbra is keresletet támaszt a felül töltős modellek iránt. S bár egy magyar, egy cseh vagy egy lengyel piacon ez nem kevés darabot jelent, globális szinten nem

igazán mérvadó a dolog. Ezért szűkösek a gyártókapacitások és ezért alig néhány gyárban készülnek csak felül töltős modellek Európában. Ez pedig annak a magyarázata is, hogy miért nem tud minden márkának felül töltős készüléket gyártani. Ha egy cég mégis be akar szállni a felül töltős piacba, akkor három lehetősége van: vagy épít egy gyárat, vagy vesz egy gyárat, vagy gyártat valakivel készüléket. A zöldmezős beruházás, azaz egy új gyár építése a szegmens fentebb részletezett szűkössége miatt nem éri meg. Bár tegyük hozzá, hogy ha nem csak magának gyártana az új üzemben, akkor már jobb biznisznek tűnhet a dolog. Nem véletlen, hogy a Fagor romjain épülő Brandt éppen azon töri a fejét, hogy a saját márkanév alatt készülő felül töltős modellekhez hozzácsapna egy kis OEM gyártást is. A másik lehetőség az akvizíció. Momentán ehhez nem igazán van eladósorban lévő gyár, ami azért picit megnehezíti a dolgot. De ne felejtjük el, hogy az iparág zömének elkerekedett a szeme, amikor a Whirlpool bejelentette az Indesit felvásárlását, szóval akár még ilyesmi is történhet. A legegyszerűbb, leggyorsabb és leginkább kivitelezhető megoldás azonban a harmadik opció, vagyis a gyártatás. Azonban ezzel is van egy kis gond. Az európai üzemek kapacitása nem elég ahhoz, hogy még más márkákat is kiszolgáljanak, arról nem is beszélve, hogy az sem biztos, hogy egyáltalán akarnák ezt. Így mi marad? Hát persze hogy Kína. A távol-keleti gyártatás azonban drága. Nem maga a gyártás, hanem a logisz-

tika kerül annyiba, hogy nehéz az érzékeny keleti-európai piacokon versenyképes árral megjeleníteni. Ráadásul az is borítékolható, hogy a termékcsoport domináns szereplőinek is lenne egy-két szava ahhoz, ha egy új márkának igyekeznie a lábát megvetni a területen. Szóval nem túl egyszerű a felül töltős piacon pályára lépni, de mindezek ellenére egyáltalán nem kizárt, hogy lesz azért olyan, aki megpróbál betörni az elhagyott szegmensbe.





Összemosódás

A felül töltős mosógépek növekedése

MINDIG IS KÉRDÉS VOLT, HOGY ELÖL VAGY FELÜL TÖLTŐS MOSÓGÉPET ÉRDEMES-E VÁSÁROLNI, ÉS HOGY MIÉRT AZT, AMELYIKET. A RÉGI ÉRVEK ÉS ELLENÉRVEK A MAI PIACI HELYZET FÜGGVÉNYÉBEN AZONBAN MÁR EGYRE KEVÉSBÉ TÚNNEK RELEVÁNSNAK. GONDOLUNK ITT ELSŐSORBAN A KAPACITÁSRA ÉS A MOSÁSI HATÉKONYSÁGRA.



[photo by shannon lorg]

Melyik legyen: elől vagy felül töltős?

„Nekünk pici babánk van, és panelben lakunk. Fürdetés után az elől töltős gép tetejére ki tudjuk venni a vízből.”

Gyakorikerdesek.hu

Nagy család, elől töltős mosógép, kis család, felül töltős mosógép. Ha nem is egy-két éve, de nem olyan rég még ez volt az egyik fő nézőpont mosógépgép vásárlása előtt, a piac egyik érdekes változása tehát, hogy a felül töltős modellek beérték nagyobb társaik kapacitását. Pontosabban beérték volna, mert amíg előbbi esetében a kapacitás nemritkán már eléri a 7 kilogrammot, addig az utóbbi a 12 kilogrammos számokat is hozza. Lehet, az elől töltősök az ipari gépek nyomába akarnak eredni, ki tudja. Mindenesetre a mosási kapacitás az átlagos felhasználók, az átlagos családok esetében már nem lehet vásárlási szempont. Különböző fórumokon másik szempontként merül fel az esztétika, e szerint az elől töltős mosógépek szebbek, kétséges azonban, hogy ez valóban így van-e, a dizájn a felül töltős készülékeket sem kímélte, természetesen jó értelemben, a kerek üvegajtó pedig valóban csak ízlés dolga. Ami az elmúlt évekhez képest még mindig releváns tény, az a méret talán, vagyis hogy az a készülék, amelyikbe felülről pakoljuk a ruhákat, keskenyebb is, ez azonban a magyar háztartások perspektívájából nézve csak előnyt jelenthet. A dob rögzítését szokták még emlegetni, hogy az elől töltősöké kétoldali, ezért masszívabb, ezzel bizonyára lehet érvelni, de amíg egy gyártó 5-10, és nemritkán 20 év garanciát vállal a dobra, addig vásárlói szempontból ez szintén nem lehet tényező.

Változások

Csak az elmúlt hat-hét év horizontjából hatalmas változásokon ment át a piac, míg 2009-ben a csúcs energiafogyasztás az „A” osztályzat volt, addig ma illet már csak elvétve lehet találni, és nem ritkák az „A+++ -10%”, sőt „A+++ -20%” gyártói osztályzattal rendelkező modellek sem. A mosási idő rövidüléséről, a szenzortechnika előnyeiről nem is beszélve, egy szóval összefoglalva a minél jobb hatékonyság felé megy a piac, a fogyasztók nagy öröme. Márkakínálatot illetően azonban már más a helyzet, legalábbis ami a magyar piacot illeti, itt nem növekedésről, hanem szűkülésről beszélhetünk, csupán pár nagyobb gyártó kínálatában szerepel nagyobb szortiment, itt viszont kétségtelenül mindent megtalál a vásárló, amit csak szeretne.

AEG

AEG FELÜLTÖLTŐS MOSÓGÉPEK: TÖKÉLETES GONDOSKODÁS 40 CENTIMÉTEREN

A háztartások több mint fele* felültöltős mosógépet használ. Vagy azért, mert kisebb a fürdőszobájuk, és úgy gondolják, ez fér el kényelmesen, vagy azért, mert ezt szokták meg, és nem szeretnék váltani. Az AEG felültöltős modelljei mindössze 40 cm széles helyen biztosítják azt a gondoskodást, amivel a finom blúzok, kényes ingek és puha gyapjú pulóverek nemcsak tökéletesen tiszták lesznek, hanem tovább is maradnak szépek.

Az AEG felültöltős mosógépek OptiSense rendszere automatikusan megméri a töltet súlyát, és ehhez igazítja a mosóprogramot.

A készülék így éppen annyi vizet és áramot fogyaszt, és annyi ideig mos, ami a töltetnek megfelel. Azaz, ha kevesebb a ruha a dobban, akkor a mosógép kevesebb vizet és áramot használ, és a mosás is rövidebb ideig tart. Ezzel pedig megóvjuk a ruhákat a túlmosástól, amik így tovább megőrzik minőségüket.

Hogy ez miért fontos?

Mert a drága holmikat is arra találták ki, hogy viseljék őket. A lehető legtovább anélkül, hogy a színük fakulna, anyaguk megnyúlna vagy veszítene finomságából.

A gőzprogramos AEG mosógépekkel ráadásul nem is kell minden ruhát egyetlen viselés után kimosni. Elég gőzzel felfrissíteni, hogy újra viselhetőek legyenek. A gőz ugyanis kisimítja a ráncokat és gyűrődéseket, és a szagokat is eltávolítja a szövetzálak közül.

Mindemellett az OptiSense rendszerű AEG felültöltős mosógépek mindegyike rendelkezik Woolmark

Blue tanúsítvánnyal, ami igazolja, hogy a ruhacímke szerint kézi mosásra ajánlott textileket is biztonságosan mossák.

Az AEG felültöltős mosógépek az alábbi modellváltozatokban érhetők el:

L88560TLE1 - gőzprogramos, 6 kg töltőkapacitás, A+++ -20% energiaosztály

L78370TLE - gőzprogramos, 7 kg töltőkapacitás, A+++ -10% energiaosztály

L74272TLE - 7 kg töltőkapacitás, A+++ energiaosztály

L71260TL - 6 kg töltőkapacitás, A+++ energiaosztály

L61260 TLE - 6 kg töltőkapacitás, A++ energiaosztály

L61060TLE - 6 kg töltőkapacitás, A++ energiaosztály





Bosch **WOT24457BY**

A Bosch „A+++” energiasztályzatú, felül töltős mosógépe Allergy Plus programját kifejezetten a betegségben szenvedők számára fejlesztette ki. A 7 kilogramm mosási kapacitású modell Active Water rendszerével gondoskodik a ruhatöltet mennyiségéhez történő, megfelelő mennyiségű víz adagolásáról, ezzel is energiát spórolva meg. A programok beállítását nagy méretű kijelző segíti, ami dizájn szempontjából is remekre sikeredett.



Electrolux **EWT1376HGW**

Hét kilogramm kapacitásával a kisgyerekes családoknak is remek választás az Electrolux „A+++ -10%”-os energiahatékonyságú készüléke, amely így gyakori használat mellett sem terheli a rezsit, illetőleg a környezetet. A modell több gőzprogramot is kapott, így a frissítő gőzt, a műszál gőzt, valamint a pamutgőzt. Természetesen olyan opciók is elérhetők, mint a gyorsmosás lehetősége vagy a kímélő mosás.



AEG **L86560TLE1**

Az „A+++ -10%” energiasztállyal rendelkező mosógép bizony nemcsak a hihetetlen energiahatékonyság, de dizájn szempontjából is feladja a leckét. A nagy méretű digitális kijelző, a piros megvilágítás és egészében a kezelőfelület nagyon tetszetősre sikeredett. A 6 kilogramm ruhakapacitású modell programjai között a 20 perces gyorsmosás mellett a ruhafrissítő gőz is megtalálható.



Electrolux **EWT1376HLW**

Több gőzfrissítő programmal is kényezteti a ruhákat az Electrolux „A+++” energiasztályzatú mosógépe, amely nemcsak kíméletesen és hatékonyan, de szinte hangtalanul is mos. A 7 kilogramm ruhakapacitásából adódóan a nagyobb családok igényeit is kiszolgálja, a Woolmark Blue tanúsítvány pedig a csak kézzel mosható gyapjú ruhanevelés számára is a legkíméletesebb mosást nyújtja. A beállításokat digitális kijelző segíti.

Allergy Care

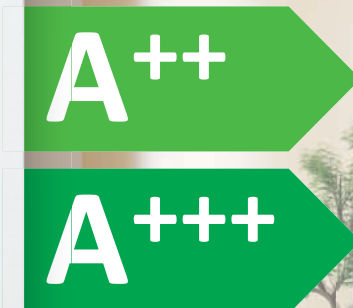
Kifejezetten kíméletes mosás érzékeny bőrű felhasználók számára; több víz felhasználásával a tökéletesen kiöblített ruhákért.

Active Water

Beépített kétfokozatú automata töltésszabályozás, optimalizálja a vízfelhasználást, amivel energia spórolható meg.

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!



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.

Nyeremény: 92 db 4YOU mikrohullámú sütő



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



Whirlpool TDLR 60110

A Whirlpool „A++” energiaosztályzatú, felül töltős mosógépe a gyártó által szabadalmaztatott 6. Érzék szenzor-funkcióval gondoskodik a költséghatékony és tökéletes minőségű mosásról. Számos programja között megtalálható a gyorsmosás, a Colour 15 °C alacsony hőmérsékletű, színekímélő mosás és Eco programok is. A késleltetett indítás mellett az öblítés is időzíthető. A különböző beállításokat digitális kijelző segíti.



Whirlpool TDLR 60230

A márka gyári adata szerint sikerült az energiafogyasztást „A+++ -10%”-ra redukálni, ami kiemelkedően jónak mondható a piaci átlaghoz képest, nem beszélve a környezet tehermentesítésének fontosságáról. A Zen technológia és a 6. Érzék szenzorfunkció gondoskodik a legoptimálisabb feltételek mellett történő mosásról. A 6 kg (pamut) mosási kapacitású modell számos programja között a 30 perces gyorsprogram és az Aqua Eco 19 literes víztakarékos program is megtalálható.



Indesit ITWD 61053 W

A letisztult dizájn, a fehér készülék-ház és a nagy méretű fekete digitális kijelző hármasa egy igazán tetszetős mosógépet eredményezett. A szépségét tudásával is követi az Indesit „A+++” energiaosztályzatú készüléke, amely Energy Saver opciójával akár 70 százalékkal is képes csökkenteni az energiafelhasználást. A kényelem jegyében késleltetett indítás funkciót is kapott csendes működésű modell.



Whirlpool TDLR 65210

A mosógép rendkívül környezetbarát és költséghatékony működését jól mutatja az „A+++ -10%”-os energiahatékonyosság, ami alacsony vízfelhasználással párosul. A 6,5 kg (pamut) mosási kapacitású modell a 6. Érzék szenzorfunkcióval garantálja a tökéletes végeredményű mosás legoptimálisabb feltételeit. A programok beállítását digitális kijelző segíti, a kedvenc programok pedig a memóriában is elmenthetők.

Inverter motor

A szénkefe nélküli inverter technológián alapuló megoldás csökkenti a remegést és a kopást, viszont maximális hatékonyságot kínál, minimális zajjal.

Kézimosás-program

Ugyanolyan hatékonyan és biztosan tisztítja a gyapjú és finom anyagokból készült ruhaneműket, mintha kézzel mostuk volna ki. Ez úgy érhető el, hogy a ruhadarabokat teljesen ellepi a víz és a dob igen alacsony fordulaton forog.

Haier

termékek

minden
igényhez



minőség



Whirlpool TDLR 70220

A Whirlpool „A+++” energiasztályozatú mosógépe 7 kg (pamut) mosási kapacitásával a nagyobb vagy kisgyerekes családok igényeit is könnyedén kiszolgálja. A mosás minőségéről és az optimális energiafelhasználásról a 6. Érzék szenzorfunkció gondoskodik. Számos programja között megtalálható a 30 perces gyorsprogram, az Aqua Eco 19 literes víztakarékos program és több Eco program is. A beállítást digitális kijelző segíti.



Whirlpool TDLR 70230

A márka „A+++” energiasztályozatú mosógépe Zen technológiával és a szabadalmaztatott 6. Érzék szenzorfunkcióval gondoskodik a legoptimálisabb energiafelhasználás melletti tökéletes eredményről. A 7 kg (pamut) mosási kapacitású modell a nagyobb családoknak is remek választás lehet. A mosás utáni Fresh Care frissen tartó dobmozgás megőrzi a ruhák frissességét, fontosabb programjai között megtalálható a gyors, az Eco és az Aqua Eco 19 literes víztakarékos program is.



Whirlpool TDLR 65230

Az „A+++ -10”%-os energiahatékonyság nagyban tehermentesíti a környezetet és a hó végi rezsizámlát is. A 6,5 kg (pamut) mosási kapacitású mosógép Zen technológiával és a 6. Érzék szenzorfunkcióval gondoskodik a makulátlanul tiszta ruhák legoptimálisabb feltételek melletti mosásáról. Számos programja között megtalálható a 30 perces gyors, és az Aqua Eco 19 literes víztakarékos program is. Extrái között elérhető a Fresh Care frissen tartó dobmozgás is.



Zanussi ZWQ61225WA

Mindössze 30 perc alatt képes kimosni egy töltetet a Zanussi „A+++” energiasztályozatú mosógépe, amelynek kapacitása 6 kilogramm, így a kisgyerekes családok számára is ideális választás lehet. A higiénia jegyében az Airflow technológia megakadályozza a kellemetlen szagok és a penész képződését, így a jó illat a dobon belül is garantált lesz. Késleltetett indításra is van lehetőség 3 és 20 óra között.

Opti Sense technológia

A rendszer automatikusan az aktuális töltethez igazítja a ciklus hosszát, ezzel időt, energiát és vizet spórolva meg.

Top-Stop rendszer

A betöltőnyílás mindig kézre áll. A Top-Stop rendszernek köszönhetően a mosási program befejezésekor a dob a mosógépben automatikusan a betöltőnyílással felfelé fordul.

Miért az...

AEG

PROSTEAM (L7FEE48S) MOSÓGÉP?

1

Mert igazodik a töltethez.

A ProSense technológia® automatikusan érzékel minden betett adagot, és ahhoz igazítja a mosási ciklust. A szenzorok pontosan beállítják a mosás menetét, így biztosítva minden ruhadarab számára az optimális tisztaságot.

2

Mert vigyáz a ruhákra.

Woolmark Blue tanúsítványa igazolja, hogy a készülék biztonságosan mossa ki azokat a ruhákat is, amelyek a címke szerint csak kézzel moshatóak.

3

Mert minden ruha finom puha lesz.

A SoftPlus funkcióval hatékonyabban oszlatja el az öblítőt a ruhákon. Ezzel óvja is őket, sőt a mosás végén minden sokkal puhább lesz.

Mert kevesebbet kell vasalni.

A gőz segítségével gyorsan és könnyedén felfrissíti a gyűrött ruhákat, eltávolítja a szagokat, és csökkenti a gyűrődéseket a száraz ruhákon. A mosási ciklus befejező mozzanataként is alkalmazhatunk plusz gőzt, ekkor a ruhák alig, vagy egyáltalán nem igényelnek vasalást.

4

5

Mert hatékony és tartós.

Az Ökoinverter motor a hatékonyság és tartóság legmagasabb szintjét kínálja, miközben a kiválasztott programtól függetlenül kivételes mosási teljesítményt garantál.



AEG



A Whirlpool bemutatja új, szabadonálló tűzhelyek termékcsaládját

A tűzhelyválaszték gáz, indukciós vagy üvegkerámia főzőlappal érhető el elektromos sütővel kombinálva. A termékcsalád leginnovatívabb tagja (AXWF 6634 / IX) az indukciós főzőlappal rendelkező tűzhely, melyen az indukciós technológiának köszönhetően a főzés gyorsabb lesz, és minimális energiavesztéssel jár. Az indukciós főzőlap teljesen biztonságos a kifinomult technológiának köszönhetően, amely automatikusan kikapcsolja a rendszert 1 perc elteltével, ha nem érzékel edényt a főzőlapon, továbbá azonnal kikapcsol, amennyiben folyadék fröccsen a főzőlapra. A tűzhelyek tisztítása során, háromféle technológiát alkalmaznak, így ezek közül választhat a vásárló is: pirolitikus, katalitikus, vagy hidrolitikus módszer, azaz **SmartClean technológia**. A pirolízis technológia magas hőmérsékleten (450-480°C) az ételmaradékokat hamuvá alakítja, amely nedves törölkendővel könnyedén eltávolítható. A katalitikus oldalpanelelkel felszerelt sütőkben speciális anyagból készült anyag található, mely a sütő hőenergiáját használja fel arra, hogy a sütés közben kifröccsenő zsírokat elnyelje. A tisztítás ezáltal gyors és egyszerű! A SmartClean funkció nagyszerű kombinációja a prémium anyagoknak és a fejlett technológiának. A sütő falának titánium felülete és a 100 °C-os gőzkezelés együttes eredményeként a szennyeződések könnyedén, tisztítószer nélkül eltávolíthatók.



Korszerű megjelenés

*Kortalan stílusú megjelenés,
időtálló anyagok.*



Intuíció és könnyű használat

*Könnyen kezelhető, interaktív működés
és gondtalan tisztíthatóság, a vásárlók
nagy örömére.*



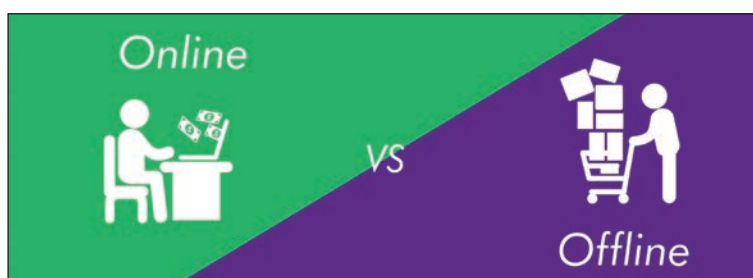
Megnövelt teljesítmény

*Az automata programokkal
bármilyen recept elkészíthető.*

Még a legnehezebb
receptek is
könnyűvé válnak!

Online és Offline

AZ ELMÚLT NÉHÁNY ÉVBEN A MARKETINGAKTIVITÁSOK ZÖME AZ OFFLINE MEGOLDÁSOKTÓL AZ ONLINE ESZKÖZÖK HASZNÁLATÁNAK IRÁNYÁBA TOLÓDOTT EL. EZZEL PÁRHUZAMOSAN AZONBAN JELENTŐSEN ÁT IS ALAKULT MINDKÉT TERÜLET, ÉS MANAPSÁG MÁR KORÁNTSEM AZOKAT AZ ELŐNYÖKET KÍNÁLJÁK A KÜLÖNFÉLE LEHETŐSÉGEK, MINT KORÁBBAN.



Az online marketingeszközöket sokáig szkepticizmus övezte idehaza, részben az internethasználattal kapcsolatos preconcepciók, részben pedig az online kereskedelemmel kapcsolatos fenntartások miatt. Mára feltehetően ez magától is megváltozott volna, azonban a piaci recesszió erőteljesen fel is gyorsította a folyamatot. A válság ugyanis elsőként a marketing-költségvetéseket vágta meg, így a relatív olcsóbb online előtérbe került. Ráadásul a multinacionális cégek központjai, ugyan teljesen más megfontolásból, de éppen az online felületeken történő megjelenést ösztönözték. A világháló használatának legnagyobb előnye azonban nem az ára, már csak azért sem, mert az olcsó húsnek a virtuális térben is híg a leve, és a hatékonyságnak az interneten is ára van. Sokkal fontosabb ezért az a célcsoportelérés és mérhetőség, amit az online kínál. De persze itt sem minden arany, ami fénylik. A kommunikációs üzenetek célzott eljuttatására leginkább azok a platformok képesek, amelyek rendelkeznek bizonyos információkkal a felhasználót illetően. Az ilyen adatokból ugyanis sokkal komplexebb következtetések vonhatóak le a fogyasztóval kapcsolatban, ami lehető-

vé teszi, hogy sokkal célzottabban definiálható maga célcsoport, illetve a potenciális vásárlói kör meghatározásának szórása lényegesen kisebb lehet. Így a Facebook- és Google-hirdetések hatékonysága magasan kiemelkedik, lehetőségek rejlenek a mobilapplikációkban és néhány olyan tematikus felület is szóba jöhet, mint például az ár-összehasonlító oldalak. Az offline nem képes hasonló előnyöket nyújtani, de online is főként csak az említett platformok képesek rá. Ezért az online eszközök zöme a nagy elérés által próbál hatékonyságot kínálni. A nagy elérést biztosító eszközök azonban offline területen jobban működnek, aminek legfőbb oka, hogy a reklám tudatos elkerülése egyszerűbb és gyakoribb a virtuális térben. Nagyon sarkítva, egy óriásplakátról nem kapja el az ember a tekintetét, míg a hirdetés átugrása gombot viszont előszeretettel nyomkodja. Ezt azonban elég nehéz mérésekkel is alátámasztani, mivel az offline elérés szinte egyáltalán nem mérhető, de a mérhetőséget illetően online is akad néhány anomália. Az kétségtelen, hogy minden online eszközhez társíthatók számok is, ami az elérésalapú gondolkodásnak kedvez, illetve annak is elég, aki csak ki akar-

ja pipálni a marketing „to do list”-ben az online rubrikát. Aki viszont kalkulál a robotok által generált számokkal vagy a vásárolható like-okkal is, annak a konverzió is számít, mert szép dolog egymillió elérést felmutatni, de az már kevésbé, ha abból csak egy eladás realizálódik. Az online legnagyobb dilemmája azonban mégsem annak jellemzőiben keresendő, mivel bármilyen marketingeszkörről legyen szó, a tudatos tervezés és nyomon követés minden esetben feltétele a hatékonyságnak. Az online legnagyobb rákfénje meglepő módon népszerűségében rejlik. Az offline pedig mellőzöttsége révén képes többet nyújtani. A már kevesebb befektetésekkel is elérhető megoldások miatt a kisebb vállalkozások szinte kizárólag online eszközöket használnak, ráadásul egyre nagyobb számban. Ettől pedig hatalmas a „reklámzaj” az online területen, vagyis egyre nehezebb a „user” ingerküszöbe fölé menni. Az offline esetében pedig éppen fordítva zajlik a folyamat, nő az exkluzivitás, mivel egyre kevesebben választják ezeket a lehetőségeket, valamint azáltal, hogy csak a tőkeerősebb cégek engedhetik meg maguknak ezt, a márkaimázs tekintetében is hangsúlyosabbak az online platformok. Az online terület továbbá folyamatosan változik, egyre újabb és újabb lehetőségek jelennek meg, míg az offline tulajdonképpen konstans. Ez azonban csak a kínált megoldások vonatkozásában igaz, mert a marketingeszköztárban betöltött szerepükre valószínűleg már kevésbé lesz jellemző a jövőben.

Kampányidőszakok az Euronicsnál

Bár manapság a műszaki kereskedelemben a különféle akciók szinte egymást érik, az eladásösztönző aktivitásoknak van egyfajta szezonalitása is. Ennek oka, hogy bizonyos időszakokban fokozottabb a fogyasztók vásárlási kedve, illetve hajlandósága, de az is lehet, hogy azért válik kiemeltté egy időszak, mert adott periódusban kiváló lehetőségek kínálkoznak a kereslet élénkítésére. Nem véletlen, hogy az Euronics is fokozott figyelmet fordít ezen időszakokra.

A kiemelt kereskedelmi időszakok alapvető célja nyilvánvalóan a forgalomnövelés, ami többek között azáltal jöhet létre, hogy az adott periódusban valamilyen okból fokozottabb a vásárlási hajlandóság. Az eladásösztönző aktivitások pedig különféle kedvező lehetőségekkel igyekeznek a hajlandóságot egészen a vásárlásig fokozni. Az idei év több ilyen szezon is kínál a piac számára és tartogat még az év hátralévő része során is.

Eb és olimpia

A fokozott vásárlási kedv egyes esetekben adott termékkörhöz kapcsolódva jelenik meg, amit egy a kereskedelemtől független esemény vált ki. Ilyen esemény például egy nagyszabású sportrendezvény, amely elsősorban a televíziószegmens vonatkozásában bír jelentőséggel. A tapasztalatok azt mutatják, hogy e tekintetben a legerőteljesebb hatása a foci-vb-nek van, de egy foci-Eb, illetve egy olimpia is érezhetően növelheti a tv-k iránti keresletet. Idén olimpiára és foci-Eb-re is sor került. Az Euronics számára a fokozottan aktív kommunikációjának és piacképes ajánlatainak köszönhetően kiemelkedően jól sikerült az idei Eb-szezon, és ennek megfelelően kiugróan nagy forgalomnövekedést ért el a tv-szegmensben. Bár az egy éven belül rendezett két sportesemény némileg kannibalizálja egymást, a 2016-os olimpiához kötődő szezon értékesítési eredményei sem maradtak el a várakozásoktól az Euronics esetében.

Iskolakezdés

Szintén jól behatárolható termékkört érint az úgynevezett „Back to School” időszak, vagyis az iskolakezdést megelőző hetek. Ilyenkor az IT-termékek iránt élénkül meg a kereslet. A technológia fejlődése és egyre szélesebb körű alkalmazása révén pedig az iskolakezdés idején manapság még inkább fókuszba kerül az IT-terület. Az Euronics az innovációkat, a dinamikusan fejlődő piaci szegmenseket megkülönböztetett figyelemmel kezeli, így az IT is fontos szerepet tölt be a kínálatukban. Ennek megfelelően a cég a „Back to School” időszakban is erőteljes marketingaktivitást fejtetett ki, ami a vállalat forgalmi számaiban is éreztette hatását.

HGCS

Hasonlóan termékspecifikusak a különféle támogatásokhoz kapcsolódó akciók, mint amilyen a háztartásegéscsereprogram is, amely idén az energiatakarékos hűtő- és fagyasztókészülékekre fókuszált és volumenét tekintve különösen jelentős extra szezonnak tekinthető. Az energiahatékonyságot középpontba állító kampányban különösen fontos szempont a vásárlók tájékoztatása, az adott termékjellemzők előnyeinek bemutatása is. Így az erre irányuló kommunikáció mellett az értékesítés helyén nyújtott tanácsadás is fontos eleme az időszaknak. Éppen ezért az Euronics sikereiben a cég szakértő értékesítő gárdája is komoly szerepet vállalt.

Karácsony és fekete péntek

A karácsony, és annak néhány éve hazánkban is egyre nagyobb jelentőséggel bíró kvázi online változata a „Black Friday” az idei évben még hátravan, de a piac alakulását tekintve a kilátások kedvezőek a kereskedelem számára legfontosabb év végi időszak kapcsán. Természetesen az Euronics is komoly tervekkel készül, de érthető okokból ennek részletei nem nyilvánosak. Annyi viszont bizonyos, hogy a cég várakozásai, céljai az idei sikerekkel összhangban kerülnek kialakításra. Az Euronics szezonhoz kapcsolódó marketingaktivitásai pedig már október és november hónapok folyamán is láthatóak lesznek.

A kiemelt időszakokhoz kapcsolódó kampányok elsődleges célja nyilvánvalóan a forgalomnövekedés elérése, azonban ezen periódusokban szinte minden kereskedelmi szereplő aktívabb, ezért a kommunikációban fontos szerep jut a versenytársaktól történő megkülönböztetésnek is. Ez pedig egyúttal lehetőséget teremt a márkaépítésre is. Az Euronics marketingstratégiájában megkülönböztetett figyelmet fordít erre az aspektusra is, így a cég közeljövőt érintő aktivitásaiban minden korábbinál szemléletesebben jelenik majd meg ez a szempont is.

A CANDY ÚJ ARCA



Nemrégiben új vezető került a Candy hazai képviseletének élére, a márka azonban nem pusztán a közelmúltban kinevezett szakember személyében kapott új arcot. A cég stratégiája, piaci jelenléte is jelentős változások előtt áll. A cég ügyvezető igazgatójával, Tóth Jácinttal beszélgettünk a márka terveiről, elképzeléseiről.

Önt nem régiben nevezték ki a Candy hazai képviseletének élére. Ez a változás a márka piaci stratégiájában is átalakulást jelent?

Igen, feltétlenül. A Candy leányvállalatok vezetésében történő változások – beleértve a hazai képviseletet is – szerves részét jelentik annak az átalakulási programnak, amelyet az anyacég két évvel ezelőtt megkezdett. A Candy márka az elmúlt években nem igazán dübörgött a különböző piacokon, inkább a stagnálás, vagy adott esetben a visszaesés jellemezte a teljesítményt. A vállalat legfelső vezetése ezért 2014-ben úgy döntött, hogy nagyszabású változtatásokat hajt végre, ami a termékfejlesztéstől a helyi képviseletek irányításáig számos területet érint. Az igen komoly tervek és célok elérésének érdekében végrehajtott átalakulás eredményeként a Candy jelenleg az egyik legdinamikusabban fejlődő vállalat Európában; a cégcsoport forgalom tekintetében két számjegyű növekedést produkál hónapról hónapra. A fejlődéshez szükséges stratégiai átalakításokra pedig idehaza is sor kerül.

Milyen terveket, célokat fogalmazott meg a márkát illetően a közeljövő vonatkozásában, illetve hosszabb távon hogyan képzei a Candy jövőjét idehaza?

Hosszabb távon azt szeretném elérni, hogy a Candy egy erős, stabil pozíciót szerezzen a magyar piacon, amihez jól látható piacrész is társul. A későbbiekben pedig a termékfejlesztések révén folyamatosan újat mutatva, újat nyújtva a megszerzett pozíció megtar-

tása és javítása a célunk. A közeljövőt illetően az idei év feladata elsősorban a megfontolt, átgondolt stratégia kidolgozása, amelynek során mindenképpen szeretnénk elkerülni, hogy a rövid távon sikeresnek tűnő megoldásokkal veszélyeztessük a hosszú távú céljainkat. A gyakorlati változtatások zömében 2017 januárjától kerülnek majd bevezetésre, de nem szeretnénk mindent egyszerre önteni a piacra.

Fokozatosan építkezünk majd, és terveink szerint az átalakulási folyamat a jövő év végére válik teljessé. Ennek része lesz a választék átstrukturálása mellett az aktívabb piaci jelenlét, illetve a marketingkommunikáció megújítása is, amelyben kiemelt szerep jut annak, hogy a Candy márkanév minél gyakrabban, minél több fórumon jusson el a végfelhasználókhoz.

Marketing tekintetében milyen változásokra lehet számítani?

A korábbi években lényegesen erősebb marketingtevékenységgel fogjuk a márkát támogatni a jövőben. Éppen ezért ez a törekvés szervezeti szinten is megjelenik, és idén október elsejétől a fehéráru területén többéves szakmai tapasztalattal rendelkező Filipova Brigitta trade marketing menedzserként segíti munkánkat. A kommunikációban a márkaismertség növelése és az újdonságok bemutatása tartozik majd a kiemelt célok közé, amelyeket online és offline megjelenésekkel és a social média területeire fókuszálva szeretnénk megvalósítani. Természetesen ezek mellett áruházi szinten is hangsúlyosabbá kívánjuk tenni a jelenlétünket.

Kínálat, illetve szortiment tekintetében milyen változások várhatóak? Mely termékcsoportokra helyeznek hangsúlyt, illetve tervezik-e a választék bővítését?

A kínálat tekintetében igen komoly változások történnek majd, a termékválasztékot mind szélességében, mind mélységében bővíteni fogjuk. Új termékkörökben is megjelenünk, illetve átalakításokra kerül sor azokban a termékkategóriákban is, ahol eddig is jelen voltunk. Jelentős lépés, hogy a Candy mellett másik márkánk, a Hoover termékei is bekerülnek a szortimentbe. Előbbi márkával a mosásra és a beépíthető készülékre koncentrálunk elsősorban, a Hoover esetében pedig ezen termékkörökön kívül, a porszívók révén, a kisgépekre is kiemelt figyelmet fordítunk. Jelen leszünk a „harcosabb” termékszegmensekben is, de a legnagyobb hangsúlyt azok a területek kapják, ahol a versenytársaink kevésbé képviseltetik magukat. A teljesség igénye nélkül ilyenek például a speciális keskeny mosógépeink, a csupán 33 cm mély super slim készülék, a 60 cm magas, kompakt, 4 kg kapacitású mosógép, a népszerű „Aquamatic”. Ilyen továbbá az önálló szegmenst jelentő keskeny szárítógépünk, de idetartozik az egyedülálló „Trió” modellünk is, amely egy készülékben egyesít egy tűzhelyet, egy mosogatógépet és egy sütőt. Mindezek mellett számos további kuriózumot jelentő készülékkel fogunk megjelenni a magyar piacon. A választék átalakításával együtt természetesen a partneri kört is bővíteni fogjuk, így a termékeink még szélesebb közönséghez tudnak eljutni.

Hoover beépíthető termékek és mosógépek? A brand idehaza elsősorban porszívók kapcsán ismert. Milyen szerep jut ennek a márkának a teljes kínálaton belül?

Hoover termékekkel eddig is lehetett találkozni a piacon, de a márka valójában nem volt bevezetve itthon. Ennek ellenére porszívók tekintetében a név valóban jól cseng, hiszen számos országban a márkanév a porszívózás egyfajta szinonimája, hasonlóan, mint a Stihl fűrés, vagy mint a fénymásolás helyett használt „xeroxolás”. Ebből következően a porszívó fontos terület lesz, és már 2017 első felében elérhetőek lesznek a készülékeink, amelyek még a gőztisztítókat is beleértve minden termékkategóriát és árszegmenst lefednek a padlóápolás vonatkozásában. De a beépíthető készülékek és a mosáshoz kapcsolódó termékek is jelentős részét képviselik majd a szortimentnek. A Hoover modellek nagyságrendileg a teljes választék 30 százalékát teszik majd ki és a közép-, illetve felső kategóriába lesznek pozicionálva.

Az idei IFA-n több érdekes innovációt is bemutatott a Candy. Ezek a hazai piacon is bevezetésre kerülnek?

Igen. Az innovatív készülékek, a fejlett technológia bemutatása a stratégiánk fontos eleme. A jövő év folyamán a hazai piacon is bevezetésre kerülnek az IFA újdonságai, így többek között talál-



Tóth Jácint

kozni lehet majd azzal a Candy sütővel, amelynek az LCD érintésvezérlő felületét a sütő egész ajtaja adja, illetve azzal a Hoover mosógéppel, amelynek szintén érintésvezérlésű a digitális kezelőfelülete, de egy technológiai fejlesztésnek köszönhetően csak akkor válik láthatóvá, ha a készülék üzemel; egyébként „láthatatlannul” olvad bele a készülékbe.

A Candy idén első alkalommal jelent meg az IFA-n. Ez azt is jelenti, hogy a márka nemzetközi szinten is ambiciózus tervekkel foglalkozott meg?

Egyértelműen igen. A Candy, ahogyan már említettem, leányvállalatok és cégcsoportszinten is arra törekszik, hogy eredményeit és piaci pozícióit javítsa. Nem rövid távon gondolkodik a cég, hanem hosszú távú stabilitásra törekszik. A sikerek megalapozása pedig nyilvánvalóan befektetéseket is igényel. Az IFA is idesorolható. A berlini kiállításon történő részvételnek pedig éppen az volt az egyik legfontosabb feladata, hogy közvetítse a vásárlók és a piac felé azt az üzenetet, hogy a Candy visszatért.



A bőség zavara

A tűzhely, ami mindenkit megszólít

JAMES SHARP NEVÉHEZ KÖTŐDIK A GÁZTŰZHELY FELTALÁLÁSA, AMELY AZ ELTELT TÖBB MINT 100 ÉVBEN UGYANCSAK NAGY UTAT JÁRT BE, KÖVETVE A TECHNOLOGIA FOLYAMATOS ÉS FORRADALMI VÁLTOZÁSAIT. AZ ÚRIEMBER, BÁR ZSENI HÍRÉBEN ÁLLT, KÖNNYEN LEHET, HOGY NEM ISMERNE RÁ EGY MAI TŰZHELYRE, HISZEN NEM ÉRTHETNÉ, MI AZAZ LCD-KIJELZŐ VAGY INDUKCIÓS LAP.



Egy kis töri

Bár már 1890-től létező termékcsalád volt a gáztűzhely, csak az 1950-es évek után kezdett számottevő profitot hozni, mivel a gáz bevezetése a lakásokba ugyancsak hosszadalmas és körülményes volt.

Bizony már több gyártó kínálatában elérhetők az indukciós főzőlappal felszerelt tűzhelyek is, amelyek sokáig csak a beépíthető szegmensben voltak kaphatók. A felső, illetőleg a prémium kategóriában szinte már olyan termékek érhetőek el, amelyek tudása, ha nem is megegyezik, de nem sokban marad el a beépíthető készülékekétől. Ugyanakkor ez a termékcsalád az, ahol a háztartási gépek esetében a legnagyobbra nyílik a technikai olló, vagyis a belépő szinten, a mai napig elérhetőek azok a hagyományos készülékek, amelyeket 20 évvel ezelőtt is lehetett használni, jóllehet sokkal jobb energiafelhasználás mellett.

A hihetetlen család

A tűzhely mint termékcsalád tehát azért is lehet sikeres, mert nagyon széles vásárlóréteget szólít meg, mondhatni mindenkit, hiszen az innovatív és természetesen drágább árfekvésű készülékektől a pénztárcabarát hagyományos megoldásokig sok minden elérhető itt. Sütni, főzni pedig ugye kell, vagyis a tűzhelyek jó eséllyel indulnak az áruházláncok eladási versenyén, már ha lenne ilyen. Bár kétségtelen, hogy a beépíthető készülékek esztétikai szempontból a legtöbb ember szemében előnyt élveznek, a szabadon álló tűzhelyeknél sem hiányzik a formatervezési bravúr. Márkanévek említése nélkül valóban nagyon szép termékek érhetőek el jelenleg a hazai piacon.

Összekombinálták

Maga a megnevezés is érdekes, hiszen a valamikori start pillanatában gáztűzhely volt a termékcsalád megnevezése, csak időközben megjelentek a villanytűzhelyek, egész pontosan 1977-ben – annak ellenére, hogy már 1909-ben feltalálták –, majd legkésőbb és talán a legkedveltebb kombinált tűzhelyek, így a név jobb híján és praktikus maradt egész egyszerűen tűzhely. Zárójelben azért megjegyezzük, hogy Nyugat-Európában már korántsem olyan sikeres a termékcsalád, mint a hazai és egyes kelet-európai piacokon, aminek érthető gazdasági okai vannak.

AEG 47995IQ-MN

Az AEG sütője kilenc különböző funkciót kínál az ételek elkészítéséhez, így a finom tortáktól a pizzán át, a grillezésen keresztül különböző tészták készítéséig mindenre lesz megoldás. Mégis az „A” energiasztályú modell egyik legnagyobb érdekessége az indukciós főzőlap, ami ugyancsak ritkaságnak számít a szabadon álló tűzhelyeknél. A sütés végére az intelligens modell hangjelzéssel is figyelmeztet.



Amica 54034

Ugyancsak elegánsra sikeredett az Amica „A” energiasztályú multifunkciós sütője, amelyben a fekete és fehér színek remekül harmonizálnak egymással. A 65 literes sütőtérben 10 funkció közül lehet választani, és olyan extrákat is magáénak mondhat, mint a kiolvasztás funkció vagy a gyors előmelegítés. Az alsó fiók könnyen kihúzható és kényelmesen elhelyezhetők benne a különböző konyhai eszközök.



Amica 54041

Az Amica négy gázégős kombinált sütője tíz funkciót kínál az ételkészítéshez, köztük a grillezést is, a 65 literes sütőtérben pedig nem kell alkuat kötni a grillezendő húsok mennyiségével sem. Az „A” energiasztályú modell repertoárjában olyan extrák szerepelnek, mint a gyors előmelegítés vagy a kiolvasztás. A gázégők begyújtását egykezes szikragyújtás segíti. A kényelem jegyében könnyen kihúzható alsó fiókot kapott az edények tárolásához.



Amica 54026

Ha szavazni kellene, akkor az Amica sütője a lehetséges 10 pontból biztos, hogy 10-et kapna, ami a formatervezést illeti. Az áramvonalas és elegáns modell tudásában sem marad el megjelenésétől, ennek jegyében a 66 literes sütőtér 10 különböző funkciót kínál az ételkészítéshez, köztük a grillezést, a gyors előmelegítést vagy a kiolvasztást. A katalitikus falaknak köszönhetően a sütő belseje könnyen tisztítható.



Kiolvasztás funkció

A kiolvasztás funkció bármilyen élelmiszerhez használható: hús, hal, zöldség. Előnye, hogy a normál kiolvasztási időt lecsökkenti.

Melegítés

A sütő melegen tartja az ételt alacsony hőfokot használva. Elsősorban akkor van előnye, ha korábban készült el az étel, mint kellene.



Electrolux EKG513510X

Az Electrolux gáz főzőlapos és gáz-sütős tűzhelye több funkciót is kínál az ételek készítéséhez, köztük az alsó sütést vagy a grillezést. Az „A” energiasztályú modell időzítővel is rendelkezik, hogy véletlenül se égjenek oda az ételek. A sütőtérben az intelligens, katalitikus bevonat elnyeli, majd elégeti a zsiradékot, így könnyen tisztítható, akár csak az üvegajtó, ami dizájn szempontjából is remek választás lehet.



Electrolux EKC545520K

Fekete színével és fehér fogantyújával egy igazán elegáns tűzhelyet kapunk az Electroluxtól, ami a legtöbb konyha enteriőrjébe remekül passzol. A sütő számos funkciója minden ételre kínál megoldást, kezdve a tésztaféléktől a pizzán a különböző húsig, a teleszkópos sütősinnek köszönhetően pedig a készülő ételek kényelmesen ellenőrizhetők is. Az oldalfalak katalitikus bevonatot kaptak, így a tisztításuk is egyszerű.



Bosch HGD745350H

A Bosch „A” energiasztályú kombinált tűzhelyének a sütőjében egyszerre akár 3 szinten is süthetünk a 3D Hotair Plus funkciónak és az egyenletes hőeloszlásnak köszönhetően. A nyolc sütési módja között olyanok szerepelnek, mint a pizza, a grillezés vagy a légkeveréses sütés. Az extra hőszigetelésű sütőajtó maximum 40 °C-ig tud felmelegedni, így a kisgyerekes családoknak sem kell aggódniuk. A gázégők begyújtását egykezes szikragyújtás segíti.



Gorenje EI57337AX

A gyártót soha nem kellett a szomszédba küldeni formatervezési tanácsokért, ami jelen, impozáns modellre is érvényes. A csinos tűzhely tudására sem lehet panasz, sőt, az indukciós főzőlap különlegessé is teszi. Az 59 literes sütőtér tisztítását Aqua Clean hidrolitikus öntisztítás funkció segíti. A sütőfunkciói között pedig olyan extrákat kapunk, mint a kiolvasztás, a pizza vagy az infragrill. A tűzhely „A” energiasztályzatot kapott.

Hagyományos sütés légkeveréssel

Bármilyen étel (hús, hal vagy tészta) elkészítéséhez ajánlott, akár egyszerre is, mivel az ételek nem veszítik egymás illatát és ízét.

Forgónyárs intenzív grillezéssel

A grill teljes felülete működik, így nagyobb ételeket ajánlott grillezni: szárnyasok és egyéb húskok.



Amica

Intelligens stílus

Tűzhelyek széles választékban



Whirlpool ACWT 5G311/IX

A Whirlpool 57 literes sütőterű tűzhelye „A” energiasztályzatot kapott a költséghatékony és környezetbarát működés jegyében. Az elektromos sütő grillező funkciójával remek sülték készíthetők, míg a leves és egyebek a gázégőkön rotyoghatnak, amelyek könnyedén, egykezes szikragyújtással hozhatók működésbe. A sütési idő programozható, így biztos, hogy nem fognak odaégni az ételek, de ha mégis, az sem probléma, köszönhetően a hidrolitikus sütőtisztításnak.



Whirlpool AXEF 6634/IX/1

A formatervezést illetően biztos, hogy csillagos ötöst érdemel a Whirlpool trenddiktátor tűzhelye, amelynek tudása sem marad el a megjelenésétől. Kezelése érintőszensorokkal történik, a beállításokat pedig egy LCD-kijelző is segíti. A nagy méretű, 60 literes sütőtérben automata programok könnyítik a különböző ételek elkészítését, a tisztítást pedig a pirolitikus technológia teszi gyakorlatilag feleslegessé. A biztonságért 4 rétegű sütőajtó felel, ami sohasem melegszik túl.



Whirlpool ACMT 6130/IX/2

A Whirlpool „A” energiasztályú tűzhelye 63 literes sütőterével a nagyobb étvágyú családok igényeit is könnyen ki tudja elégíteni, a tökéletes grillezéshez forgónyársat is kapott, így igazán ínycsiklandó falatok készíthetők benne. A két-rétegű sütőajtó biztonságos és könnyen tisztítható, az ajtó alatt pedig egy edénytartó fiók is helyet kapott. Az egykezes szikragyújtással működő gázégők környéke szintén könnyen tisztítható.



Zanussi ZCV550G1XA

A Zanussi „A” energiasztályú tűzhelyének dupla sütőajtói és üvegei rendkívül könnyen tisztíthatók, mivel szerzős nélkül, könnyen eltávolíthatók, és mindkét oldalukon hozzáférhetők. A sütő funkciói között megtalálható a pizza is, amivel az igazi olasz ínyencséget varázsolhatjuk a vacsoraasztalra. Az üvegkerámia főzőlap szintén könnyen tisztítható, és a maradék hő-kijelzésnek köszönhetően biztonságos is.

3D-sütés

E funkció segítségével több szinten lehet egyszerre sütni, mivel a légkeverés egyenletesen elosztja a hőt a sütőben.

Hideg ajtó

A 2-3-4 rétegű üvegnek köszönhetően a sütőajtók külső hőmérséklete nem éri el az Európai Unió által szabályozott hőmérsékletet.

SZERESSEN BELE A KONYHAKIÁLLÍTÁSBA!



KONYHA
KIÁLLÍTÁS

2017. MÁRCIUS 3-4-5.
BUDAPEST SPORTARÉNA

Emocionális vagy racionális alapon hozza döntéseit? Itt a legjobb alkalom, amikor nem kell választania, mert az érzelmei és a szakmai tudása is ugyanazt diktálja: „Ott kell lennem a Konyhakiállításon!”

Magyarország egyetlen tematikus konyhai rendezvénye minden elvárását felül fogja múlni. Hiszen a legfrissebb trendeket és újdonságokat kereső vásárlók mellett a viszonteladók, konyhastúdiók, lakberendezők és belsőépítészek is képviseltetik magukat ezen a kiemelkedően színvonalas eseményen.

Jelentkezzen kiállítónak a www.konyhakiallitas.hu oldalon, és találkozzon leendő ügyfeleivel!

KI NYER HOLNAP?

AZ ELMÚLT ÉVEKBEN JÓ NÉHÁNY OLYAN VÁLTOZÁSRA KERÜLT SOR A HÁZTARTÁSI-GÉP-IPARÁGBAN, AMELYEK AKÁR ÚJRA IS RAJZOLHATJÁK A SZEGMENS TÉRKÉPÉT A JÖVŐBEN. AZ PEDIG, HOGY NEMZETKÖZI SZINTEN KI HOGYAN SZÓL MAJD BELE A PIAC ALAKULÁSÁBA, ITTHON IS ÉREZTETHETI HATÁSÁT IDŐVEL, EZÉRT NEM MIND-EGY, HOGY KIK LEHETNEK A HOLNAP NYERTESEI.

Egyre inkább úgy tűnik, hogy a nagy fehér dobozokról elnevezett fehér-áru szerepe felértékelődik a kereskedelemben. Amellett, hogy egy viszonylag stabil szegmensről van szó, új távlatok is kezdenek kirajzolódni a terület horizontján. Az „okos” fejlesztések révén a korábban unalmasnak tartott termékek egyre érdekesebbé válnak, és lassan a hűtőszekrény meg a sütő is belép a státuszszimbólumok sorába. Nem csoda, hogy a torta egyre csábítóbb, és elindult a mozgolódás, az átrendeződés a világban. A Whirlpool például megszerezte magának a Hotpoint és Indesit márkákat, amivel egy csapásra komoly tényezővé vált az európai piacokon. A történet azonban egyelőre megragadt ezen a szinten, ezért hallani olyan véleményeket is, hogy a cég számára ezek a márkák elsősorban amolyan elővédként funkcionálnak, hogy az amerikai piacra ne nagyon akarjon senki betörni Európából. Lehet benne valami, de ettől még a Whirlpool bármikor képes lehet az elővédből úthengert csinálni. Az Electrolux hasonló taktikával próbálkozott több-kevesebb sikerrel Amerikában és Dél-Koreában. Ezzel azonban sem a Whirlpoolt, sem a Samsungot nem tudta komolyabban megregulázni. Az iparágban azonban továbbra is az egyik legkomolyabb erőnek számít. Az Ázsiából érkező trónkövetelőkkel viszont a svéd óriásnak is meggyűlhet a baja. Már csak azért is, mert négy irányból is várható invázió. A legnagyobb potenciállal

rendelkező kínaiakat a Haier vezeti, akinek viszont nem igazán fekszik az öreg kontinens, és ameddig nem találja meg a receptet, addig nem is igazán lesz veszélyes. Leírni viszont hiba lenne, ahogy a többi kínai gyártót is, a Midea például éppúgy megtréfálhatja a piacot, ahogyan a Huawei tette a mobilszegmensben. Aztán ott vannak még a törökök, élükön a Bekóval, aki már most igen komolyan beleszól egyes piacokon a dobogós helyek sorsába. És ne feledkezzünk meg a Vestelről sem, aki olyan apróságokkal hallat magáról, mint a Sharp felvásárlása. Na és persze ott vannak a koreai titánok, az LG és a Samsung, akik már most nagyon jó pozíciókat birtokolnak. A Samsung jó eséllyel pályázik akár a „világ ura” címre is, ugyanis mind tőkeereje, mind széles portfóliója, mind piaci eredményei megvannak ehhez. Az LG azonban már bemutatta, hogy a mobilüzletág nagy profitabilitására felhúzott birodalom lába alól könnyen kicsúszhat a talaj, a Samsunggal pedig éppen mostanában történt hasonló, aminek akár komoly következményei is lehetnek a cég jövőjét illetően. Az utolsó ázsiai hullám pedig a felkelő nap országából érkezhét, a Panasonic révén. Nemcsak termékeik, csúcstechnológiájuk van, de nagyon úgy fest, hogy hamarosan európai márkájuk is lesz. A Gorenje feje fölött ugyanis egyre kivehetőbben látszik már a Panasonic szablyája. Ha pedig a japán cég a totyogásból egyszer végre meg is indul, abból még

bármilyen lehet. A nemzetközi piacok sorába pedig az európai gyártók is beleszólhatnak. Az Electrolux mellett a BSH is fontos szereplője az iparágban. Ráadásul a német cég az okosotthonok és a még komplexebb rendszerek fejlesztésében úttörő lehet a Siemens tulajdonrészének megszerzésével 100 százalékos tulajdonossá lett Robert-Bosch révén, akinek portfóliója és technológiája lehetővé teszi, hogy nagyobb távlatokban is gondolkodhassanak a fejlesztéseket illetően. A Fagor sírján kivirágzó Brandt pedig főnix-madárként térhet vissza. A márkanév felfuttatása mellett olyan tervekről is hallani lehet, hogy egyes termékkörökben a legnagyobb gyártókapacitások elérése is a céljaik között szerepel. Bár ez egyelőre csak terv, az algériai háttér nem lebecsülendő, ugyanis a tőke mellett olcsó munkaerőt is biztosít, ami igencsak versenyképessé teheti a gyártást. A Miele esetében is komoly változásra került sor, a márka olyan árszegmensekben jelent meg termékeivel, ahol korábban nem volt jelen. Bár egy prémium márka esetében ez kétélű fegyver, de ha sikerül ügyesen egyensúlyozniuk hosszabb távon is a márkaérték és az ár mezsgyéjén, akkor jelentős volumennövekedést érhetnek el, ami piaci súlyukban is megnyilvánulhat majd. Változás tehát van bőven, és a piac koncentrációja ezek alapján már nem is tűnik annyira egyértelmű trendnek. Az pedig még különösen nem eldöntött kérdés, hogy ki lesz a holnap nyertese.

Középpontban a frissesség

- Side-by-Side-kombináció öt hőmérsékleti zónával
- A BioFresh-rekeszekben az élelmiszerek lényegesen hosszabb ideig megőrzik értékes vitamin- és ásványianyag-tartalmukat, finom illatukat és ízléses külalakjukat, mint a hagyományos hűtőrészben
- Beépített bortemperáló rész két, egymástól függetlenül szabályozható hőmérsékleti zónával (A zónák hőmérséklete +5 °C és +20 °C között szabályozható)
- Professzionális fagyasztás, leolvasztás nélkül, hála a Liebherr NoFrost-technológiájának!
- Automata IceMaker jégkockakészítő

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.

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



wine.liebherr.com



socialmedia.home.liebherr.com

LIEBHERR

Minőség, Dizájn és Innováció

Holnap és ma a kávézásban

ELSŐ GONDOLATRA AZT HIHETNÉNK, HOGY HATALMAS KÁVÉFOGYASZTÓ NEMZET VAGYUNK, PEDIG EURÓPAI VISZONYLATBAN EZ NINCSEN ÍGY, ÁTLAGOSAN EGY MAGYAR 2-2,5 KG KÁVÉT FOGYASZT EL ÉVENTE, A SPANYOLOK 4,5 AZ OLASZOK 5,7 ÉS FINN ROKONAINK – BIZONYÁRA A SOK SÖTÉT MIATT – ÉVES SZINTEN 12 KG KÁVÉT HÖRPINTENEK FEL. KÉRDÉS, HOGY MEDDIG, EGYES PROGNÓZISOK SZERINT UGYANIS A KÁVÉ ÁRÁT 2050-RE CSAK A TÁRSADALMI ELIT FOGJA TUDNI MEGFIZETNI.



A Természetvédelmi Világalap (WWF) Vihar előtti csend címen publikálta tavaly év végén egy tanulmányát, amely a kávé közelebbi és távolabbi jövőjét feszegeti. A jelentés korántsem biztató. A berlini Humboldt Egyetem kutatására alapozva jóhiszemű becslések szerint is 2050-re a kávétermesztésre alkalmas területek fele fog eltűnni (van olyan becslés is, miszerint az egész), de hogy ezt a szomorú folyamatot a saját bőrünkön is tapasztaljuk, nem kell az évszázad közepéig várnunk. A kutatók 2020-at jelölik meg kritikus dátumnak, a kávé ára ugyan folyamatosan nő, de innentől várható az ugrásszerű drágulása. A növekvő vízhiány miatt az elmúlt évtized már eddig is drasztikus terméscsökkenést eredményezett, ráadásul az éghajlatváltozás azokat a területeket sújtja leginkább, ahol a kávétermesztés

meghatározó többsége történik, ilyen például mindenekelőtt Vietnam, de Brazília és Mexikó is.

Ki mit iszik?

Bízunk benne, hogy a kutatások tévednek, és nem valósul meg a negatív prognózis, jelenleg ugyanis napi szinten 2,25 milliárd csésze kávé fogyaszt el az emberiség, és ahogy mondani szokás, ahány ház, annyi szokás. Mi, magyarok az eszpresszóra esküszünk, ahogy az olaszok is, csak ők nem ülnek le meginni, állva, egy húzásra hörpintik fel a kávé, és mennek a dolgukra. A görögök tejszínhabos tetejű jegeskávé isznak, ami a frappé névre hallgat. A nemzeti kávéitalukat egyébként csak 1957-ben alkotta meg a Dimitris Vakondios, a Nestlé egyik alkalmazottja, mondhatni, sikerrel, mivel azóta mindenki ezt issza. A franciák kedvence a Café au Lait, ami igazából

egy erős eszpresszó nem gőzölt tejjel megkeverve. Az amerikaiak kicsit mások, mint mi, ők leginkább sétálás és autóvezetés közben isszák a frappuccino nevű kávéjukat, ami egy jégkockákkal lehűtött, cukrozott tejeskávé.

Gazdasági hatások

A kávénövények eltűnése 120 millió emberre lehet hatással, jelenleg ugyanis nagyjából ennyi embernek nyújt napi megélhetést, és hetven olyan ország van, amelynek iparában központi szerepet játszik a kávé, ami az olaj után a második legnagyobb értékben forgalmazott kereskedelmi termék a világon.

AUTENTICA

Az új Autentica

minden automata kávéfőző kulcstulajdonosságának megtestesítője.
Tökéletes kávé élményt biztosít.



19,5 cm

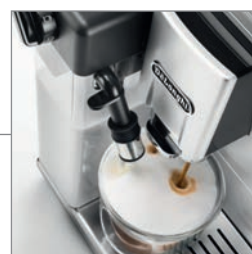
Szélessége mindössze 19,5 cm

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



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.



Smart Speed technológia

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 szinonimáivá 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 alapmodell tartozik, amelyek a tartozékok összetételében különböznek.

A Braun botmixerek a kínálatban szereplő különféle tartozékokból kifolyólag, amelyek skálája a habverőtől a többfunkciós, dagasztókkal 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).

Jó fejek vagyunk

A cégek társadalmi szerepvállalása

AZ ÜZLETI VILÁGBAN CSAK AZ EZREDFORDULÓ UTÁN JELENT MEG, MAJD VÁLT EGYRE NÉPSZERŰBBÉ A CSR KIFEJEZETÉS. A SZÓ AZ ANGOL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SZÓKAPCSOLAT RÖVIDÍTÉSE, ÉS ANNYIT TESZ, MINT TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS, VAGYIS HOGY AZ ADOTT VÁLLALAT FIGYELEMBE VESZI A TÁRSADALOM ÉS A KÖRNYEZET ÉRDEKEIT IS.



Bár a vállalati felelősségvállalásnak része a pénzbeli adományozás is, a CSR lényege inkább, hogy egy cég olyan célokba fektet pénzt és energiát, amelyekkel jót tehet, de amelyek nem feltétlenül kézzelfogható módon térülnek meg. Az iparágon belül utójára talán az Electroluxnál hallhatunk ilyenről (a vállalat egyébként is élen jár a dologban), 10 millió svéd korona kezdőtőkével hozták létre a Food Foundation nevű alapítványt. A cél olyan globális élelmészési problémák megoldásának a támogatása, mint az éhezés, az alultápláltság és az élelmiszer-pazarlás.

Ott segíték, ahol vagyok

Jellemzően a nagyvállalatok a saját tevékenységi körük berkein belül maradván végzik jótékonykodási programjukat, a Samsung például, ha az oktatást támogatja, akkor notebookokat ajándékozik vagy éppen komplett iskolákat szerel fel műszaki termékeivel. A CSR mértéke függ a cég méretétől is, így érthető, hogy

a gigavállalat az oktatás mellett a környezetvédelem, az egészségügy és szociális területeken is kifejti segítő munkáját. A környezetvédelem esetében, mint elektronikával foglalkozó cég, mindenekelőtt az energiafogyasztás és a szén-dioxid-kibocsátás minimalizálását tűzték ki célul. A kávézóláncok nagyágyúja, a Starbucks, vagy a kapszulás gépeiről ismert Cremesso a kávétermesztőket támogatja, utóbbinál nem véletlen a kávékon lévő UTZ tanúsítvány. A Starbucks civilszervezetekkel együttműködve egészségügyi és oktatási programokat indít az ültetvényesek gyermekeinek, hogy ők később jobb eséllyel léphessenek a munkaerőpiacra. Nevek említése nélkül általában azok a cégek fejtenek ki nagyobb CSR tevékenységet, amelyeknek nyugati anyavállalata van, lévén a társadalmi szerepvállalásnak Nyugat-Európában régebbi és így erősebb hagyománya van, de nálunk is évről évre nagyobb hangsúlyt kap.

Márkaépítésnek sem utolsó

Szörnyen hangzik, igen, hiszen a társadalmi szerepvállaláson mindenekelőtt valami önzetlen dolgot értünk, amivel másokon segítünk. Ez pontosan így van, de tény, hogy tőlünk nyugatabbra már jó ideje befolyásolja a vásárlói döntést egy adott brand másodlagos vagy mögöttes jelentése. Ha teszem azt, a vásárló két ugyanolyan turmixgép között vacillál, de az egyik márkáról tudja, hogy az ezt és ezt tette például a környezetvédelemért, akkor nagy eséllyel az ő gépét is fogja megvásárolni.

Szigorú uniós irányelvek

Ma már nemcsak egy lehetőség, de uniós irányelv is a társadalmi szerepvállalás. A Számviteli Modernizációs Direktívája (Európai Parlament 2003/51/EC) a nagy- és közepes vállalatok számára előírja, hogy 2005. január 1-től évente a nem pénzügyi viszonyaikról is készítsenek részletes beszámolót. A közlemény szerint ez az 500 főnél többet foglalkoztató vállalatokat érinti, ami a tőzsdén jegyzett cégek mellett azokat is magába foglalja, amelyek méretük vagy tevékenységük jelentősége miatt tarthatnak számot közérdeklődésre. A jelentésnek tartalmaznia kell, hogy a vállalat mit tesz a környezetért, a társadalmi és a munkavállalókkal kapcsolatos kérdések rendezéséért, az emberi jogok érvényesítése érdekében, a megvesztegetés és a korrupció más formái ellen. Ha a cég ezek közül bármely területen tétlen marad, magyarázatot kell adnia, hogy miért.

gorenje
Life Simplified



TÖKÉLETESEN FELKÉSZÜLTEK A TE FELADATAID ELVÉGZÉSÉRE

**GORENJE
SMARTFLEX
MOSOGATÓGÉPEK**

gorenje.com

Az új Gorenje mosogatógépek designjával és a készülékek tudásával szemben támasztott igényeket egyaránt a modern életstílus ihlette. Modellválasztékunk kellően rugalmas ahhoz, hogy a neked megfelelő modell megbirkózzon bármely, a mindennapok során felmerülő feladattal. Funkciók széles skáláját és nagy mértékben átalakítható belső elrendezést kínálva teljes mértékben alkalmazkodik az összes igényedhez. A nagy számú, értékes tudást nyújtó terméktulajdonság gondoskodni fog arról, hogy házimunka helyett az élet fontosabb dolgaival foglalkozhass.

Felkavaró érzés

A ventilátorok főbb fajtái

RENDSZERINT AZ OSZLOPVENTILÁTOR VEZETI AZ ELADÁSOKAT A NYÁRI IDŐSZAKBAN, DE A TÖBBI TERMÉKFAJTÁRA SEM LEHET PANASZ, LÉVÉN ILYENKOR TÖRTÉNIK AZ ÉVES ELADÁSOK 80%-A. IDÉN SEM VOLT MÁSKÉNT, KÉT-HÁROM NAPIG TARTÓ MELEG UTÁN A FOGYASZTÓK ELLEPTÉK AZ ÁRUHÁZAKAT ÉS VÁSÁROLTAK, KI ILYET, KI OLYAT, KÍNÁLAT AZ VAN BŐSÉGESEN.



Először is fontos tudni, hogy a klasszikus ventilátor nem klíma, vagyis nem hűti le a környezetében lévő levegőt, csak keringeti azt. Triviálisnak tűnhet a mondat, de sokan nincsenek tisztában a két termékcsalád közötti különbséggel. A ventilátor átmozgatja a levegőt, ezzel a szél természetes és így hűsítő hatását érve el. Formájukat és funkciójukat tekintve pedig több típust is megkülönböztetünk.

Asztali ventilátor

Típusos munkahelyi kellék, ami személyre szabott ventilációt biztosít az íróasztalra téve, tökéletes választás azoknak, akik egyedül dolgoznak egy kisebb helyiségben, mert a nagyobb légterű szobák levegőjének mozgatására már nem alkalmas.



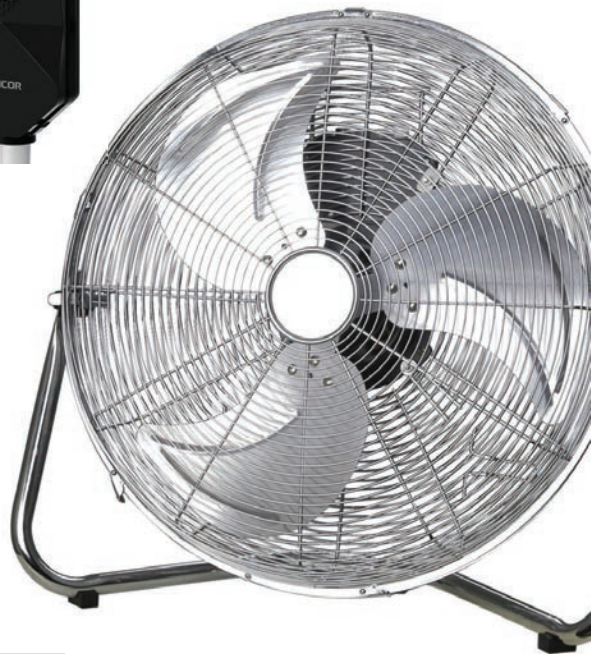
Álló és oszlopventilátor

Az álló és oszlopventilátorok már jóval nagyobb teljesítményen működnek, és így jóval nagyobb helyiségekben is tudják biztosítani a megfelelő légáramlást. Az oszlopventilátorok azért kedveltebbek, mert kisebb a helyigényük és talán dizájn szempontjából is előnyösebbek, lévén nem egy nagy propeller biztosítja a levegő keringetését.



Padlóventilátor

Kisebber helyigénye, mint az álló ventilátoroké, viszont hasonlóan eredményes légmozgást lehet vele elérni, abban az esetben szerencsés választás, ha nagy teljesítményt szeretnék úgy elérni, hogy magát a készüléket próbáljuk elrejteni. Van ipari felhasználási területe is, mivel remek padlószárító is egyúttal, természetesen ez otthoni felmosás után is jól jöhet.



Miniventilátor

A mobilitás a ventilátorokat sem kímélte, ezek a hordozható eszközök, igazából „játékszerek”, de kétségkívül életmentő szolgálatot tehetnek, ha például olyan buszon utazunk, ahol nincsen légkondicionáló. A digitális forradalom nem hagyta érintetlenül a termékcsaládot sem, pontosan a kis méret okán, így már USB-s formában is elérhetők, amit mondjuk a notebookra kapcsolni nem is biztos, hogy rossz ötlet.

Papok és matrózok

A ventilátor feltalálása egy Stephen Hales nevű angolai tiszteletes nevéhez kötődik: 1740-ben a Spitheadből az Atlanti-óceánra való átkelésre készülődő hajó fedélzetén kitört tifuszból szóló hírek hatására kezdett el a szellőztetéssel foglalkozni. Egy évvel később már publikálta is A ventilátorok leírása című munkáját a készülék konkrét tervrajzával. Találmánya több mint figyelemre méltó, hiszen emberek százait mentette meg a járványoktól, a levegő megfelelő keringetésének biztosításával, nem véletlen, hogy 1756-ban már intézményesítették is a ventilátorok használatát a hadihajókon és a börtönökben, később pedig a kórházakban is.





Az oszcilláló kúpok magas frekvencián rezegnek, ezáltal a gép felfogja a mikroszkopikus porszemcséket, amelyek eltömítik a porzsákokat és a szűrőket. Tekintse meg működés közben a dyson.com/cinetic oldalon



**Az egyetlen porszívó,
amely nem igényel karbantartást
és nem veszít szívóerejéből.
Nem kell filtert mosni vagy cserélni.
Nem kell porzsákokra költeni.**

Erre csak a dyson cinetic technológiája képes.

dyson cinetic

A Dyson termékek hivatalos magyarországi forgalmazója
Kávé & Hűtő profi Kft., 1118, Budapest, Budaörsi út.46, Tel.: 36 1 248 0095, info@khprofi.hu
www.dyson.hu

ARDES 5M40

A ventilátor 40 cm átmérőjű lapátokkal biztosítja a hűsítő légáramot az adott helyiségben, amelynek intenzitása három fokozatban szabályozható. Az exkluzív megjelenésű modell időzítőt is kapott, amelynek maximuma 15 óra, ez különösen elalvás előtt lehet hasznos funkció. A 130 centiméter magas és majdnem 9 kilogramm súlyú készülék teljesítménye 75 watt. Természetesen oszcillációs mozgást is kínál.



Dyras VLO 9016S

A Dyras ventilátora külső tekintetében ízig-vérig a modernség jegyében született meg, de a tudása se marad el a mai trendektől. Automatikus ki-kapcsolás funkcióval mindenképpen rendelkezik, ami nagyon hasznos tud lenni, ha az elalváshoz akarunk elviselhető hőmérsékletet teremteni a nyári forróságban. Időzítője 120 percre programozható. Természetesen távirányítóval is vezérelhető és három szinten állítható a teljesítménye.



Dyson AM06

A Dyson AM06-os AirMultiplier-technológiájú asztali ventilátora forradalmi újítást jelent a ventilátorok világában. A termék ugyanis nem a hagyományos lapátos légkeverési elven működik. A termék lábatába zárt, saját fejlesztésű Dyson digitális motor beszívja a terméket körülvevő levegőt, majd a gyűrű formájú felső részbe továbbítja, ahol a mérnöki tervezésnek köszönhetően áramlása felgyorsul. Az eredmény egy egyenletes levegőáramlást biztosító 21. századi termék, amely halk, biztonságos és modern.



Dyson AM10 Humidifier

Dyson párasító ventilátora a víztartályba helyezett, UV-lámpával tisztítja a vizet. A szabaddalommal védett 3 perces mechanizmus elpusztítja a vízben lévő baktériumok 99.9 %-át. A levegőt a készülék a talapzatán lévő kis réseken keresztül szívja be, majd egy a szoba hőmérsékletét érzékelő termosztáton és a páratartalmat figyelő párasítón keresztül áramoltatja. A tiszta pára az egyik nyíláson érkezik, majd az AirMultiplier technológiával felgyorsítva a másikon távozik a levegőbe. Az így kialakuló erőteljes légáramlat az egész szobában egyenletesen szórja a baktériummentes permetet.



Dyson AM09

A Dyson talán legfigyelemreméltóbb ventilátora az AM09, amely egyesíti a hőszugárzók és a ventilátorok erőit. Az asztali méretű készülék ideális választás kisebb helyiségekben, munkahelyeken a fűtés rásegítésére. Távirányítójával akár a szoba végéből is könnyen irányítható, télen és nyáron is használható ventilátor. A Dyson ventilátorai lapát nélküliek, nem kell őket a gyerekektől távol tartani, még akkor sem, ha fűtés közben használjuk őket. A készülék külső részén ugyanis nincsenek fűtő elemek, amelyek égési sérüléseket okoznának. Felborulás esetén pedig a készülék automatikusan lekapcsol.



Hauser F-5004

Rendkívül praktikus a Hauser fekvő ventilátora, hiszen alig foglal helyet a szobában, mégis biztosítja a megfelelő klímát a forró nyári napokon. A 110 wattos teljesítményével és az 50 centiméteres lapátjaival a nagyobb helyiségekbe is ideális választás lehet. Teljesítménye három szinten állítható és a dőlésszöggel is lehet variálni. A biztonságos működésről a védőrács gondoskodik, így gyerekes családoknak is nyugodtan ajánlható.



Klarstein Skyscraper Ice

Bőven túlmutat a hagyományos ventilátorokon a Klarstein készüléke, mivel a légkeverés mellett további két funkciót is magáénak mondhat, képes párástítani, és a levegőt is tudja tisztítani. A 2,5 literes víztartályban először lehűti, majd párává alakítja a levegőt. A kivehető szűrő pedig eltávolítja a levegőből a port és a szennyeződéseket. Az időzíthető funkcióval is rendelkező modell dizájn szempontjából is remek választás.



Rohnson R-846

Kissé talán komornak tűnik fekete színével a Rohnson ventilátora, de mivel távirányítóval is vezérelhető, így lehet, hogy érdemes alkut kötni ezzel a tényezővel. A biztonságos működésről az első és hátsó védő fémrács gondoskodik, de mivel álló készülékről van szó, így a gyerekek számára amúgy sem veszélyes. A távvezérlés mellett, a kényelem jegyében, időzítő funkciót is kapott a három sebességfokozaton programozható modell.



Hajócsavar a hálóban

Ha van a nyári időszaknak piaca, akkor a ventilátoroké az, az értékesítések 80%-a ekkor történik, ami érthető is, hiszen a forró meleg ellen – leszámítva a hideg limonádét – még mindig ez a legköltséghatékonyabb védekezési mód. Márkakínálat tekintetében meglehetősen bő üzletágról beszélhetünk, ami igaz a készülékválasztékra is. A legegyszerűbb, csak axiális irányba történő légáramoltatástól kezdve a már fűteni és párástítani tudó modelleken át a különböző innovációkig sok minden elérhető a választékban. Kialakításukat tekintve is van lehetőség a választásra, hiszen alapvetően három típust is megkülönböztetünk, az állót, a fekvőt és az asztalit, a dizájnról pedig még nem is beszélünk.

Sencor SFN 5040BL

Formatervezés jeles, ezt semmiképpen sem lehet elvitatni a Sencor ventilátorától, amely remekül illeszkedik bármilyen helyiség enteriőrébe. A három üzemmód (normál, természetes, alvás) mellett, hét különböző motorműködtetés-kombináció is létrehozható, hogy mindenki megtalálja a számára legideálisabb légáramlást. Alvás üzemmódban 30 perc elteltével közepes, majd újabb 30 perc után kis sebességre vált az intelligens készülék.



Taurus Sirocco 18

A Taurus fekvő ventilátora tetszés szerint elhelyezhető a padlón bárhol, mivel a dőlésszöge állítható, így pontosan lehet pozicionálni, hogy hova fújja a levegőt. Teljesítménye 170 watt, és ez három szinten állítható, így a közepes vagy nagyobb helyiségekben is ideális megoldás lehet. A biztonságról a védőrács gondoskodik, a lyukak olyan kicsik rajta, hogy a gyerekek ujjá sem fog beférni.



Rowenta CLASSIC VU5140

Van csendesebb ventilátor is a piacon, mint a Rowenta 47 dB-en duruzsoló modellje, ugyanakkor zavarónak sem lehetne nevezni ezt a mértékű zajkibocsátást. Három lapát és három sebességfokozat biztosítja a megfelelő légáramoltatást, de a készülék magassága is állítható a hatékonyság jegyében. A fej forgása automatikusa történik, hogy egyenletesen osztdjon el a légáram az adott helyiségben.



Tristar VE-5953

A Tristar asztali ventilátora elegáns megjelenésével az irodákba is jó választás lehet. Teljesítménye három szinten állítható, és oszcillációs mozgásának köszönhetően a helyiség minden részébe juttat a gerjesztett légáramból. Átmérője mindössze 30 cm, így a kisebb irodaasztalokon sem fog zavarni a munkában. Kis mérete ellenére a zajszintje kissé magas, 56,8 dB.



Az Internetes Vásárlás Napja

IDÉN HATODIK ALKALOMMAL KERÜLT MEGRENDEZÉSRE MAGYARORSZÁGON AZ INTERNETES VÁSÁRLÁS NAPJA. AZ OKTÓBER 7-ÉN, A HÓNAP ELSŐ PÉNTEKJÉN ZAJLÓ EGYNAPOS E-KERESKEDELMI ÓRIÁSAKCIÓBAN ÉS IPARÁGI ÖSSZEFOGÁSBAN TÖBB SZÁZ WEBÁRUHÁZ VETT RÉSZT ÉS KÍNÁLT VALAMILYEN KÜLÖNLEGES KEDVEZMÉNYT.

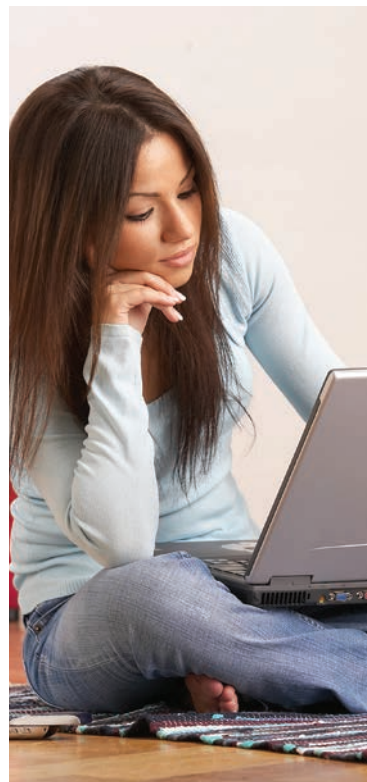
Az Internetes Vásárlás Napja mozgósító céllal jött létre 2010-ben: a környezet- és időkímélő online vásárlást, valamint a biztonságos és készpénzmentes online fizetési módokat kívánta minél szélesebb körben népszerűsíteni. A célok az évek során sem változtak, azonban a kezdeményezésben egyre több webáruház és egyéb partner is rész vesz. Az esemény szervezője a Neo Interactive digitális ügynökség, a mozgalom mellé pedig idén is a MasterCard és a Telenor álltak főtámogatóként, további kiemelt támogatóként a Magyar Posta, hivatalos szakmai támogatóként pedig az e-kereskedőket tömörítő SzEK.org is csatlakozott 2016-ban.

„A SzEK.org mindig szívesen vesz részt olyan kezdeményezésekben, melyek alapvető céljaival megegyez-

nek. Mivel az Internetes Vásárlás Napja egyszerre szolgálja az e-kereskedelem népszerűsítésének és a vásárlók tájékoztatásának célját, így egyértelmű, hogy szakmai támogatóként örömmel csatlakoztunk a projekthez” – mondta el Ormós Zoltán, a SzEK.org elnöke.

A korábbi évekhez képest idén két jelentős újdonság került bevezetésre. Az egyik a kezdeményezés megújult, áttekinthetőbb, funkcionálisabb és dizájnban is az online vásárláshoz illeszkedő felület kialakítása, a másik pedig az időpont megváltoztatása, amely korábbra került ez évben és a megszokott novemberi helyett ezúttal októberben került sor az eseményre.

„A felhasználói szokások és a korábbi évek visszajelzései nyomán mobilon is kényelmesen használható,



„Az internetes vásárlás mára a kényelem mellett gazdaságosságot is jelent. A Telenor számára kiemelten fontos, hogy a gazdaságos, kényelmes és biztonságos vásárlás lehetőségét és előnyeit megismertesse és lehetővé tegye a lehető legtöbb ember számára. A Telenor stratégiai célokat szolgáló lépései és programjai ugyanezen célok egyidejű megvalósulását támogatja. Ilyenek például a gyors és biztonságos Hipernet hálózat, új digitális szolgáltatások fejlesztése, mint a Wallet, a MyTV, illetve a hamarosan megújuló MyTelenor applikáció” – mondta Banovic Aleksandra a Telenor digitális szolgáltatásokért felelős vezérigazgató-helyettese.

„Örömmel látjuk, hogy a magyar felhasználók is egyre gyakrabban használják a bankkártyájukat az internetes vásárlásaik során. A Magyar Nemzeti Bank legfrissebb pénzforgalmi adatai szerint a kártya fizikai jelenlétét nem igénylő vásárlási tranzakciók száma 30 százalékkal (8 millió darab), értéke pedig 41 százalékkal (81 milliárd forint) bővült egy év alatt, elsősorban az internetes vásárlásoknak köszönhetően” – mondta Eölyös Endre, a MasterCard Magyarorszáért és Szlovéniáért felelős igazgatója.

áttekinthetőbb, webshoposabb felülettel jelentkeztünk idén. Tavaly közelítőleg 500 webshop vett részt különleges, csak e napon elérhető akciókkal, és októberben is hasonló részvételre számítunk, így különösen fontos, hogy a site jól kezelhető, felhasználó- és e-kereskedőbarát legyen. A másik fontos újdonság pedig az, hogy novemberről októberre hoztuk előre az Internetes Vásárlás Napját. Tettük ezt az e-kereskedő partnerek visszajelzései alapján, az iparágat képviselő SzEK.org-gal konzultálva. A SzEK-partnerség fontos hozadéka, hogy az oldalon keresztül az online vásárláshoz kapcsolódó edukációs tartalmakat is elérhetővé tudunk tenni” – mondta Soós Gergely, az esemény ötletgazdája, a szervező Neo Interactive digitális ügynökség alapító-ügyvezetője.

Szezon előtt

A KARÁCSONYI SZEZONRA TÖRTÉNŐ FELKÉSZÜLÉS JEGYÉBEN RENDEZTE MEG TERMÉKTRÉNINGJÉT A BSH OKTÓBER ELEJÉN. A HÁROM NAP SORÁN A CÉG KERESKEDELMI PARTNEREINEK KÖZEL 250 KÉPVISELŐJE VETT RÉSZT RENDEZVÉNYEN, ÉS TERMÉSZETESEN A SELL IS MEGHÍVÁST KAPOTT AZ ESEMÉNYRE.

Egy ilyen jellegű rendezvény esetében a legnagyobb kihívást elsősorban mindig a tartalom jelenti. Nemcsak az információk mennyiségét és mélységét illetően nehéz megtalálni a produktivitás határát, de a tájékoztatás módját is úgy érdemes megválasztani, hogy az képes legyen fenntartani az érdeklődést és bizonyos tekintetben még inspiráljon is. Ugyanakkor a szervezés, koordinálás, lebonyolítás sem egyszerű feladat. A BSH munkatársainak azonban sikerült minden említett vonatkozásban megtalálni az optimális megoldást. Túl sok információt nemcsak megjegyezni nehéz, de a lényeg is elsikkadhat, másik oldalról pedig az egyszerűen kommunikálható marketingüzenetet tartalommal is fel kell tölteni. A nagyon mély technikai részletek ellenben érthetetlenek lehetnek, a nagyon felszínes tájékoztatás viszont nem világít rá adott jellemző valódi hasznosságra. Ahhoz pedig, hogy a tréning elérje célját, érdemes az egészet az értékesítés kontextusába helyezni. Hogy mennyire sikerül ezen elvárásoknak eleget tenni, az főként az előadókon múlik. Nagy Dániel és Natkayné Kárpáti Zsófia marketing- és termékmenedzserek remekül oldották meg ezt a feladatot, amiben előadói kvalitásaikon túl az is közrejátszott, hogy prezentációikban az interaktivitásnak, a készülékek kipróbálásának is fontos szerep jutott. Egészen más ugyanis meg is tapasztalni, hogy milyen az a szőlőlékészítés olyan turmixszal, amely megszűri a magokat, vagy hogy mit jelent egy 50 literrel nagyobb hűtőkapacitás. Mennyit segít egy robotgép a répatorta készítésének különféle fázisaiban, hogyan fér el egy standard méretű mosógépben 14 teríték, a gyakorlat-

ban hogyan működik és mire képes a főzőlap PerfectFry szenzora egy steak sütése során, vagy éppen hogy az elkészített répatortát mennyire egyszerűen tökéletesre lehet sütni az Assist funkció és a Perfect Bake sütőszenzornak köszönhetően. De bármennyire is élvezhető egy bemutató, a közönség idővel elfárad. Különösen, ha olyan széles kínálatról van szó, mint a BSH esetében. Éppen ezért az olyan betétprogramok, mint egy kóstoló, egy technikai kvíz, vagy egy egyszerű játék, nemcsak színesítik az eseményt, de funkcionálisak is, mert általuk a résztvevők feltöltődnek, ahogyan az a BSH rendezvényén is történt. E tekintetben a csúcst Kovács András Péter humorista szereplése jelentette. Részben, mert szemben a megszokott formával, fellépése nem az eseményt záró szórakoztató program szerepét töltötte be, hanem a porszívó- és vasalóbemutatók szerves részeként, adott témákhoz kapcsolva szerepelt. Részben pedig azért, mert a humorista az ironia oldaláról közelítve a vevők olyan jellemzőire is rátapintott, amelyekkel gyakran találkozni az értékesítés során. Ez pedig nemcsak élvezhetővé tette a bemutatót, de bizonyos értelemben arra is magyarázatot nyújtott, miért hasznosak az információk, amiket a résztvevők egy ilyen rendezvényen kaphatnak. A tartalom mellett a formára sem lehetett panasz, mert a szervezés is jól sikerült. A Kápolnásnyéken található ultramodern oktatási központ kiváló helyszínnek bizonyult, és a két csoportra bontott lebonyolítási rendszer is ideális volt az adott létszám esetében. Magyar emberként pedig feltétlenül meg kell említeni az is, hogy a catering is kiváló ízekről gondoskodott.





Energia a zsebben

Mit tudnak a Power Bankok

ENERGIAVÁLSÁGBAN VAGYUNK, LEGALÁBBIS AMI A DIGITÁLIS ESZKÖZEINKET ILLETI. GONDOLHATUNK ITT ELSŐSORBAN AZ OKOSTELEFONOKRA, AMIT A LEGTÖBBET HASZNÁLUNK A KÜLÖNBÖZŐ KÉSZÜLÉKEINK KÖZÜL, ÉS AMIT EGYELŐRE NEM KÖVET AZ AKKUMULÁTOROK ÜZEMIDEJE, AMI JÓ ESETBEN 1-2 NAPIG KÉPES ÉBREN TARTANI A MOBILOKAT.



Ráadásul az 1-2 nap folyamatos használat mellett csupán pár órára csökken a bivalyerős processzoroknak és Full-HD meg UHD felbontású kijelzőknek köszönhetően. Erre a problémára kínálnak megoldást a hordozható akkumulátorok, vagy divatosabb szóval élve a Power Bankok. A piaci kínálat a termékcsalád esetében is meglehetősen nagy, és az is jellemző, hogy nem feltétlenül tudjuk, hogy pontosan melyik eszközre is van szükségünk, holott a gyártók már a megfogalmazásban is figyelmeztetnek a funkcionalitásra, ilyen kategória például a vésztöltőké. A vésztöltők jellemzően olyan 400 és 3000 mAh kapacitást kínálnak, ennek ellenére gyakran teljes értékű külső akkumulátorként vásárolják őket a trendi kinézet és az alacsonyabb árfekvés miatt. A termékcsaláddal persze semmi probléma nincsen, csupán nem arra lettek kitalálva, hogy hosszabb távon energiát biztosítsanak eszközeinknek. Viszonylag egyszerű kiszámolni, hogy egy külső akkumulátor hány-szor tudja újratölteni az okostelefonunkat. Egy jobb kategóriás mobiltelefon, mondjuk egy Galaxy Note 4 akkumulátorának a kapacitása 3000 mAh, ami azt jelenti, hogy egy 3000 mAh-es kapacitású akkumulátorral félig vagy háromnegyedig tudjuk újratölteni, mivel a gyártók mindig a legjobb eshetőséget tüntetik fel amperekben a terméklapra, ami a valóságban azért mindig egy picivel kevesebb lesz.

Növekvő feszültség

Tehát a Power Bank kapacitásának mindig meg kell haladnia az akkumulátor kapacitását, ha legalább egy teljes újratöltést szeretnénk elérni vele. Mindenképpen érdemes fontolóra venni, hogy mire is akarjuk használni a külső akkumulátorunkat, ha csak arra, hogy napközben véletlenül se merüljön le valahol, akkor arra bőven elegendő egy csinos vésztöltő is, de ha több napra beveszünk magunkat a hegyekbe, vagy kiülünk pecázni egy hétvégre, és mégis elérhetőek akarunk lenni, akkor bizony a 15-20 000 mAh kapacitású eszközt kell választani, amivel akár hat-hétszer is újratölthető egy telefon. Másik fontos szempont a külső akkumulátorok vásárlásánál a feszültség, ugyanis ha ez alacsonyabb, mint a tölteni kívánt eszközé, akkor az ellenkező fog történni, nem feltöltődik a telefonunk vagy egyéb termékünk, hanem lemerül. Azért annyira nem vészes a dolog, mert ez rendszerint 5 V, de azért vásárlás előtt mindenképpen érdemes ellenőrizni a dolgokat.

Alcor Lipstick

„Csak csajoknak” jelígre! Az Alcor kifejezetten nőknek fejlesztette a hordozható külső akkumulátorát. Amivel a hölgyeket csábítani akarja, az a népszerű rosegold színvilág, valamint a kozmetikumok ihlette formatervezés, amit az elegáns, lézergravírozott virágmintával díszített felület is támogat. A modell a legtöbb digitális eszközünkkel, így okostelefonokkal, táblagépekkel, e-book-olvasókkal kompatibilis. Támogatja az iOS és Android készülékeket is.



A-Solar AM115

Az univerzális töltő, rendkívül erős napelemmel rendelkezik, így jó idő esetén gyorsan töltődnek fel a cellák és nincsen szükség hálózatról való töltésre. A hosszabb túrázásokra is alkalmas modell 2000 mAh teljesítménnyel rendelkezik, így mindenekelőtt vésztöltésre alkalmas. Külső por és vízálló szilikon burkolata ellenálló, ezért a kisebb ütések sem okoznak problémát számára. Androidos és iOS eszközökkel egyaránt kompatibilis.



Beez PB-8000

A megjelenést illetően az apró, kéken világító LED-lámpák kiválóan harmonizálnak a készülékház fekete színével. A 8000 mAh kapacitású modell nagy teljesítményéhez mérten keveset nyom, súlya mindössze 180 gramm. Az Android és iOS eszközeinket is tölteni képes akkumulátor kompatibilis a legtöbb digitális készülékeinkkel. Kis súlya és méretei miatt mindenhol könnyedén magunkkal vihetjük.



Blue Star Power Bank 17 600 mAh

Meglehetősen nagy, 17 600 mAh teljesítményt kapott a Blue Star külső akkumulátora, ami hosszabb utazásokra is alkalmassá teszi, valamint azoknak a felhasználóknak is ideális lehet, akik sokat használják mobil eszközeiket, olyan környezetben, ahol nincsen lehetőség vezetékcsatlakozásra. A dizájn letisztult és egyszerű, de a töltést azért egy LED-lámpa mutatja. A készülék súlya a teljesítményéhez mérten viszonylag sok, 290 gramm.



Zseblámpa is

Egy külső akkumulátorral nemcsak feltölthetők az eszközök, de üzemeltethető róla USB-csatlakozós zseblámpa, ventilátor, italhűtő vagy akár masszázslabda is.

Az első

Az első akkumulátorokat Franciaországban Gaston Planté állította elő 1859–1862 között.





Hama AKKU PACK 2600 MAH, PIROS

A Hama frappáns formatervezésű, szivargyújtóra emlékeztető külső akkumulátora, tökéletesen alkalmas gyorsöltésre és kis méretéből adódóan akár egy táskában, akár egy kabátzsebben is kényelmesen elfér. Tökéletes partner utazások során, vagy napközben, hiszen minden digitális eszköz könnyen és hatékonyan tölthető vele. A biztonság jegyében rendelkezik túltöltés, kisülés és rövidzárlat elleni védelemmel is.



LogiLink PA0086

A LogiLink külső akkumulátorán két nagy és egy mini-USB-port kapott helyet, így egyszerre akár több digitális eszköz is tölthető vele, amit a 19 600 mAh kapacitás lehetővé is tesz. Egy átlagos okostelefon ilyen teljesítmény mellett akár 6-7-szer is feltölthető vele, vagyis ideális megoldás minden olyan esetre, amikor nélkülözni kell a hagyományos töltés lehetőségét. A töltést egy LED-lámpa is mutatja, a kikapcsolás pedig automatikusan történik.



Genius ECO-u828

Mivel két USB- és egy mini USB-port is helyet kapott a Genius külső akkumulátorán, így egyszerre akár több eszköz is tölthető vele. A 8000 mAh kapacitása átlagosnak mondható, de ha több digitális eszközt is töltünk a modellel, akkor azért alkut kell kötni vele. A megjelenést illetően egy trendi és elegáns készüléket kapunk, amely kis súlya és méretei miatt mobilis is, ami egy külső akkumulátor esetében mindenképpen pozitív tulajdonság.



Proda Lipmax Power Bank

A kép megtévesztő lehet, a Proda terméke bármennyire is úgy tűnik, nem egy női rúzs, hanem egy külső akkumulátor, bár megjelenésénél fogva kétségtelenül jól mutat bármilyen női retikülben. A modell mindekelőtt vésztöltésre remek választás, a 2400 mAh kapacitás ugyanis egy átlagos telefont félig vagy talán egyszer egészen képes feltölteni. Természetesen esetében nem is a teljesítmény, hanem a külcsín volt a fejlesztések fókuszában.

A név

Lítium-ion a legfiatalabb generációba tartozik a lítium-ion (li-ion) technológia. Nevét onnan kapta, hogy a töltés tárolásáról lítium-ionok gondoskodnak, amelyek töltéskor a negatív, szénalapú elektródához, kisütéskor pedig a pozitív fénoxid elektródához vándorolnak.

80%

A lítium-ion akkumulátornak sokkal jobbat tesz, ha mindig csak rátöltünk valamennyit, de nem töltjük 100 százalékgig.

10 dolog

amit, az akkumulátorokról tudni érdemes

Bár a legtöbb digitális eszközünkben lítiumalapú akkumulátort használunk, tudni mégis keveset tudunk róla. Hogyan működik, hogyan érdemes tölteni, mire kell vigyázni, mennyi ideig használható stb. Következzenek most a fontosabb ismeretek a termékcsaládról.

Akkumulátor lehet bármely berendezés, ami energiát tárol későbbi felhasználásra. Az akkumulátor nem termel elektromosságot, csupán eltárolja azt.

A lítiumalapú akkumulátorok előnye a korábban használatos nikkel-kadmiummal szemben, hogy rögtön használatba lehet venni a készüléket, nincs szükség a 12-16 óráig tartó formázásra.

Nem kell megvárni a teljes lemerülést, sőt a hosszabb élettartam szempontjából a legideálisabb, ha olyan 25% kapacitásnál kezdjük el tölteni és 80%-nál befejezzük a töltést. A lítium-ion akkumulátoroknak ugyanis nem tesz jót, ha folyamatosan 100%-ra töltjük őket. Éppen ezért éjszakára soha ne hagyjuk a töltőn a telefont vagy egyéb eszközt, mert sokkal hamarabb el fog használdni az akkumulátor.

Energiasűrűségük mintegy háromszorosa a Ni-Cd és másfélszerese a Ni-Mh akkumulátoroknak.

Van velük egy probléma. Elvértve ugyan, de maguktól ki tudnak gyulladni, ha rövidzárlatosak lesznek. Éppen ezért például idén április 1-től tilos rakományként utasszállító repülőgépeken lítium-ion akkumulátorokat szállítani.



Nem emlékezik. A korábbi nikkelalapú technológiára – Ni-Mh, Ni-Cd – még jellemző volt a memóriaeffektus nevű kellemetlen tulajdonság. Az ilyen akkuk veszítenek maximálisan elérhető kapacitásukból, ha nem hagyták teljesen lemerülni őket.

Nevét onnan kapta, hogy a töltés tárolásáról lítiumionok gondoskodnak, amelyek töltéskor a negatív, szénalapú elektródához, kisütéskor pedig a pozitív fém-oxid elektródához vándorolnak.

Folyamatos használat mellett általában 2 év az élettartamuk, ekkor nagyjából eredeti kapacitásuk 2/3-át biztosítják. Az elhasználódás fő oka, hogy lelassul az ionok áramlása, ezáltal az akkumulátor nem képes megfelelő árammal ellátni az eszközt.

A meleg a lítiumalapú akkumulátorok legnagyobb ellensége. Ha nem mindennap használjuk a készüléket, például videokamerát, fényképezőgépet, navigációs eszközt stb., akkor érdemes az akkumulátort a hűtőben tárolni. De ne a fagyasztóban, mert a túlzott hideg szintén nem kedvez a celláknak.

Mivel a lítium-ion a legkönnyebb fém a világon, ezért rendkívül kicsi a súlyuk is, pontosan ezért praktikus a mobil eszközök számára.



Sony CP-S20

Kétségtelen, hogy a gyártó első-sorban a teljesítményre, nem pedig a megjelenésre helyezte a fő hangsúlyt a fejlesztések során, de ez egy külső akkumulátor esetében teljesen rendjén is való így. A négy darab USB-portnak köszönhetően egyszerre akár négy eszköz is tölthető vele kezdve az okostelefonoktól a digitális fényképezőgépekig. Hatalmas, 20 000 mAh kapacitása hosszú távon megbízható társá teszi távol a vezetékektől.



Sandberg Sapb 13

Hosszabb túrázások, síelések alkalmával is remek partner lehet a Sandberg külső akkumulátora, a napelemes technológiának köszönhetően ugyanis nincsen szükség – persze ha az időjárás is rábólint – az akkumulátor külön, hálózatról való töltése. A 6000mAh teljesítményével akár kétszer is feltölthető vele egy átlagos okostelefon, de természetesen kompatibilis egyéb digitális eszközeinkkel is.



Samsung EB-PN920UFEGWW

A Samsung Galaxy S6 edge+ készülékre fejlesztett külső akkumulátora a dizájnt illetően maximálisan követi az okostelefon megjelenését, ennek jegyében titán ezüst- és platina arany-színekben érhető el. A csinos modellel tíz perc alatt akár plusz négyórányi telefonhasználat érhető el. Az akkumulátor a Galaxy S6 edge+ telefon mellett a Galaxy Note 4, a Galaxy Note edge, a Galaxy S6 és az S6 edge készülékekkel is kompatibilis. Kapacitása 5200 mAh.



Xiaomi PowerBank 20 000 mAh

A dupla USB-portnak köszönhetően egyszerre akár két eszköz is tölthető a Xiaomi külső akkumulátorával. A modell kapacitása 20 000 mAh, így hosszú ideig képes pótolni a vezetékes töltés hiányát, egy átlagos okostelefon körülbelül hétszer tölthető fel vele. A modell természetesen egyéb digitális eszközökkel is kompatibilis, teljes töltöttség esetén pedig az eszköz automatikusan kikapcsol. A ház újrahasznosított, környezetbarát anyagból készült.

Arany középút

Az akkumulátornak sem a 10 °C alatti, sem pedig a 30 °C feletti hőmérséklet nem tesz jót.

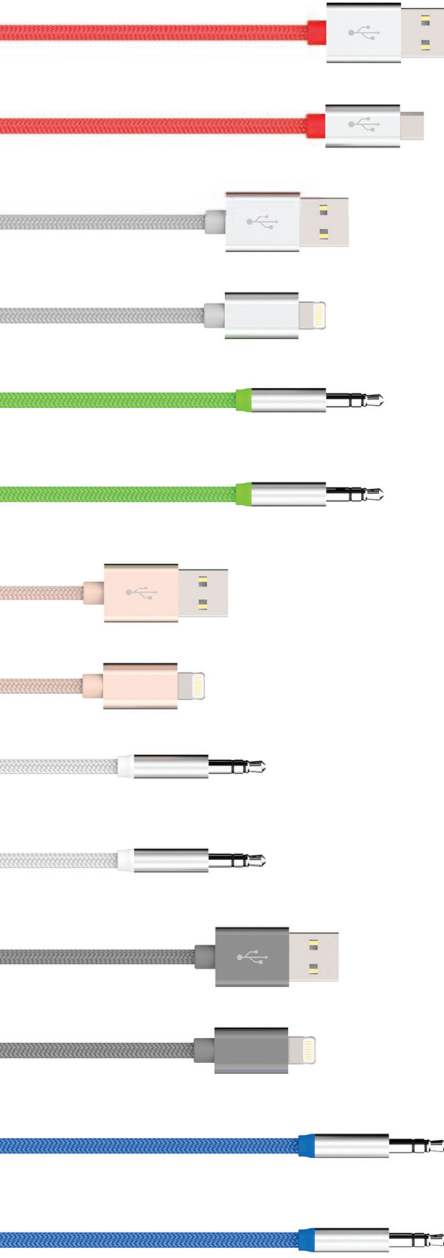
Nem szereti forrón

Ha külső akkumulátor a kellenél jobban felmelegszik töltés közben, akkor abba kell hagyni a folyamatot. Sok készülék rendelkezik már védelmi funkcióval, és ilyen esetben magától kikapcsol.



VIGYÉL SZÍNT

a hétköznapiakba!



Manapság igen sokféle elektronikai eszközt használunk a mindennapokban. A telefontól a táblagépeken át a laptopokig, szinte felsorolni is nehéz mennyi készülék vált az életünk szerves részévé. A különféle eszközöket pedig nemcsak magukban használjuk, hanem csatlakoztatjuk egymáshoz, adatokat töltünk rájuk fel, vagy éppen le róluk és természetesen időről-időre magukat a készülékeket is fel kell töltenünk. Éppen ezért valószínűleg minden családban megesett már, hogy konfliktus forrását jelentette, hogy ki, kinek a töltőjét használja, vagy éppen az okozott bosszúságot, hogy nem a megfelelő kábelt húztuk ki véletlenül. Ezeknek az apró kellemetlenségeknek most már könnyen elejét vehetjük a Hama segítségével. A kiegészítők specialistája ugyanis egy színes kábel sorozatot kínál, amely nem pusztán divatos, trendi, vidám megjelenése miatt figyelemre méltó, de igen praktikus megoldás is lehet az imént említett kényelmetlenségek elkerülését illetően. A választékot egy 2 USB csatlakozóval szerelt autós töltő, microUSB-kábel, Lightning kábel és audio (jack-jack) kábel jelentik, amelyek a szokásos fekete és fehér változatokon kívül, típustól függően, piros, kék, zöld, antracit, ezüst és arany árnyalatban is elérhetők. A szín minden esetben a kábel nejlonszövetborítására vonatkozik, a fémből készült csatlakozók natúr alu vagy antracit fényezést kaptak. USB kábelből 2.0 szabványú verzió létezik, de ez természetesen nemcsak töltésre, hanem adattovábbításra is alkalmas. A kábelek különleges tulajdonsága az is, hogy vastagságuk és a szövetborítás miatt táskába vagy fiókba téve sem gubancolódnak össze. Így még a kábelek másik gyakori jellemző problémájára, a gubancolódásra is gyógyírt jelenthetnek.

A telefon esete a vásárlással

A technika fejlődésével a mobiltelefon mára tulajdonképpen már egyfajta pénztárca-ként is funkcionál. A vásárlásoknak persze még csak egy része történik mobiltelefonon keresztül, de ezek száma és aránya folyamatosan növekszik. Ezért kíváncsiak voltunk, manapság milyen szerepet tölt be a mobil vásárlás. Összeállításunkban a GKI Digital által tavaly év végén készített felmérés adataira támaszkodtunk.

Adott termék mobilon történő vásárlása a mobil vásárlók arányában

(Az adatok azt mutatják, hogy a mobil vásárlók közül milyen arányban vásároltak telefonon legalább egyszer az adott termékből)

Szórakoztató elektronikai termék (pl.: TV, hifi, játékkonzol, e-könyv olvasó)	13%
Óra, ékszer	7%
Zene, film (CD/DVD/Blu-ray)	3%
Mobiltelefon, tablet	13%
Gyerekjáték	18%
Számítástechnikai eszköz, számítógép alkatrész	17%
Sportfelszerelés	6%
Cipő	10%
Ruházati cikk	22%
Könyv	25%
Lakberendezés, bútor, barkács	6%
Digitális termék (pl.: e-könyv, letölthető játék, szoftver, előfizetés netes tartalomra)	11%
Kozmetikum, tisztálkodás, drogéria	22%
Élelmiszer	6%
Jegy (pl.: színház, mozi)	16%
Papír, írószer, iskolaszer	4%
Háztartási eszköz	11%
Játék, program a telefon rendszerének alkalmazásboltjában	6%
Programokon belüli vásárlás a telefonon	35%

A mobilnet és az okostelefonok elterjedése révén a telefon az online vásárlások egyik eszközévé vált, de az olyan technológiák, mint az NFC, lehetővé teszik azt is, hogy a mobiltelefon akár a bankkártyát is helyettesítse. A mobiltelefon bankkártyaként történő alkalmazása akkor válik igazán relevánssá, amikor sem a szolgáltatói háttér, sem a hardver oldal nem korlátozza ezt a lehetőséget. Ezért egyelőre ezt az aspektust nem vizsgáltuk, és főként az online vásárlásra



lókra fókuszáltunk a mobilfizetések kapcsán, annak ellenére is, hogy bizonyos esetekben – mint a parkolójegy vagy az alkalmazáson belüli vásárlások – a mobil vásárlás nem az online vásárlás alternatívája elsősorban. A netes vásárlók 23 százaléka vásárolt már mobilon keresztül is, ami nem túl nagy arány, némileg viszont ezt magyarázhatná az, hogy meglepő módon az online vásárlók 31 százaléka nem is rendelkezik okostelefonnal. Azonban az okostelefonnal rendelkező netes vásárlók körében sincsenek túlsúlyban a mobil vásárlók, 66 százalékuk ugyanis még soha nem használta ezt a lehetőséget. A mobil vásárlást főként a rugalmassága miatt választják az emberek, a flexibilitást 63 százalékban jelölik meg érvként a mobil vásárlók, míg a távolmaradást leggyakrabban a jártasság hiányával magyarázzák, 51 százalékban azért nem értenek hozzá. Eltérő mértékben, de minden korosztály esetében ezért ódzkodnak leginkább a mobil vásárlástól, kivéve a 18 évnél fiatalabbakat, akiknél a bonyolultság a leggyakoribb visszatartó tényező. Jelentős eltérések mutatkoznak a mobil vásárlási hajlandóságot illetően a vásárolt termékek és szolgáltatások

körének függvényében is. Legritkábban zenét, filmeket tartalmazó adathordozókat (3%) és papír-írószert vásárolnak (4%), de az élelmiszer (6%), a sportfelszerelés (6%), a bútor (6%) és az óra/ékszer (7%) sem tartozik a népszerű termékkörök közé a mobil vásárlók körében. A leggyakrabban pedig alkalmazáson belüli kínált szolgáltatásokat (35%) könyvet (25%), ruházati cikket (22%) és kozmetikumokat (22%) vesznek mobiltelefonon. Digitális termékeket (e-könyv, letölthető játék, szoftver, előfizetés netes tartalomra) a mobil vásárlóknak mindössze 11 százaléka vett már mobilon, azonban az ezt a terméket online vásárlók körében 25 százalék azoknak az aránya, akik már mobilon is vettek ilyen terméket. Érdekes továbbá az applikációkon belül kínált vásárlási lehetőségek igénybevétele nem és kor szerinti megoszlásban. A férfiak lényegesen nagyobb arányban veszik ezt igénybe, mint a nők, a mobil vásárló urak 45 százaléka, a mobil vásárló hölgyeknek viszont csak 26 százaléka. Életkor vonatkozásában pedig említést érdemel, hogy a 18 évnél fiatalabb mobil vásárlók 100 százaléka vásárolt már applikáción belül.



SMARTPHONE ÜVEGFÓLIA

a tökéletes védelemért!

Murphy óta tudjuk, hogy, ha valami leeshet, akkor az előbb-utóbb le is esik. Ha pedig valami leesik, akkor jó eséllyel meg is sérül. Ez alól természetesen a mobiltelefon sem kivétel, azonban ezt sokszor hajlamosak vagyunk elfelejteni, pedig sok kellemetlenségtől kímélhetnénk meg magunkat, ha figyelmet fordítanánk a készülékünk védelmére. Az sem túlságosan örömteli, amikor a készülékház szenved kárt egy esés következtében, de a kijelző sérülése még ennél is nagyobb bosszúságot okozhat. Egy-egy karcolódás esztétikai szempontból, egy komolyabb sérülés azonban már anyagi vonatkozásban sem szerencsés, mivel egy kijelző javítása, cseréje típustól függetlenül nem éppen olcsó mulatság. Mindez azonban egy kijelzővédő fólia segítségével könnyedén megelőzhető, ami még azok számára is optimális megoldás, akik nem szeretnék telefonjuk dizájnját egy védő tok alá rejteni. A Hama éppen ezért nem csak rendkívül széles telefontok választékot, de dedikált és univerzális védőfóliákat is kínál. Sőt a hagyományos védőfóliák mellett a telefon sérülékeny LCD kijelzője számára extra védelmet nyújtó üvegfólia is található a márka szortimentjében. A prémium minőségű, valódi edzett üvegfólia nem befolyásolja az érintőkijelző működését, használata kényelmes, felhelyezése egyszerű, ráadásul maradvány nélkül eltávolítható. A tökéletesen átlátszó, fényáteresztő, víztiszta védőréteg fokozottan karc- és ütésálló. A Mohs féle keménységi skálán 9H besorolással rendelkezik, ami kimagaslóan magas, hiszen alig marad el a gyémánt 10H minősítésétől. Az üvegfólia véd a portól, karcolásoktól, szennyeződés taszító oleophobic bevonatának köszönhetően pedig még tisztítása is igen egyszerű.



Belkin F8M747BT



A Belkin vezeték nélküli töltőjén nem találunk egy USB-csatlakozón kívül egyebeket, mivel a kompatibilis telefonokat csak fel kell helyezni a készülékre, és máris kezdődik a vezeték nélküli töltés. A fekete színű modell a dizájn jegyében zöld LED-világítást is kapott, hogy még trendibb külsőt kölcsönözzön neki. A töltési idő telefononként változik, és csak a Qi eszközökkel kompatibilis.

BlackBerry TYLT Energi 10K



A legtöbb okostelefonnal és táblagéppel kompatibilis a BlackBerry univerzális töltője, amellyel egyszerre akár három eszköz is tölthető. A beépített, 10000 mAh-s akkumulátornak köszönhetően a többszöri töltés sem jelent problémát, így hosszabb utakra is ideális partner lehet. A sima USB-csatlakozó mellett a micro USB-kimenet is elérhető rajta. A töltéshez szükséges idő átlagosan hat óra.

Hama HÁLÓZATI TÖLTŐ, 2XUSB „AUTO DETECT” 2,4A FEKETE



A Hama töltőjének az egyik nagysága pontosan a kis méretében keresendő, a készülék táskában, de akár zsebben is elfér, így bárhová kényelmesen elvihető. Két USB bemenetének köszönhetően egyszerre két digitális eszköz is tölthető róla, kényelmesen és biztonságosan, mivel az integrált áramkör automatikusan felismeri a csatlakoztatott készüléket.

Hama HÁLÓZATI TÖLTŐ, 4XUSB „AUTO DETECT” 5.1A, FEKETE



A Hama hálózati töltője négy USB csatlakozót is kapott, így egyszerre akár négy különböző digitális eszközt is tudunk tölteni vele. Az integrált áramkör automatikusan felismeri a csatlakoztatott készüléket, így nincsen szükség semmilyen manuális beállításra a töltéshez. Az elegáns, fekete-fehér színű modell kis méretéből adódóan bárhová kényelmesen magunkkal vihető.

Hama HÁLÓZATI TÖLTŐ, 2XUSB „AUTO DETECT” 4.8A, FEKETE



Az apró méretű hálózati töltő egyik nagy előnye, hogy bárhová könnyen magunkkal tudjuk vinni, akár egy kabátzsebben is kényelmesen elfér. Kis mérete ellenére két USB bemenetet is kapott, így egyszerre akár két telefon vagy egyéb digitális készülék is tölthető róla. A modell automatikusan felismeri a rá csatlakoztatott készüléket.

HTC CR S520



A gyártó saját telefonjaira fejlesztette az asztali töltőt, amely kényelmes töltést tesz lehetővé akár adatszinkronizálás közben is. A számítógéppel összekötve képeket, zenéket, videókat és egyéb tartalmakat tölthetünk fel, illetőleg le a telefonról. A telefont egyszerűen csak bele kell fektetni a mélyedésbe, és a töltés máris kezdetét veszi.



Leitz Complete Duo

A multifunkciós asztali töltő nemcsak a telefonok, de táblagépek és egyéb digitális eszközök egyidejű töltését is lehetővé teszi. Egyszerre négy eszköz is tölthető róla, sőt a kihúzható táblagép-állványnak köszönhetően akár prezentációkhoz is jól lehet használni. A dizájn tekintetében is jól sikerült darab még szivargyújtóról is használható, így akár az autóban is ideális megoldás lehet.

Újratöltve

Egyes felmérések szerint egy átlagos felhasználó olyan 1,5 percenként nyúl a telefonjához és csinál vele valamit. Az akár megdöbbentőnek is nevezhető szám jól tükrözi, mennyire is „ragaszkodunk” az okoskészülékeinkhez. A gyakori használatot azonban nem követi az akkumulátorok üzemideje, így bizony tölteni kell. A piac természetesen fölkészült erre, és számos márka kínálatában érhetők el a vezetékes, illetve vezeték nélküli telefontöltők. A kínálat dizájn és funkcionalitás tekintetében is szegmizált, míg egyes darabok csak egy márka egy modelljét képesek tölteni, addig mások egyszerre akár nyolc különbözőféle eszközt is. A szortimentben a kis „mobil” töltők ugyanúgy megtalálhatók, mint a kifejezetten asztali készülékek. Nézzünk most ezekből párat.



Nokia DT-901

A jobb napokat is látott gyártó annak idején nagyot durrantott ezzel a különleges telefontöltővel. Ugyanakkor azt nem állíthatjuk, hogy be is keményített vele, hiszen a telefontöltő valójában egy párna, a mobilt csak rá kell rakni a gyurmázható felületre, és máris töltődik az akkumulátor. A Fatboy dizájner bútormárkával közösen készített játékos és stílusos párna mindenekelőtt a megjelenésével hódít.



Samsung Galaxy S6 edge+

A Samsung vezeték nélküli gyorsöltőjének a használata nem igényel különösebb szaktudást, csak a töltőpadra kell helyezni a telefont, és máris megkezdődik a vezeték nélküli töltés. A dizájn jegyében a töltöttségi szintet LED-lámpák is mutatják kék, illetve zöld színben. Azért van egy szépséghibája is a dolognak, hogy a modell csak a Galaxy S6 edge+, a Note5 és a később piacra dobott eszközökkel kompatibilis.



LG WCD-100

Az LG vezeték nélküli töltője minden Qi Wireless töltést támogató eszközzel kompatibilis. A modell túl azon, hogy jól néz ki, praktikus is, mivel összecusukható, és így könnyen magunkkal tudjuk vinni. Bár eredetileg a Nexus 4 számára lett kitalálva, más mobilok akkumulátorát is képes rövid idő alatt feltölteni. A töltés mellett akár asztali telefontartóként is funkcionálhat.



LogiLink PA0098

Külcsínre nem igazán tetszetős, de egyszerre több készülék töltését is lehetővé teszi a LogiLink töltője, ráadásul nemcsak telefonokét, de táblagépeket és egyéb digitális eszközökét is. A nyolc eszköz töltésére alkalmas modell csak hálózatról képes végezni a töltést, és nagy mérete miatt mindenképpen csak asztali töltőként funkcionál.



PRODA T200

Az első látásra palacsintasütőre emlékeztető eszköz valójában egy dizájnos telefontöltő. A töltőállomás USB-kábellel csatlakoztatható a laptophoz, mobiltelefonhoz vagy akár egy power bank készülékhez. Amint az apró korongra helyezzük a vezeték nélküli töltésre alkalmas készüléket, az máris töltődni kezd. A mobilis kis korong könnyen elfér egy kisebb táskában is, így bárhová magunkkal vihető.

MÁR ÖNMAGÁBAN A SAMSUNG GYÚLÉKONY TELEFONJAI MELLETT IS ELÉG NEHÉZ ELMENNI SZÓ NÉLKÜL, DE EZ AZÉRT MÉG NEM ÉRNE MEG EGY JEGYZETET. VISZONT KIDERÜLT, A CÉGNEK EGYÉB PIROTECHNIKAI ÚJDONSÁGAI IS VANNAK, NEVEZETESEN NÉHÁNY „ROBBANÓS” FELÜL TÖLTŐS MOSÓGÉP-MODELL, RÁADÁSUL ÉPPEN EZZEL A TERMÉKKÖRREL FOGLALKOZTUNK AKTUÁLIS LAPSZÁMUNKBAN, ÍGY EZT A ZICCERT MÁR NEM TUDTAM KIHAGYNI.

Jegyzet

A nedvesség és az elektromosság soha nem volt a legjobb párosítás biztonság tekintetében, de a mosógépek és mosogatógépek tervezését elég nehéz megúsni anélkül, hogy a legyártott készülékek ne használnak vizet és áramot is. Mivel ez gyakorlatilag adottság, és a veszély is elég kézenfekvő, a gyártók igencsak odafigyelnek arra, hogy a dologból ne legyen kalamajka. Ennek ellenére néhanapján azért elő-előfordul egy kis malőr. Az elmúlt években nem egy márkáé kényszerült már arra, hogy visszahívja bizonyos készülékeit. Ennek okai viszont nem a tömeges balesetek voltak, hanem éppen azok megelőzésének céljából kerül rájuk sor, amelyet néhány szörványos eset tett szükségessé, és persze az, hogy a márkaneven ne essen túlságosan nagy csorba. A Samsung mosógépek története sem azért érdekes, mert ezúttal az extrém meghibásodások aránya nagyobb méreteket öltött. A világszerte értékesített készülékek számához képest most is rendkívül elenyésző mértékről beszélhetünk, sőt még csak nem is globális problémáról van szó, az Észak-Amerikán kívül értékesített készülékek ugyanis egyáltalán nem érintettek az ügyben. Cserébe viszont ezek a felül töltős készülékek képesek felrobbanni. Azt mondjuk, nem tudom, hogy egy mosógépben mi tud felrobbanni, de hát egy olyan márkáé termékeiről van szó, amely csúcstechnológiát gyárt, így tulajdonképpen semmi sem lehetetlen. Azt azért tegyük hozzá, hogy egy olyan nemzet fogyasztói



Szalai Dávid

tapasztaltak ilyesmit, akik szükségét érzik egy lakóautó kapcsán, hogy egyértelműen felhívják a figyelmünket arra, hogy menet közben nem szabad hátramenni aludni. Az végül is mindegy, hogy a robbanás tényleg robbanás-e, mert az Amerikai Fogasztói Termékbiztonsági Bizottság (CPSC) biztonsági figyelmeztetést adott ki, és a Samsung is a készülékek használatára vonatkozó biztonsági tanácsokat tett közzé vásárlói számára, a 2011 és 2016 között gyártott felül töltős modellek vonatkozásában. Valószínű, hogy az egész azért egy kicsit fel is lett fújva, hogy stílusosak legyünk, azt mondhatnánk, a dolognak nagyobb a füstje, mint a lángja, de ettől még a dél-koreai márkának nagyon nem jött jól most ez a kis affér. Samsungéknál ugyanis éppen ezerrel fáradoztak azon, hogy az olvadós rágógumi mintájára megalkotott olvadós telefon, a Galaxy Note 7 okozta kellemetlenségekből kikavarodjanak. Illetve hogy a vásárlóknak bizonyítsák, hogy a minőség és a kigyulladás funkció között nincs releváns összefüggés, sőt mi több, a márka éppen attól képvisel csúcsmínőséget, hogy az olykor lángra kapó készülékeket lecserélik hagyományos, lángolásmentes kivitelre. Erre beüt, vagy inkább berobban a mosógépprobléma is. Utóbbi inkább csak rosszkor jött, és a válságkommunikációt nehezíti kissé, előbbi viszont komolyabb fejfájást is okozhat. Egyik oldalról a történetek a márkanévet eléggé megtépázhatják, és a készülék szlogenje, a „Felejtse el, amit eddig a telefonról gondoltál!”, új értelmet nyerhet. Túl azon, hogy a jelmondat jelen esetben különösen frapáns, hiszen ki gondolná, hogy egy telefon éghet is, még arra is utalhat, hogy, amit eddig prémiumnak hittünk, az nem biztos, hogy az is. Átmenetileg meg is lesz ennek a hozadéka, de az emberek gyorsan felejtene, és nem-sokára alig lesznek, akik emlékeznek majd erre az apró hibára. Így hosszabb távon biztosan nem lesz túl komoly következménye a galibának a márkanévre, és a márkába vetett bizalom gyorsan helyreáll. Másik oldalról viszont sokba fog fájni a dolog. Rövid távon elkerülhetetlen, hogy az értékesítésre ne legyen hatással a márkanéven esett csorba. Nem kizárt, hogy minden Samsung termék megérzi, de ha más termékkategóriák el is kerülnek, az elég valószínű, hogy a telefonok nem ússzák meg a visszaesést, a Galaxy Note 7 pedig szinte biztos, hogy nem fogja hozni az előzetes értékesítési terveket. De ha valami csoda folytán mégsem így alakulna, a bevezetés csúszásából eredő kiadásokkal és a visszahívás költségeivel biztosan számolni kell. Nem véletlen, hogy a tőzsde is a cég részvényárfolyamának azonnali visszaesésével reagált. Az, hogy a Samsung hogy tud kijönni a dologból, azért is kulcsfontosságú, mert a cég profitjában a csúcskategóriás mobiloknak meghatározó szerepe van. A hasonlóan a mobilüzletágra támaszkodó LG néhány éve éppen azért került komoly gödörbe, mert egy adott készüléktípus nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket. Bár akkor a gazdasági körülmények kevésbé voltak kedvezőek, egyáltalán nem kizárt, hogy a robbanós mosógépek és az olvadós telefonok a Samsung esetében is többet jelentenek majd, mint egy rosszabbul sikerült év.



PIACI ÚTMUTATÓ

FELÜLTÖLTŐS MOSÓGÉPEK

AEG



L61060TLE

MODELL	
ENERGIAOSZTÁLY	A++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	N.A.
MAX.CENTRIFUGA	1000
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	20
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	56
CENT. ZAJSZINT (dB)	74

AEG



L71260TL

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	N.A.
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	20
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	56
CENT. ZAJSZINT (dB)	76

AEG



L74270TLE

ENERGIAOSZTÁLY	A++
TÖLTŐSÚLY (KG)	7
VÍZFOGYASZTÁS (L)	N.A.
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	20
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	57
CENT. ZAJSZINT (dB)	79

AEG



L75370TLE

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	7
VÍZFOGYASZTÁS (L)	N.A.
MAX.CENTRIFUGA	1300
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	20
GŐZPROGRAM	IGEN
ZAJSZINT (dB)	49
CENT. ZAJSZINT (dB)	79

AEG



L86560TLE1

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	N.A.
MAX.CENTRIFUGA	1500
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	20
GŐZPROGRAM	IGEN
ZAJSZINT (dB)	47
CENT. ZAJSZINT (dB)	77

BOSCH



WOT24457BY

MODELL	
ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	7
VÍZFOGYASZTÁS (L)	9240 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	15
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	59
CENT. ZAJSZINT (dB)	76

CANDY



EVOT 10071D/1-S

ENERGIAOSZTÁLY	A+
TÖLTŐSÚLY (KG)	7
VÍZFOGYASZTÁS (L)	N.A.
MAX.CENTRIFUGA	1000
SZENZOROS MÉRÉS	NEM
GYORSPROGRAM (PERC)	N.A.
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	43
CENT. ZAJSZINT (dB)	N.A.

CANDY



EVOT 11061D3/1-S

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	N.A.
MAX.CENTRIFUGA	1100
SZENZOROS MÉRÉS	NEM
GYORSPROGRAM (PERC)	N.A.
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	42
CENT. ZAJSZINT (dB)	N.A.

ELECTROLUX



EWT1062TDW

ENERGIAOSZTÁLY	A+
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	9790 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1000
SZENZOROS MÉRÉS	NEM
GYORSPROGRAM (PERC)	NEM
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	58
CENT. ZAJSZINT (dB)	75

ELECTROLUX



EWT1264ERW

ENERGIAOSZTÁLY	A++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	8990 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	NEM
GYORSPROGRAM (PERC)	30
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	67
CENT. ZAJSZINT (dB)	76

ELECTROLUX



EWT1266ESW

MODELL	
ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	8990 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	NEM
GYORSPROGRAM (PERC)	N.A.
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	57
CENT. ZAJSZINT (dB)	76

ELECTROLUX



EWT1266ODW

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	8990 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	N.A.
GYORSPROGRAM (PERC)	N.A.
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	57
CENT. ZAJSZINT (dB)	76

ELECTROLUX



EWT1276ELW

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	7
VÍZFOGYASZTÁS (L)	9990 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	N.A.
GŐZPROGRAM	IGEN
ZAJSZINT (dB)	57
CENT. ZAJSZINT (dB)	76

ELECTROLUX



EWT1276EOW

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	7
VÍZFOGYASZTÁS (L)	N.A.
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	N.A.
GYORSPROGRAM (PERC)	N.A.
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	57
CENT. ZAJSZINT (dB)	76

ELECTROLUX



EWT1376HGW

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	7
VÍZFOGYASZTÁS (L)	9990 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1300
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	N.A.
GŐZPROGRAM	IGEN
ZAJSZINT (dB)	51
CENT. ZAJSZINT (dB)	79

INDEST



ITW D 61252 W

MODELL	
ENERGIAOSZTÁLY	A++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	8926 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	N.A.
GYORSPROGRAM (PERC)	N.A.
GŐZPROGRAM	N.A.
ZAJSZINT (dB)	59
CENT. ZAJSZINT (dB)	76

INDEST



ITWD 61053 W

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	N.A.
VÍZFOGYASZTÁS (L)	8800 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1000
SZENZOROS MÉRÉS	N.A.
GYORSPROGRAM (PERC)	N.A.
GŐZPROGRAM	N.A.
ZAJSZINT (dB)	N.A.
CENT. ZAJSZINT (dB)	N.A.

MIELE



W 194

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	9240 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	20
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	49
CENT. ZAJSZINT (dB)	72

MIELE



W 668 F WCS

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	8800 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	20
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	49
CENT. ZAJSZINT (dB)	72

MIELE



W 695 F WPM

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	8800 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1400
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	20
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	47
CENT. ZAJSZINT (dB)	71

SIEMENS

**WP12T455BY**

MODELL	
ENERGIAOSZTÁLY	A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6,5
VÍZFOGYASZTÁS (L)	9200 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	15
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	59
CENT. ZAJSZINT (dB)	76

WHIRLPOOL

**TDLR 55110**

A++	
5,5	
8000 LITER/ÉV	
1000	
IGEN	
IGEN	
NEM	
59	
76	

WHIRLPOOL

**TDLR 55111**

A++	
5,5	
8000 LITER/ÉV	
1100	
IGEN	
IGEN	
NEM	
59	
74	

WHIRLPOOL

**TDLR 60110**

A++	
6	
8500 LITER/ÉV	
1000	
IGEN	
IGEN	
NEM	
59	
76	

WHIRLPOOL

**TDLR 60111**

A+++	
6	
8500 LITER/ÉV	
1000	
IGEN	
IGEN	
NEM	
59	
76	

WHIRLPOOL

**TDLR 60112**

MODELL	
ENERGIAOSZTÁLY	A+++ - 10%
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	8500 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1000
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	IGEN
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	59
CENT. ZAJSZINT (dB)	75

WHIRLPOOL

**TDLR 60210**

A+++ - 10%	
6	
8500 LITER/ÉV	
1200	
IGEN	
IGEN	
NEM	
59	
76	

WHIRLPOOL

**TDLR 60220**

A+++ - 20%	
6	
8500 LITER/ÉV	
1200	
IGEN	
30	
NEM	
54	
76	

WHIRLPOOL

**TDLR 60230**

A+++ - 10%	
6	
8500 LITER/ÉV	
1200	
IGEN	
30	
NEM	
51	
72	

WHIRLPOOL

**TDLR 65210**

A+++ - 10%	
6,5	
8800 LITER/ÉV	
1200	
IGEN	
IGEN	
NEM	
59	
76	

WHIRLPOOL

**TDLR 65220**

MODELL	
ENERGIAOSZTÁLY	A+++ - 20%
TÖLTŐSÚLY (KG)	6,5
VÍZFOGYASZTÁS (L)	8800 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1200
SZENZOROS MÉRÉS	IGEN
GYORSPROGRAM (PERC)	30
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	54
CENT. ZAJSZINT (dB)	76

WHIRLPOOL

**TDLR 65230**

A+++ - 10%	
6,5	
8800 LITER/ÉV	
1200	
IGEN	
30	
NEM	
51	
72	

WHIRLPOOL

**TDLR 65231**

A+++ - 20%	
6,5	
8800 LITER/ÉV	
1200	
IGEN	
30	
NEM	
48	
71	

WHIRLPOOL

**TDLR 70220**

A+++	
7	
8900 LITER/ÉV	
1200	
IGEN	
30	
NEM	
54	
76	

WHIRLPOOL

**TDLR 70230**

A+++	
7	
8900 LITER/ÉV	
1200	
IGEN	
30	
NEM	
49	
71	

ZANUSSI

**ZWQ61014WA**

MODELL	
ENERGIAOSZTÁLY	A++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS (L)	9790 LITER/ÉV
MAX.CENTRIFUGA	1000
SZENZOROS MÉRÉS	NEM
GYORSPROGRAM (PERC)	20
GŐZPROGRAM	NEM
ZAJSZINT (dB)	58
CENT. ZAJSZINT (dB)	75

ZANUSSI

**ZWQ61015WA**

A++	
6	
9790 LITER/ÉV	
1000	
NEM	
20	
NEM	
58	
75	

ZANUSSI

**ZWQ61215WA**

A++	
6	
9790 LITER/ÉV	
1200	
NEM	
20	
NEM	
58	
78	

ZANUSSI

**ZWQ61225WA**

A+++	
6	
9790 LITER/ÉV	
1200	
NEM	
20	
NEM	
58	
77	

ZANUSSI

**ZWY50904WA**

A+	
6	
9490 LITER/ÉV	
900	
NEM	
20	
NEM	
58	
74	

FELÜLTÖLTŐS MOSÓGÉPEK

PIACI ÚTMUTATÓ

TŰZHELYEK

AEG



47036IU-MN

MODELL	
SŰTŐ TÍPUSA	ELEKTROMOS
FŐZŐLAP TÍPUSA	INDUKCIÓS
ENERGIAOSZTÁLY	A
SŰTÉSI MÓDOK SZÁMA	9
SŰTŐ TISZTÍTÁSA	MANUÁLIS
SŰTŐTÉRFOGAT (L)	72

AEG



47395GM-MN

ELEKTROMOS	GÁZ
A+	9
MANUÁLIS	57

AEG



47995IQ-MN

ELEKTROMOS	INDUKCIÓS
A+	9
MANUÁLIS	57

AEG



47995VD-MN

ELEKTROMOS	KERÁMIA
A+	9
MANUÁLIS	57

AMICA



510CE1.30P(W)

ELEKTROMOS	KERÁMIA
A	4
MANUÁLIS	69

AMICA



58IES2.320HTAB(W)

MODELL	
SŰTŐ TÍPUSA	ELEKTROMOS
FŐZŐLAP TÍPUSA	KERÁMIA
ENERGIAOSZTÁLY	A
SŰTÉSI MÓDOK SZÁMA	8
SŰTŐ TISZTÍTÁSA	EASYCLEAN
SŰTŐTÉRFOGAT (L)	65

AMICA



618GG4.43HZPMSQ

GÁZ	GÁZ
A++	N.A.
MANUÁLIS	58

AMICA



IMPRESSION 608CE3

ELEKTROMOS	KERÁMIA
A++	8
MANUÁLIS	66

AMICA



SHC 5881 W

ELEKTROMOS	KERÁMIA
A	10
MANUÁLIS	65

BEKO



CSM 57300 GX

ELEKTROMOS	KERÁMIA
N.A.	7
MANUÁLIS	55

BEKO



CSS 56000 W

MODELL	
SŰTŐ TÍPUSA	ELEKTROMOS
FŐZŐLAP TÍPUSA	ELEKTROMOS
ENERGIAOSZTÁLY	A
SŰTÉSI MÓDOK SZÁMA	N.A.
SŰTŐ TISZTÍTÁSA	MANUÁLIS
SŰTŐTÉRFOGAT (L)	60

BOSCH



HCA744350

ELEKTROMOS	KERÁMIA
A	8
KATALITIKUS	66

BOSCH



HGD745350H

ELEKTROMOS	GÁZ
A	8
KATALITIKUS	66

ELECTROLUX



EKC545520K

ELEKTROMOS	KERÁMIA
A	9
KATALITIKUS	57

ELECTROLUX



EKC545520X

ELEKTROMOS	KERÁMIA
A	9
KATALITIKUS	57

ELECTROLUX



EKG513510X

MODELL	
SŰTŐ TÍPUSA	GÁZ
FŐZŐLAP TÍPUSA	GÁZ
ENERGIAOSZTÁLY	A
SŰTÉSI MÓDOK SZÁMA	3
SŰTŐ TISZTÍTÁSA	KATALITIKUS
SŰTŐTÉRFOGAT (L)	57

ELECTROLUX



EKI545500X

ELEKTROMOS	INDUKCIÓS
A	9
KATALITIKUS	57

ELECTROLUX



EKK513500X

ELEKTROMOS	GÁZ
A	5
MANUÁLIS	54

ELECTROLUX



EKK525500X

ELEKTROMOS	GÁZ
A	9
MANUÁLIS	57

ELECTROLUX



EKK545500X

ELEKTROMOS	GÁZ
A	9
MANUÁLIS	57

GORENJE

**EC55CLB1****MODELL****SÜTŐ TÍPUSA****FŐZŐLAP TÍPUSA****ENERGIAOSZTÁLY****SÜTÉSI MÓDOK SZÁMA****SÜTŐ TISZTÍTÁSA****SÜTŐTÉRFOGAT (L)**

ELEKTROMOS

KERÁMIA

A

6

AQUACLEAN

48

GORENJE

**EC67337AXG**

ELEKTROMOS

KERÁMIA

A

9

AQUACLEAN

67

GORENJE

**EI57337AX**

ELEKTROMOS

INDUKCIÓS

A

9

AQUACLEAN

59

GORENJE

**K55303AX**

ELEKTROMOS

GÁZ

A

N.A.

AQUACLEAN

49

GORENJE

**K57325AW**

ELEKTROMOS

KERÁMIA

A

9

AQUACLEAN

48

GORENJE

**K67CLI**

ELEKTROMOS

GÁZ

A

9

AQUACLEAN

67

HOTPOINT

**HT6TM4A**

ELEKTROMOS

GÁZ

A

10

MANUÁLIS

61

INDESIT

**I5V7H6A(X)**

ELEKTROMOS

KERÁMIA

A

7

MANUÁLIS

60

INDESIT

**KNJ1G21S(W)**

GÁZ

GÁZ

N.A.

N.A.

MANUÁLIS

50

ORION

**FG0600I**

GÁZ

GÁZ

A

N.A.

MANUÁLIS

60

SIEMENS

**HA744540**

ELEKTROMOS

KERÁMIA

A

8

N.A.

66

SIEMENS

**HX745535H**

ELEKTROMOS

GÁZ

A

8

N.A.

66

SMEG

**C068GMA8**

ELEKTROMOS

GÁZ

A

9

MANUÁLIS

68

SMEG

**TR93IP**

ELEKTROMOS

KERÁMIA

B

N.A.

MANUÁLIS

N.A.

WHIRLPOOL

**ACWT 5G311/IX**

ELEKTROMOS

GÁZ

A

N.A.

HIDROLITIKUS

57

WHIRLPOOL

**ACWT 5V331/WH**

ELEKTROMOS

KERÁMIA

A

N.A.

KATALITIKUS

60

WHIRLPOOL

**AXMT 6534/IX/1**

ELEKTROMOS

KERÁMIA

A

9

PIROLITIKUS

60

ZANUSSI

**ZCE540G1WA**

ELEKTROMOS

ELEKTROMOS

A

4

MANUÁLIS

56

ZANUSSI

**ZCK242G1XA**

ELEKTROMOS

GÁZ

A

4

MANUÁLIS

56

ZANUSSI

**ZCK552G1WA**

ELEKTROMOS

GÁZ

A

5

MANUÁLIS

54

TÜZHELYEK

PIACI ÚTMUTATÓ

KÜLSŐ AKKUMULÁTOROK

A-DATA



PV100

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	4200
BEMENET	5V/2A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	105
NAPELEMES	NEM

A-DATA



PV110

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	10400
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	NEM
SÚLY (G)	260
NAPELEMES	NEM

A-DATA



PV150

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	10000
BEMENET	N.A.
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	130
NAPELEMES	NEM

ALCOR



D10000

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	10000
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	262
NAPELEMES	NEM

ALCOR



D8000

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	8000
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	182
NAPELEMES	NEM

ALCOR



L10000

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	10400
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	225
NAPELEMES	NEM

ALCOR



LIPSTICK

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	2600
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	79
NAPELEMES	NEM

AMAGIC



MAGIC I

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	2600
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	74
NAPELEMES	NEM

AMAGIC



MAGSKIN

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	8000
BEMENET	5V/2A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	276
NAPELEMES	NEM

A-SOLAR



LAVA 2ND GEN

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	6000
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	120
NAPELEMES	IGEN

BLUE STAR



ELEGANT

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	2000
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	NEM
SÚLY (G)	174
NAPELEMES	NEM

BLUE STAR



POWER BANK

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	17600
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	290
NAPELEMES	NEM

CANYON



CNE-CPB100

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	10000
BEMENET	5V/2A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	NEM
SÚLY (G)	N.A.
NAPELEMES	NEM

CANYON



CNE-CPB156

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	15600
BEMENET	5V/2A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	440
NAPELEMES	NEM

CANYON



CNE-CPB78

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	7800
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	180
NAPELEMES	NEM

CELLECT



SLIM

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	6500
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	280
NAPELEMES	IGEN

CELLULAR LINE



FREEMULTI

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	20000
BEMENET	5V/2A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	320
NAPELEMES	NEM

EMETEC



ECCHA5U750BS1U

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	5000
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	128
NAPELEMES	NEM

FOREVER



PB-016

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	5000
BEMENET	5V/1A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	NEM
SÚLY (G)	80
NAPELEMES	IGEN

GENIUS



ECO-U1027

MODELL	
AKKU KAPACITÁS (MAH)	10000
BEMENET	5V/2A
USB CSATLAKOZÓ	IGEN
EGYÉB CSATLAKOZÓ	IGEN
SÚLY (G)	N.A.
NAPELEMES	NEM

MODELL AKKU KAPACITÁS (MAH) BEMENET USB CSATLAKOZÓ EGYÉB CSATLAKOZÓ SÚLY (G) NAPELEMES	GENIUS		ECO-U1200	GENIUS		ECO-U521	GP BATTERIES		GP302	HAMA		AKKU PACK 2600 MAH, PIROS	OSMEINI		S10000
			12000			5200			12000			2600			10000
			5V/1A			5V/1A			5V/1A			5V/1A			5V/1A
			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN
			IGEN			IGEN			IGEN			NEM			IGEN
			N.A.			N.A.			240			N.A.			90
			NEM			NEM			NEM			NEM			NEM

MODELL AKKU KAPACITÁS (MAH) BEMENET USB CSATLAKOZÓ EGYÉB CSATLAKOZÓ SÚLY (G) NAPELEMES	IWO		P26SPS	JUPIO		DUO 6000	JUPIO		JPV0080	LOGILINK		PA0063	LOGILINK		PA0069
			5600			6000			20100			12000			1800
			N.A.			5V/1A			5V/2A			5V/1A			5V/1A
			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN
			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN			NEM
			N.A.			N.A.			345			272			80
			NEM			IGEN			NEM			NEM			NEM

MODELL AKKU KAPACITÁS (MAH) BEMENET USB CSATLAKOZÓ EGYÉB CSATLAKOZÓ SÚLY (G) NAPELEMES	MAXEL		785810.00 CN	OMEGA		POWERBANK	REMAX		PRODA E5000	SAMSUNG		EB-PN930	SAMSUNG		EP-TG928B
			5000			8000			5000			10200			5200
			5V/2A			5V/1A			5V/1A			5V/1A			5V/1A
			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN
			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN			NEM
			170			N.A.			90			N.A.			N.A.
			NEM			NEM			NEM			NEM			NEM

MODELL AKKU KAPACITÁS (MAH) BEMENET USB CSATLAKOZÓ EGYÉB CSATLAKOZÓ SÚLY (G) NAPELEMES	SANDBERG		SAPB13	SONY		CP-S15	SONY		CP-S20	XIAOMI		16000MAH	XIAOMI		5000MAH
			6000			15000			20000			16000			5000
			5V/1A			5V/1A			5V/1A			5V/1A			5V/1A
			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN
			IGEN			IGEN			IGEN			NEM			NEM
			N.A.			N.A.			200			350			130
			IGEN			NEM			NEM			NEM			NEM

KÜLSŐ AKKUMULÁTOROK

**KÖVETKEZŐ
SZÁMUNKBÓL:
BEÉPÍTHETŐ KÉSZÜLÉKEK
NOTEBOOKOK**





TÓBIÁS¹⁹⁴⁹OPTIKA



Próbáld ki kontaktlencsében
részletek az üzletben

TÓBIÁS OPTIKA ÜZLETEI:

1124 Budapest, Apor Vilmos tér 11-12. -1.szint 0670 332 8999

1026 Budapest, Gábor Áron u. 74-76. 1.em. 0670 332 79 99

1027 Budapest, Bem rakpart 53.(Margit-híd budai hídfője) 0670 332 69 99

1082 Budapest, Baross u. 1.(Kálvin térenél) 0670 333 09 35

www.tobias.hu

Hotpoint



A VÁGYAK FORMÁT ÖLTENEK: ÚJ BEÉPÍTHETŐ KÉSZÜLÉKCSALÁD

A Hotpoint új beépíthető termékcsaládja olyan összehangolt modellekből áll, amelyek a fogyasztók által ma elvárt rugalmasságot, funkcionalitást és kiváló teljesítményt biztosítanak. Ennek megfelelően a készülékek mindig kiváló eredményt nyújtanak, modern letisztult külsejükkel eleganciát visznek minden konyhába, segítségükkel pedig a felhasználók szabadjára engedhetik a kreativitásukat is.