

SELL

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

XIII/4 2017
ÁPRILIS
495 HUF/1,90 EUR

BŐVÜLŐ PIAC

EXTREME DIGITAL AZ ONLINE
KERESKEDELEM KIHÍVÁSAIRÓL

A KERESKEDELEM ÚJ DIMENZIÓI

INNOVÁCIÓK A MEDIAMARKETNÁL

MOSÓPROGRAM SZKEPTICIZMUS

MIÉRT VAN SZÁMTALAN
MOSÓPROGRAM ÉS OPCIÓ?

10 DOLOG, AMI EGY TERMÉKET ELADHAT

VÁSÁRLÁS BEFOLYÁSOLÓ
SZEMPONTOK

A VÁSÁRLÓ TUDÁSA

INFORMÁCIÓ VAGY TÁJÉKOZTATÁS?

MIRE JÓ A FACEBOOK?

MARKETING
A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN

120 MODELL

hatékonyság
és funkciók

ELŐLTÖLTŐS
MOSÓGÉPEK



DIGITÁLIS
FÉNYKÉPEZŐGÉPEK

rugalmasság



HOTPOINT ÚJRATÖLTVE

„HOSSZABB TÁVON SZERETNÉNK A KÖZÉP-FELSŐ
KATEGÓRIÁBAN KIEMELT SZEREPET BETÖLTENI
A PIACON A HOTPOINT MÁRKÁVAL.”

BANGÓ BOGLÁRKA

A HOTPOINT

TRADE MARKETING MENEDZSERE

ASZTALI
GRILLEK

KONYHAI
MÉRLEGEK

ELEKTROMOS
KONZERVNYITÓK

BLU
Performance

A frissesség új dimenziója

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

Kérdéseikkel forduljanak hozzánk bizalommal!

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

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

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



biofresh.liebherr.com



socialmedia.home.liebherr.com

LIEBHERR

Minőség, Dizájn és Innováció

Kedves Olvasó!

Általában minden lapszámunkban igyekszünk úgy összeválogatni a témákat, hogy a megjelenő tartalmak sokrétűek legyenek, de emellett a kiemelt termékkörök is hangsúlyosak legyenek. Az áprilisi SELL-ben egy kicsit eltértünk ettől a szerkesztési elvtől, és a témák változatosságára koncentráltunk inkább. Ugyan ezúttal is van központi elem, mégpedig a mosás, azon belül is az elől töltős mosógépek, de terjedelmét tekintve ez nem annyira markáns, mint előző számunkban a beépíthető készülék volt, vagy mint amennyire a hűtők lesznek a következő számunkban. Nem feltétlenül szeretnénk ebből a koncepcióból gyakorlatot is teremteni, de az év során többször is megjelenünk majd olyan tartalommal, ahol a témák széles spektruma kerül előtérbe. Aktuális számunkat a sokszínűség nemcsak összességében jellemzi, de tulajdonképpen minden tartalmi elem vonatkozásában törekedtünk a változatosságra. Ennek megfelelően a magazinban megjelennek gyártók és kereskedők egyaránt. Interjút olvashatnak a kisgépszegmensben érdekelt Momerttel a márka jubileuma kapcsán és részleteket tudhatnak meg az újrapozicionált nagy háztartásigép-brand, a Hotpoint piaci terveiről is. Megszólal lapunkban az online kereskedelem meghatározó márkája, az Extreme Digital, illetve bepillantást nyerhetnek a piacvezető Media Markt különleges innovációiba is. Termékek vonatkozásában, a már említett elől töltős mosógépek mellett, a konyhai mérlegekről is találkozhatnak egy összeállítással. Az idei évben figyelmet fordítunk olyan termékcsoportokra is, amelyek nem tartoznak a kiemelt területek közé, de mind kínálat, mind kereslet viszonylatában érdekesek lehetnek. Áprilisban az elektromos konzervnyitók és az asztali grillek debütálnak a SELL-ben. A szórakoztatóelektronika, illetve IT vonatkozásában pedig a digitális fényképezőgépek, azon belül is a cserélhető objektívű modellek kerültek a fókuszba. Közvetlenül a megjelenő termékkörökhöz kapcsolódó tartalmaink között olyan cikkeket találkoznak, mint a grillek termékjellemzőinek különbségeit taglaló írásunk, a mosóprogramok sokféleségét elemző cikkünk, vagy mint a Canon EOS rendszerének 30. évfordulója alkalmából rendezett eseményről készült beszámoló. De a tartalmak sorát olyan témák is gyarapítják, amelyek nem egy termékcsoporthoz kötődnek, hanem a kereskedelem egyéb különböző aspektusaihoz fűződnek. Górcső alá vettük a Facebookot mint marketingeszközt, összeállítottunk egy listát a vásárlást befolyásoló tényezőkről, írtunk arról, hogy mire érdemes a vásárlók tájékoztatása során figyelmet fordítani, és még a tesztek is letesztek. Bízunk benne, hogy a kiválasztott témák az önök számára is érdekesítőnek bizonyulnak, és áprilisi lapszámunk is elnyeri tetszésüket, aminek forgatásához jó szórakozást kívánok!



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

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

LEVÉLBEN A MP ZRT. 1900 BUDAPEST CÍMÉN.

rededitions

6 HÍREK, ÉRDEKESSÉGEK

10 ÉRDEKESSÉGEK A HÁZTARTÁSI GÉPEK VILÁGÁBÓL

12 ÚJDONSÁGOK A SZÓRAKOZTATÓ ELEKTRONIKA VILÁGÁBÓL

14

HOTPOINT ÚJRATÖLTVE

Interjú a márka trade marketing menedzsereivel, Bangó Boglárkával és Kovács Katával, illetve a cég márka és kommunikációs specialistájával, Dankai Melindával



32 10 DOLOG, AMI EGY TERMÉKET ELADHAT

Vásárlás befolyásoló szempontok

34 A VÁSÁRLÓ TUDÁSA

Információ vagy tájékoztatás?

36 KINCS, AMI NINCS

Elektromos konzervnyitókából válogatva



38

FÉL ÉVSZÁZADOS TAPASZTALAT

Interjú Baritsa Tamással, a Momert kereskedelmi igazgatójával

50

MIRE JÓ A FACEBOOK?

Marketing a közösségi médiában



17 A TESZTELÉS TESZTJE TESZTEKRŐL OBJEKTÍVAN

18 A KERESKEDELEM ÚJ DIMENZIÓI

Innovációk a MediaMarktnál

20 TERMÉKCSOPORT BEMUTATÁS

Górcső alatt az előltöltős mosógépek

30

MOSÓPROGRAM SZKEPTICIZMUS

Miért van számtalan mosóprogram és opció?



40 MÉRÉS ÉS KALKULÁLÁS

Konyhai mérlegek szemléje

42 GRILLPARTI

Jellemző különbségek

44 GRILLEZÉS A KONYHÁBAN

Asztali grillek mustrája



48

BŐVÜLŐ PIAC

Interjú Várkonyi Balázssal, az Extreme Digital ügyvezető igazgatójával

52 TERMÉKCSOPORT BEMUTATÁS

Górcső alatt a digitális fényképezőgépek

57 HARMINCÉVES AZ EOS

Múlt és jelen a Canonnál

58 JEGYZET

60

**TERMÉKCSOPORT
ÖSSZEHAJONLÍTÁS**
GÓRCŐ ALATT AZ
ELŐLTÖLTŐS MOSÓGÉPEK

**62 TERMÉKCSOPORT
ÖSSZEHAJONLÍTÁS**
GÓRCŐ ALATT
A GRILLEK

**64 TERMÉKCSOPORT
ÖSSZEHAJONLÍTÁS**
GÓRCŐ ALATT
A DIGITÁLIS FÉNYKÉPEZŐGÉPEK



Sikeres az Inverter

Az LG bejelentette, hogy globálisan immár 15 millió olyan hűtőszekrényt értékesített, amelyet saját fejlesztésű inverter lineáris kompresszorával, a háztartási elektronikai üzletág leg sikeresebb technológiai megoldásával láttak el. Az LG prémium hűtőszekrényeinek forgalma tavaly 8 százalékkal nőtt az előző évhez képest, idén pedig a gyártó négy millió készüléket tervez értékesíteni, amely percenként 7 eladott hűtőszekrényt jelent. A 16 évvel

előtt kifejlesztett első inverter lineáris kompresszor óta az LG folyamatosan dolgozott a technológia fejlesztésén. A gyártó 2014-ben mutatta be a technológia ötödik generációját, amely 55 százalékkal jobb energiahatékonyságot és 15 százalékkal alacsonyabb zajszintet nyújt az első generációs kompresszorhoz képest. Az LG az inverter lineáris kompresszor technológia kapcsán Dél-Koreában 981, az Egyesült Államokban 232, Európa-szerte pedig 52 szabadalommal rendelkezik.

Lekapcsolták a villanyt a Samsungnál

A Samsung Electronics Digital City (Suwon, Korea) és világszerte 51 Samsung leányvállalat kapcsolta le a világítást egy órára és inspirálta környezetét is ugyanerre, hogy felhívja a figyelmet a klímaváltozás hatásaira és a nem egyenlő áramellátásra. A kampánnyal a Samsung a World Wildlife Fund (WWF), a Föld Órája kezdeményezését előzte meg, hogy az így munkanapra tolódo esemény csökkentse az irodák széndioxid-kibocsátását is. A Samsung világításmentes kampánya megközelítőleg 8000 tonnával kevesebb széndioxid-kibocsátást eredményezett, ezzel egy időben pedig adományként 1400 LED-lámpást ajánlottak fel az indonéziai Pápua provinciabeli Tiom falunak. Az áramellátási problémák megszűnésével így Tiom lakosai éjszakánként biztonságosabban és szabadabban érezhetik magukat. „A kapcsold le a villanyt kampány egy jelentőségeltjes akció, amely azt mutatja, hogy törődünk a természettel, és segíteni akarjuk az áramellátási gondokkal küzdő szomszédos országokat. Dolgozóinknak köszönhetően sikerült változást elérnünk. Továbbra is felelős nagyvállalként olyan programokat igyekszünk majd szervezni, amelyek védik Földünket és segítenek másokon” – mondta Soon-Sun Shim, a Samsung Fogyasztói Elégedettség Központjának vezetője.

Emelnek a hiperek

A Lidl üzleteiben a tavalyi béremelések után ez év március 1-jétől további, átlagosan 8 százalékos emelést kapnak a bolti és raktári fizikai dolgozók. A kiskereskedelmi szektorban Magyarországon kiemelkedő, 2016 januárja óta összesen 32 százalékos béremelést valósítottak meg a bolti és a raktári fizikai munkavállalók körében. A Tesco a szakképzettségtől függetlenül minden munkatársának garantálja a bruttó 161 ezer forintos bérminimumot, ennek megfelelően ez év januárjától több mint 12 ezer Tesco-munkatárs alapbére nőtt. Minimálbérért továbbra sem alkalmaznak senkit. A Spar Magyarország Kereskedelmi Kft. már január elején megegyezett a Kereskedelmi Alkalmazottak Szakszervezetével (KASZ) az idei béremelésről. A vállalat valamennyi dolgozója magasabb fizetést kap, mintegy négyezer munkatárs bére nőtt a minimálbér, illetve a garantált bérminimum jogszabályban rögzített mértékére, csaknem kilencezeré pedig különböző mértékben, de ennél magasabbra emelkedett. Az Aldi idén januártól az inflációt meghaladó mértékben növelte a munkavállalók béreit. Egy 30 órában dolgozó bolti eladó legmagasabb elérhető bruttó fizetése 233 325 forint, ami kiegészül a vasárnapi pótlékkal és az Erzsébet-utalvánnyal.



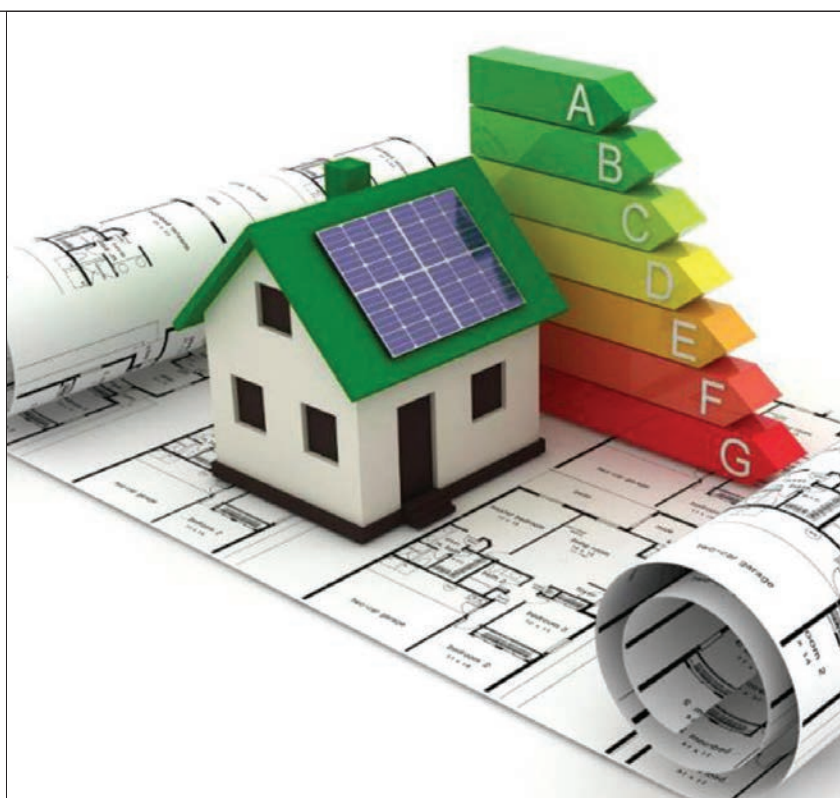
FEJLESZTÉS



TÁMOGATÁS

Térségekre koncentrál a Panasonic

Currygombbal ellátott mosógépet dob piacra a Panasonic Indiában, így próbálva népszerűsíteni a háztartási nagygépek vásárlását – írta a BBC. A társaság azzal magyarázta currygomb bevezetését, hogy a speciális programmal megkímélhetik a vásárlókat a küzdelemtől, amelyet a curryszósszal összekent ruhák mosása jelent. Az Indiában alapvető fűszerkeverék ugyanis, köszönhetően a kurkumának, rendkívül erős színnel, és a sárga árnyalat nagyon nehezen jön ki a ruhából – erre kínálna megoldást a Panasonic. A mosógép öt különböző programmal rendelkezik kifejezetten az indiai fogyasztók számára, ezek egyike például a halolajat távolítja el könnyebben a ruhákból. A Panasonic azt tervezi, hogy hasonló gépeket vezet be más ázsiai piacokon is, igazodva az adott térség sajátosságaihoz.



Folytatódik az Otthon melege program

Folytatódik az Otthon melege program, megjelent a családi házak és társasházak komplex fűtés-korszerűsítését, kazán- és konvektorcseréjét, illetve a kiegészítő elemek, például kémények felújítását, cseréjét támogató pályázat – mondta Szabó Zsolt, a Nemzeti Fejlesztési Minisztérium fejlesztési és klímapolitikáért, valamint kiemelt közszolgáltatásokért felelős államtitkára az alkalomból tartott sajtótájékoztatóon. Az államtitkár közölte, hogy a támogatási kérelmeket június 6-tól elektronikus úton lehet be-

nyújtani a pályázati portálon keresztül ügyfélkapus regisztrációval, egy pályázó legfeljebb 700 ezer forintot kaphat, a vissza nem térítendő támogatás összege nem haladhatja meg a felújítás teljes költségének a 40 százalékát. Szabó Zsolt szerint a 3,5 milliárd forintos keretösszeg mintegy 7 ezer háztartás fűtésének korszerűsítésére lehet elegendő. Hozzátette, hogy a pályázatba a Gazdaságfejlesztési és innovációs operatív program (Ginop) lakóépületek energiahatékonyságát támogató, visszatérítendő támogatását is be lehet vonni legfeljebb 50 százalékos arányban, 10 százalékos önerő mellett.

TERJESZKEDÉS

Indiában startol a Tefal



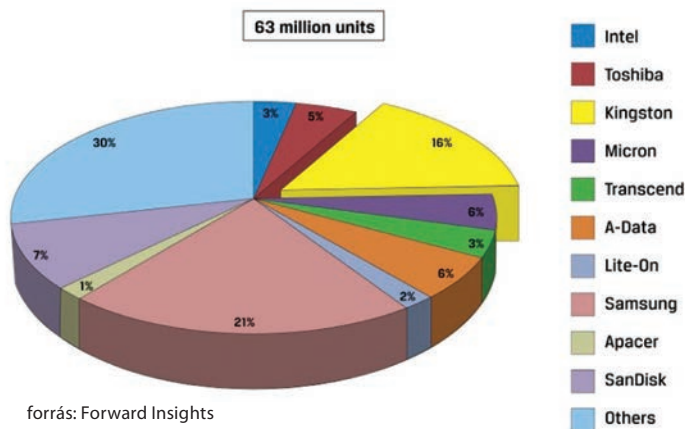
A Groupe SEB Indiában is bevezeti Tefal termékeit.

A tervek szerint

a teljes portfólió megjelenik a térségben a konyhagépektől a háztartási kisgépekig, így a reggelizőszettek ugyanúgy elérhetőek lesznek, mint a gőzölős vasalók. A program része a Groupe SEB terjeszkedési stratégiájának, amit Indiában is üdvözlnek. Ha minden megfelelően alakul, már júniustól elérhetőek lesznek a termékek a piacon, a terjeszkedés pedig fokozatosan valósulna meg. Elsősorban a prémium termékre fókuszálna az országban a cégcsoport.



SSD MEGHAJTÓ PIAC 2016



Lendületben a Kingston

A Kingston Digital Inc. bejelentette, hogy 2016-ban 16 százalékos részesedést ért el az SSD-meghajtók globális piacán, amivel a Kingston Digital a világ második legnagyobb SSD-szállítójává nőtte ki magát. A Forward Insights független piackutató cég összesítése alapján 2016-ban összesen 63 millió SSD került forgalomba világszerte, ebből közel 10,1 millió db származott a Kingstontól. Az értékesítési csatorna disztribútorokból, viszonteladókból, kiskereskedelmi forgalmazókból, rendszerépítőkből és szolgáltató cégekből áll. „Az SSD-k iránti érdeklődés egyre növekszik, mivel a fogyasztók és a vállalati ügyfelek egyaránt látják, milyen előnyökkel jár a merevlemezek leváltása. A Kingston közel 30 éves működése óta értékesítési stratégiájának központjában a disztribúciós partnerei állnak. A velük ápoltt kiváló kapcsolat segített abban, hogy a 2009-ben megjelent első meghajtónk óta világszerte erősödjünk az SSD-k piacán” – mondta Tony Hollingsbee, a Kingston SSD üzletágért felelős vezetője.

A HARMAN is a Samsungé

A Samsung márciusban bejelentette, hogy lezárult a HARMAN International Industries felvásárlása. Az összeolvadásról szóló megállapodás értelmében a HARMAN részvényesei 112 dollárnyi készpénzben részesülnek

részvényenként. A tranzakciót lezáró feltételek megvalósulásával befejeződött a felvásárlás, vagyis a tranzakciót jóváhagyták a HARMAN részvényesei, illetve minden szükséges hatósági engedélyt is megkapott a vállalat az Egyesült Államokban és bizonyos külföldi joghatóságok területén egyaránt. A tranzakció lezárultával még a 2017. március 13-ai nyitás előtt felfüggesztették a HARMAN törzsrészvényeinek kereskedését, ezt követően kivezetésre is kerül a New York-i értéktőzsdéről. A HARMAN a továbbiakban a Samsung különálló részegységeként fog működni, felügyeletét pedig a Young Sohn igazgató által vezetett igazgatótanács látja el. Azonban továbbra is Dinesh Paliwal marad a HARMAN ügyvezető igazgatója, aki az igazgatótanácsi tagsága mellett ugyanúgy a vezetőségi csoporttal közösen fogja ellátni a vállalat irányítását. A Samsung megtartja a HARMAN dolgozóit, a cég székhelyét

és létesítményeit, valamint átveszi a HARMAN alá tartozó fogyasztói és professzionális hangtechnikával foglalkozó al márkákat is.

Bíznak az okoskutyukban

Bár a tavalyi év nem kedvezett az okoseszközöknek, az IDC mégis bizakodva néz a jövőbe. A legfrissebb jelentésük szerint a 2016-ban még alig több mint 100 milliós eladást produkáló terület bő négy év múlva már 237,5 millió terméket tud majd értékesíteni éves szinten. Ez átlagosan 18,3 százalékos éves növekedésnek felel meg. A fellendülés mögött új piaci szereplők megjelenése, illetve friss, változatos kiviteli modellek felbukkanása egyaránt szerepet játszhat majd. Utóbbi esetében különösen fontos, hogy az informatikai képességekkel felruházott eszközök ne csak okosak, de szépek is legyenek. Azaz a termék-kategória sikerében alapvető fontosságú lesz a divatos, megnyerő kivitelezés. A piackutató cég elsősorban az okosóraktól és a különböző okos ruházati eszközöktől várja a növekedést.





Pörög az online játékipar

Az online játékipar 25 legnagyobb szereplője összesen 70,4 milliárd dolláros forgalmat produkált 2016-ban, 17 százalékot húzva rá a 2015-ös bevételekre. A mezőny élén egyre nyilvánvalóbban jelentkezik az iparág konszolidációja: a Newzoo piackutató adatai alapján a 10 legnagyobb piaci részesedéssel bíró vállalat az összes bevétel 54 százalékát söpörte be. A legnagyobb szereplő a Tencent, egymagában 10 százalékot



leni szabadalmi háborúba. A tajvani vállalat – amely elhanyagolható, 1 százalékos részesedéssel rendelkezik a processzorpiacon – az Egyesült

LG tévéket ajánl a Netflix

A Netflix immáron a harmadik egymást követő évben választotta be az LG legújabb készülékeit a cég által ajánlott televíziók sorába. A globális online tv-szolgáltató, amely a streaminget világszerte népszerűvé tette, tanúsítványával azokat a tv-készülékeket ismeri el, amelyek a Netflix tartalmait kiváló minőségben, a legmagasabb nézői elvárásoknak megfelelően közvetítik. Az LG televíziói szigorú szempontokat felvonultató értékelési eljárásokon estek át, amelynek során olyan, a fogyasztók számára fontos kritériumokat vizsgáltak, mint a streaming gyorsasága vagy a könnyű hozzáférés. Az, hogy a készülékek elnyerték a Netflix tanúsítványát, nagyban köszönhető az LG elismert webOS 3.5 okostévé platformjának is. Idén első alkalommal az LG UHD modelljei egy külön Netflix gombot is kaptak a távirányítókra, így a felhasználók egyetlen gombnyomással, egyszerűen kapcsolhatják be a tv-t és a Netflix adást. Az LG 2017-es készülékein a Netflix legfrissebb verziója fut, amely könnyű hozzáférést biztosít a szolgáltatáshoz, egyenesen a kezdőképernyőről.



hasít ki a piacból.

Új mobilszolgáltató

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) honlapja szerint összehozhatjuk a mobiltelefon-szolgáltatását a Digi Távközlési és Szolgáltató Kft. A cég már most is nyújt telekommunikációs szolgáltatásokat Magyarországon, jelenleg tévé-, internet- és vezetékes telefon-előfizetést vásárolhatunk tőlük. A tájékoztatás alapján a tervezett kezdési dátum szeptember 13-ára esik. A Digi Budapesten, valamint az ország mind a 19 megyéjében tervezi, hogy piacra lépjen mobilszolgáltatóként is.

A feleség és az Apple

Az alacsony fogyasztású x86-os mikroprocesszorokat fejlesztő VIA Technologies is beszállt az Apple el-

Államokban indított szabadalmi-bitorlási pert a kaliforniai vállalat ellen. A vád szerint az Apple iPhone, iPod, iPad és Apple tv-termékek jogosulatlanul használnak három, a VIA által szabadalmaztatott technológiát. A per könnyen kapcsolódhat az okostelefonokat gyártó, ugyancsak tajvani HTC és az Apple közötti szabadalmi pereskedéshez. A VIA-vezér Csen felesége, Cher Wang ugyanis a HTC elnöke, és nem mellesleg mindkét vállalat alapítója is egyben.



Újdonságok



Egészség és sokoldalúság

A Panasonic bemutatta legújabb mikrohullámú termékesaládját az egészséges ételkészítés és a profi grillezés jegyében. A hagyományos mikrohullám mellett ugyanis olyan ételkészítési módokat kínál a készülék, mint a párolás, az alacsony fokozaton való főzés, a ropogósra grillezés vagy a gőzzel történő grillezés. A sütőhöz egy „Panacrunch” tepsi is tartozik, amelyben az étel alja ropogós lesz, míg a felesleges zsiradékot a grillezőtepsi kivezeti oldalra. A 23 literes készülék másik lényeges eleme a Panasonic inverter technológiája, amely finoman szabályozza a mikrohullámok teljesítményszintjét alacsonytól magas fokozatig.



Nagy dolgokra tervezve

Igazi hiánypótlás a Momert új szobamérlege, ami felül-emelkedve az átlagos 120 kilogrammos méréshatáron egészen 200 kilogrammig képes mérni. A masszív modell dizájn szempontjából is trenddiktátor, mivel nem digitális, hanem egy nagy méretű analóg kijelzőt kapott, amelyről a nagy méretű számok könnyedén leolvashatók. Az ezüst és fekete szín kombinációja pedig egy elegáns, minden lakás enteriőrjébe passzoló készüléket eredményezett.



Hipsztertrend

A haj- és szakállvágópiacnak kétségkívül jót tett a hipszterek szakállörülete, míg pár éve a csupasz áll volt a divat, addig ma mindenki fazonra vágott arcszőrzettel hódít. Ehhez kínál segítséget a Remington szakállvágója is, amely kilenc különböző hosszúságbeállítási lehetőséggel (1,5, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 18 mm) kedveskedik a szakállasoknak. A pontos és precíz vágást a mikrobarázdált, rozsdamentes vágóél biztosítja. Lehetőség van vezeték nélküli használatra is, amelynek ideje egy töltéssel negyven perc. A pengék csap alatt is moshatók.



Hidegen tállalva

Az Eta fiókos fagyasztószekrényé azoknak kínál megoldást, akik kis helyen akarnak nagyobb mennyiségű élelmiszert fagyasztani. A 194 liter kapacitású fiókos készülék NO FROST technológiával rendelkezik, amelynek köszönhetően a belső falakon és az élelmiszereken nem marad meg semmilyen jég. A hőmérsékletének szabályozása elektronikus úton történik, ami a készülék felső részében található. A kényelem jegyében hat fiókból négy kihúzható, kettő pedig kidönthető ajtóval rendelkezik. Nagyobb mennyiség fagyasztása esetén a szuperfagyasztás funkció segít, amely rövid időre növeli a fagyasztó teljesítményét, ECO módja pedig a teljesítményt és a fogyasztást optimalizálja. Áramsünet esetén a modell 10 óráig képes a megfelelő hőmérsékleten tartani az élelmiszereket.



Hangok a palackból

Az okoskütyük korát éljük, körbevesznek minket a különböző kiegészítők, amivel könnyebbé, vicesebbé tehetjük a hétköznapokat. A legtöbbjük – valljuk be – nem sokat ér, de vannak jópofa megoldások is, ilyen ez az üvegpalackokra csavarható hangszóró is. A kütyü, amíg dugóként funkcionál, addig okostelefonon keresztül zenét is tud lejátszani, de mindezt úgy, hogy felhasználja a palack belsejének akusztikáját. Ugyanaz a dal annyiféleképpen szólal meg, ahány palackra tesszük, hiszen a hangzás függ az üveg formájától és a benne lévő folyadék mennyiségétől is. Ha másra nem, házi-bulikra jópofaságnak tökéletes.

Tiszta ügy

Első ránézésre nehéz kitalálni, hogy mi is lehet ez. Sok minden: meteorológiai állomás, párástó, okosasszisztens, tán még borhűtő is. Bizonyára kevesen tippelnék azt, hogy ez egy okostelefon-fertőtlenítő és -tisztító, pedig az. A zseniális ötlet, hogy miért ne legyen ilyen is, Hongseok Seo és Jo-Young Choo fejlesztők fejéből pattant ki. A kereskedelmi forgalomban még nem kapható készülék belsejébe egyszerűen csak be kell tenni a telefont, ahol fertőtlenítő UV-fényben fog fürödni, ami elvileg sterilizálja a napi használat után kedvencünket.



SELL KOMMENT

A világnak már csak erre volt szüksége, gyakorlatilag készen vagyunk.



Csak könnyedén

Felkészülve a tavasz végi és nyári gyümölcs-szezonra, a Russell Hobbs bemutatta legújabb, sokoldalú turmixgépét, amely extraként plusz citrusfacsaró fejjel is rendelkezik. A többfunkciós modellhez ráadásul két különböző méretű palack is tartozik, így a facsart gyümölcsleveket és elkészített turmixokat kirándulásokra vagy a munkába is stílusosan lehet elvinni. Legyen szó akár különböző bogyós gyümölcsökről vagy zöldségekről, a Mix & Go gyorsan és hatékonyan dolgozik, sőt, profi pengéinek köszönhetően a jéggel is könnyedén elbánik. A BPA-mentes palackok és maga a készülék is jól sikerült a formatervezést illetően is.



Frissesség reggelre

A mindennapokra tervezte a Dyros félautomata kávéfőzőjét, amely őrölt kávéból főzi le a friss feketét, mégpedig 4 bar nyomáson. A robusztus megjelenésű modell egy főzéssel 2-4 adag kávé főz le a hőálló üvegből készült kiöntőedénybe, így mindenekelőtt otthoni felhasználásra lehet praktikus. Extraként gőzölőfejet is kapott, így nemcsak eszpresszó, de kapuccínó is készíthető vele, ha valaki az olasz csemegét részesíti előnyben. A hőmérsékletet stílusosan analóg kijelző mutatja, a praktikum jegyében pedig a csepptálca eltávolítható és könnyedén tisztítható.

Érdekességek

FIQ6K622686K



Nagy kijelző a Sonytól

Újabb taggal bővült az Xperia termékvonallal, az L1 nevű 5,5 colos kijelzővel felszerelt okostelefonnal vagy phablettel. Az IPS kijelző 1280 × 720 képpontos felbontást kapott, előlapi kamerája 5 megapixeles, amely szelfik készítésére és Full HD videocsevegések folytatására is alkalmas. Ehhez egy F/2.2-es, 24 milliméteres (ekv. 35 mm) nagylátószögű lencserendszer kapcsolódik, hátul pedig a 13 MP-es kamera található. A külsőn alatt egy középkategóriás telefon húzódik meg a négymagos 1,45 GHz-es órajelű processzorával és a 2 GB-os memóriájával.



Villámgyors SSD az Inteltől

Az Intel hivatalosan is bemutatta az Optane DC P4800X Series SSD-t, amely olyan villámgyorsra sikeredett, hogy átlagosan 10 nanoszekundum válaszidővel bír, ami már egy hagyományos memória sebességét hozza. Mivel ekkora gyorsaság nem is kell az otthoni gépekbe, így a gyártó is inkább a nagyvállalatoknak és főként szervergépekbe szánja az új DC P4800X SSD-ket. Egyelőre 375 GB-os kapacitással érhető el, de a tervek szerint hamarosan kijönnek a 750 és 1500 GB-os változatok is.



Moduláris telefon a Lenovótól

A Lenovo megkezdte első moduláris okostelefonja, a Lenovo Moto Z hazai értékesítését, amelyet egyúttal a jelenlegi legvékonyabb okostelefonként is emlegetnek. A katonai minőségű alumíniumból és rozsdamentes acélból készült Moto Z lenyűgöző és tartós, annak ellenére, hogy maga a készülék nemcsak ultrakönnnyű, de mindössze 5,2 mm vastagságú. Magas felbontású, 13 megapixeles kamerája optikai képstabilizátorral és lézeres autófókusszal rendelkezik. Az 5 megapixeles előlapi kamera pedig nagylátószögű lencsét rejt magában, LED-fénnyel felszerelve. A Moto Modok mágnesesen csatlakoznak a telefonhoz, így könnyedén cserélhetők, ha más eszközre vagy másfajta élményre lenne szükségünk. A Moto Mod Hasselblad True Zoommal például 10-szeres optikai zoom adható a telefonhoz, a JBL Sound Boost pedig hangszóróval egészíti ki a moduláris telefont.

Gázt ad a Porsche

Book One néven mutatott be egy saját fejlesztésű szét-szedhető hibrid noteszgépet a Porsche Design, azzal a nem titkolt koncepcióval, hogy be akarnak törni a hibrid noteszgépek piacára.

A klasszikus, kemény billentyűzetes dokkoló és mágneses csatlakozó kombinációját követi, a neves formatervező cégtől elvárható minimalista dizájnnal ötvözve. A kijelző egy 13,3 hüvelykes, 3200 × 1800 pixeles IPS panel, ami alatt Core i7-7500U processzor, 16 GB RAM és egy 512 GB-os SSD bújkik meg. Dizájn tekintetében érdekes megoldás, hogy a tablet üzemmódhoz nem muszáj szétszedni a gépet, mert a zsanér teljesen körbeforgatható.



Profi gépek a Canontól

A Canon nemrég mutatta be legújabb, félpofiknak szánt DSLR-gépét, az EOS 77D-t: a felső kategóriás tükörreflexes fényképezőgépben 24,2 megapixeles APS-C képérzékelő és DIGIC 7-es képfeldolgozó processzor található. Autofókusz a szuper gyors, 3 századmásodperces sebességű, a fényérzékenység pedig akár ISO 51200-ig növelhető. Nem mellékes, hogy a gép full-HD felbontásban 60 fps-sel is képes videót rögzíteni.

Másik új gépét, az EOS 800D-t kifejezetten a tükörreflexes gépekkel még csak most ismerkedő kezdőknek szánja a Canon. E modell belsejében is 24,2 megapixeles szenzor és DIGIC 7 képfeldolgozó rendszer dolgozik, valamint gyors és precíz autofókusszal van felszerelve. Másodpercenként akár 6 fotósorozatfelvételt támogat, a képek megosztását beépített Bluetooth és wifi segíti.



Zene

a szendvicsestáskából

A B&O PLAY újratervezte ikonikus Beolit szériáját, a Beolit 17 személyében. A hordozható zenelejátszó leginkább egy kirándulótáskára emlékeztet, ami nem is áll távol az igazságtól mivel alumínium-, polimer- és bőrből készült. A tetején elhelyezett új, intelligens one-touch gombbal anélkül vezérelhető a zene, hogy a telefonhoz kellene nyúlni. A Beoplay applikációban négy funkció közül lehet választani, ami a gomb megnyomásával aktiválható. Egy érintéssel ismételtethető a legutóbb játszott zeneszám is vagy kikapcsolható az ébresztő. Két és fél óra töltés 24 órás zenehallgatást tesz lehetővé.



Régi és új monitor az LG-től

A 2015-ben piacra dobott 24GM77-es monitor utódjáról, a 24GM97G-ről rántotta le a leplet az LG. A szintén játékosoknak szánt modell változtatható frissítési frekvenciátámogatást kapott. Ugyanakkor az elődhöz képest sem kialakításban, sem technológiában nem történt nagy változás: 350 cd/m² maximális fényerő, 1000:1 kontrasztarány, 170/160 fokos betekintési szögek, sRGB szintér és 16,7 millió szín megjelenítés jellemzi a modellt, a maximális frissítési frekvencia pedig továbbra is 144 hertz.

SELL KOMMENT

A dizájn, a képátló és a hozzá tartozó felbontás is maradt a régi. A piaci kínálatot elnézve csak jóindulattal nevezhető gamer monitornak az „új” darab, mind a külső, mind a belső tekintetben.



Bővít a Philips

A Philips bejelentette, hogy néhány hónapon belül piacra dobja az 55POS9002 típusjelzésű új OLED televízióját. Az 55 hüvelykes, LG panellel ellátott készülék természetesen képes az Ultra High Definition felbontású nagy dinamikatartományú (HDR) tartalmak megjelenítésére. A modell megkapta az új, P5 fantázianévű képfeldolgozó technológiát, a maximális fényerő 750 cd/m², és képes a DCI-P3 szintér 99 százaléka lefedésére. Az operációs rendszer továbbra is Android, és természetesen a jó öreg Ambilight technológia sem hiányzik a repertoárból.

HOTPOINT ÚJRATÖLTVE

Hotpoint

Közel három évvel ezelőtt a tulajdonosváltásnak köszönhetően a Hotpoint történetében egy új korszak vette kezdetét. Azóta a márka több tekintetben is megújult, a strukturális változások mellett új tartalommal töltötték fel, átalakult kínálata és a brand piaci pozicionálása is megváltozott. Az újrátöltött Hotpoint pedig idén a hazai piacon is erőteljesebben jelenik meg. A változásokról, tervekről, célokról a márka trade marketing menedzsereit, Bangó Boglárkát és Kovács Katát, illetve a cég márka- és kommunikációs specialistáját, Dankai Melindát kérdeztük.

Miben más az a Hotpoint, ami a Whirlpool Corporation égisze alá tarozik, mint a korábbi? Miben változtak a márka értékei az akvizíció óta?

D. M.: Egy patinás, 1911-ben alapított márkáról van szó, amelynek tradíciói megmaradtak az akvizíció után is, azonban a márka értékei modern, mai tartalommal is kibővültek. Ha a legújabb Hotpoint készülékeken eltakarnánk a márkajelzést, akkor az sem igazán tudná megmondani, hogy Hotpoint modelleket lát, aki korábban már ismerte a márka termékeit. Vagyis az aktuális kínálat elemein egyértelműen tetten érhető, hogy a Hotpoint néhány éve új korszakba lépett. Nagyobb hangsúlyt kapott a stílus, a kínálat komplexitása, illetve az innovációk is újradefiniálásra kerültek. A gyakorlatban ez úgy jelenik meg, hogy a termékeket letisztult dizájn jellemzi, a modellcsaládok megjelenése egységes, illetve olyan termékkörökben is képviselteti magát a márka, ahol korábban nem volt jelen. A fejlesztések, a technológiai megoldások célja pedig, hogy a felhasználók időt, fáradságot takarítsanak meg, és ezáltal több lehetőségük legyen arra koncentrálni, ami számukra fontos.

Ennek megfelelően hogyan változott a márka pozicionálása globálisan?

D. M.: A márka értékei, illetve az a többlettartalom, amivel az elmúlt években bővült a brand, lehetővé tették, hogy a Hotpoint feljebb lépjen. Készülékeink a magas minőséget az eleganciával öt-

vözik. Az innovatív technológia és a kifinomult dizájn párosítása pedig egyértelműen a prémium márkák ismérvei közé tartoznak. A Hotpoint piaci pozicionálása ennek megfelelően került meghatározása mind nemzetközi vonatkozásban, mind pedig idehaza.

Milyen fogyasztói rétegeket céloznak meg a készülékekkel idehaza?

B. B.: Leginkább úgy lehetne definiálni a célközönségünket, hogy azoknak a fiataloknak, fiatalos vásárlóknak és trendkövető háztartásoknak kínálunk ideális lehetőségeket és okosmegoldásokat a Hotpoint márkával, akik az elegáns és letisztult dizájn mellett a funkcionalitást részesítik előnyben háztartási gépeik kiválasztásánál. A márka nem titkolt célja, hogy a lehető leggyorsabb és egyszerűbb megoldásokat biztosítsa a felhasználóknak. A vásárlók így azzal tölthetik az idejüket, ami igazán fontos számukra, miközben a háztartási gépük szinte észrevétlenül támogatja őket a mindennapokban.

Milyen terveik vannak itthon a márkával, milyen célokat foglaltak meg az idei évre?

B. B.: Hosszabb távon szeretnénk a közép-felső kategóriában meghatározó szerepet betölteni a piacon a Hotpoint márkával. Jelenleg azonban még az út elején vagyunk, hiszen a brandet tulajdonképpen bizonyos értelemben újra be kell vezetnünk idehaza. Az idei

évben ezért a legfontosabb cél, hogy növeljük a márkaismertséget, illetve hogy újra felépítsük a márkát. Átfogó és átgondolt marketing- és PR-tevékenység révén népszerűsíteni szeretnénk termékeinket, illetve a potenciális vásárlóinkhoz eljuttatni a márka üzenetét annak érdekében, hogy a vásárlók választási alternatívaként vegyék számba a Hotpoint készülékeit. Szintén kiemelten fontos az értékesítés ezen szakaszában a megfelelő disztribúció kialakítása, valamint a szükséges display pozíciók elérése, amely folyamatokon jelenleg is dolgozunk.

Az értékesítés vonatkozásában milyen stratégiát követnek, vannak esetleg dedikált csatornák a Hotpoint esetében?

B. B.: Az értékesítési stratégiánkban nem szerepelnek dedikált csatornánk, arra törekszünk, hogy minél szélesebb körben legyenek elérhetők a készülékek. Olyan termékkör esetében viszont, mint a beépíthető készülékek, a specialistákra, mint a konyhastúdiók, külön is koncentrálnunk. Partnereink támogatása rendkívül fontos eleme az értékesítési koncepciónknak. Ennek részeként szerveztük meg februárban a partnertalálkozónkat, ahol bemutattuk az új beépíthető termékválasztékunkat, illetve ennek része az a hűségprogram is, amely nemcsak a partnereinknek, de a vásárlóknak is előnyöket nyújthat.

Milyen termékkörökben képviselteti magát a Hotpoint a magyar piacon?

B. B.: Mind szabadon álló, mind beépíthető háztartási nagy gép kategóriában szinte az összes termékkörben komolyan jelen vagyunk készülékeinkkel, így a kínálatunkban még olyan készülékek is helyet kaptak, mint az edénymelegítő fiók, a beépíthető mikrohullámú sütő, vagy éppen a beépíthető kávéfőző. Ennek ellenére nem az a célunk, hogy minél szélesebb választékkal lépünk piacra, hanem az, hogy olyan szegmensekben jelenjünk meg, ahol a kínálat szűkebb, illetve ahol a termékeink valami pluszt adhatnak a vásárlónak. Lehet ez egy különleges termék-tulajdonság, egyedi dizájn, vagy olyan speciális innováció, technológiai megoldás, ami csak a Hotpoint márkánál érhető el.

Mely termékkategóriákra kerül hangsúly az idei évben?

B. B.: A beépíthető termékek vonatkozásában a sütés-főzéshez kapcsolódó készülékek lesznek idén a fókuszban.

K. K.: A szabadon álló modelleket illetően pedig elsősorban a hűtésre és a mosásra koncentrálnunk 2017-ben.

Ezekben a termékcsoportokban melyek azok a termékjellemzők, innovációk, amelyek miatt sikeresek lehetnek a Hotpoint készülékek?

B. B.: Úgy gondolom, a beépíthető szegmensben már a különböző dizájnvonalak is igen sikeresek lehetnek. Az üveg- és acélfelületeket kombináló anyaghasználat olyan stílusos, elegáns megjelenést biztosít készülékeinknek, amely már önmagában is vonzóvá teszi termékeinket. Természetesen vannak olyan technikai jellemzők is, amelyek felkelthetik a vásárlók érdeklődését, hiszen a Hotpoint minden kategóriában törekszik a piacon elérhető legmodernebb technológia alkalmazására minden kategóriában. Ezek közül említhetjük a sütőkben található automatikus recept funkciót, amely a készített ételhez legideálisabb beállításokat magától elvégzi, vagy éppen a Multiflow rendszert, amely optimális hőeloszlást biztosít a sütőtérben. De idetartozhat a mikrohullámú sütőink párolást lehetővé tevő Dynamic Steam, amely igazi kedvencévé válhat az egészségtudatos vásárlók otthonában, illetve a pirításra módot adó Dynamic Crisp opciója is, ami pedig többek között az olasz

„Az idei évben ezért a legfontosabb cél, hogy növeljük a márkaismertséget, illetve hogy újra felépítsük a márkát”



Bangó Boglárka

konyha, így a pizza szerelmeseinek teheti könnyebbé az ételkészítés folyamatát. Említést érdemelnek a speciális méretlehetőségek is, a standard 60 centiméteres szélesség mellett kínált 73 literes sütőkapacitás, vagy a 90 centiméteres indukciós főzőlap, ami szintén nem túl gyakori a piacon.

K. K.: Természetesen a szabadon álló készülékek esetében is számos olyan termékjellemzőt sorolhatunk fel, amelyek különlegessé teszik modelljeinket. Ilyen például a Hotpoint által szabadalmaztatott Active Oxygen technológia, amely a hűtőszekrényekben és a mosógépekben is elérhető. A hűtők vonatkozásában mindenképpen említést érdemel a 3 az 1-ben funkciót ellátó aktív 0 °C rekesz, amely a 0 °C tárolás mellett alkalmas kiolvasztásra is, illetve lehetőséget nyújt a biztonságos hűtésre is, ami a gyakorlatban az jelenti, hogy nem kell megvárni, míg egy étel kihűl, hanem azonnal elhelyezhető ebben a rekeszben. A mosógépek területén is több olyan megoldás található készülékeinkben, amely különleges előnyöket nyújt használóik számára. Ilyen a Digital Motion technológia, amely tíz különféle – a szennyeződésekhez eltüntetéséhez leginkább megfelelő – dobmozgást tesz lehetővé és ezzel fokozza a folteltávolító hatást. A Direct Injection rendszer pedig a mosószer hatásfokát növeli, ennek köszönhetően pedig már akár 20 °C-fokos mosással is eltüntethető a foltok jelentős része. A színek és anyagok védelmét illetően ez különösen hasznos megoldás. A mosógépek kapcsán mindenképpen meg kell még említeni az ECO Rain vízkeringtető rendszert is. A mosószer- és vízfelhasználást optimalizáló megoldás ugyanis az „A+++” energiaosztálynál 40 százalékkal alacsonyabb fogyasztást eredményez.

Milyen újdonságok jelennek meg a kínálatban idén?

K. K.: Bizonyos tekintetben minden készülékünk tekinthető újdonságnak, hiszen a márkát újra bevezetjük a piacra, és ehhez a 2017-es megújult termékpaletta megfelelő hátteret biztosít. Ettől függetlenül természetesen az induló választékot az év során folyamatosan fejlesztjük, és új modellek is kerülnek a kínálatba.



„Készülékeink a magas minőséget az eleganciával ötvözik. Az innovatív technológia és a kifinomult dizájn párosítása pedig egyértelműen a prémium márkák ismérvei közé tartoznak.”

A legjelentősebb változás a 60 centiméter széles mosógépek kínálatában lesz majd, ahol egy új sorozatot mutatunk be várhatóan az év második felében.

A Hotpoint igen komoly „munícióra” tett szert Jamie Oliver személyében. Milyen terveik vannak a kommunikációt illetően?

D. M.: A Jamie Oliverrel történő együttműködés több szempontból is kiemelten fontos számunkra. Egyrészt egy olyan területen fonódik össze a Hotpoint és Jamie Oliver neve, ami az aktuális gasztronómiai trendekben igen meghatározó. A reformkonyhai irányzatok ugyanis nem pusztán a receptek vagy hozzávalók vonatkozásában jelölnek ki irányvonalakat, hanem az ételek elkészítését tekintve is, vagyis a készülékek által kínált lehetőségek szerepe is hangsúlyos. E tekintetben pedig Jamie Oliver híresége is fontos tényező, hiszen az a márkába, annak minőségébe vetett bizalom, amit a hosszú távú együttműködés megtestesít, a vásárlók számára is meggyőző érv lehet. Egyelőre csak a partnereket tájékoztatjuk erről a kooperációról, de az év során meg lehetőségek sok platformon informáljuk a vásárlókat is. Különösen nagy hangsúlyt fektetünk e tekintetben az eladáshelyi promóciókra, illetve a különböző social media felületekre. Úgy gondolom, ezzel nemcsak a márkanév erősíthető, de partnereinknek is hathatós segítséget adhatunk az értékesítéshez.

A TESZTELÉS *tesztje*

Egy termék megítélése számos módon történhet. A vásárló támaszkodhat saját egyéni benyomására, adhat ismerősök vagy ismeretlenek véleményére, tapasztalataira, dönthet a kommunikált termékjellemzők alapján, bízhat az értékesítési eredmények alapján meghatározott népszerűségben, de alapozhat teszteredményekre is. Utóbbi eszközre a legtöbben objektív, hiteles szintmérőként tekintenek, és egyfajta alapigazsággént fogadják el. De vajon tényleg így is van?



A tesztekben a legtöbb vásárló megbízik. Nem véletlen, hogy egy adott tesztben jó minősítést elért készülék kapcsán annak gyártója előszeretettel kommunikálja is az eredményt. A teszteredmények így bizonyos tekintetben marketing-eszközök is lehetnek, többek között ezért is érdemes a teszt bizonyos jellemzőit is alaposan szemügyre venni, mielőtt az abban foglaltakat alapigazsággént kezeljük.

A teszt hitelessége

Önmagában attól, hogy tesztről beszélünk, még nem feltétlenül biztos, hogy hiteles eredményekre számíthatunk benne. Éppen ezért fontos, hogy a forrás objektív legyen. E tekintetben szintmérő lehet a specializálódás, hiszen aki teszteszetre szakosodott, nem veszélyeztetheti saját „piacát” manipulált eredményekkel. És fordítva is igaz: a kibicnek semmi sem drága alapon előfordulhat, hogy az eredmény

előbb van meg, mint a teszt. De még a leghitelesebb forrásoknál is érdemes odafigyelni arra, hogy ki adta a megbízást. Ugyan az eredményben nem lesz okunk kételkedni, de például a tesztelt termékek köre már akár torzíthat is, sarkítva a meggy sem annyira savanyú, ha lime és citrom mellett nézzük.

Mit vizsgál egy teszt?

A legtöbben úgy gondolják, hogy egy teszt azt mutatja meg, hogy adott termék jó-e. Ez azonban nem egészen állja meg a helyét. A tesztek elsősorban mérnek, így főként azt vizsgálják, hogy a meg-

adott termékjellemzők mennyiben felelnek meg a valóságnak, illetve hogy egy mutató tényleges értékei egy adott sorban hol helyezkednek el. Valamint mérhető még a termék tartóssága is, amiből azért lehet a minőségre vonatkozó következtetést is levonni. Felhasználói tesztekben megjelenik még a működés pontossága és a termék használhatósága is, de az ezekre vonatkozó megállapítások nem tekinthetők teljesen egzaktoknak. Éppen ezért egy teszt leginkább azt mondja meg, hogy adott készülék tényleg tudja-e azt, amit ígér.

A teszt eredményei, megállapításai

A mérési standardek és a valós felhasználás között akár jelentős eltérések is lehetnek. Például egy laboratóriumi körülmények között kimutatott csekély eltérés egy sorrendben meghatározó, míg az életben az sem biztos, hogy egyáltalán érzékelhető, mint mondjuk a zajszint egy decibelnél kisebb különbsége. Egy teszt eredményei kapcsán fontos leszögezni azt is, hogy azok csak a mintavételben szereplő termékekre vonatkoznak. Így egy márkáról, vagy akár adott márká egyéb termékeiről levont következtetés hibás lehet, ahogyan egy felállított sorrend sem jelenti okvetlenül, hogy nincs jobb vagy rosszabb készülék azoknál, amelyek az összehasonlításban szerepelnek.

A fentiek alapján úgy tűnhet, hogy a tesztek, szemben az általános vélekedéssel, nem igazán használható információforrások. Erről természetesen szó sincs, a tesztek számos esetben képesek rámutatni a termékek hiányosságaira vagy éppen kiemelkedő jellemzőire, illetve egy-egy új funkció, vagy technológiai megoldás és azok gyakorlati előnyei közötti összefüggésekre rávilágítani. Azonban egyre gyakrabban jelennek meg olyan tesztek is, ahol a megállapítások vitathatók, illetve kerülnek reflektorfénybe olyan kiragadott részletek, amelyek a valós képet igencsak árnyalják.

A kereskedelem új dimenziói

A technológia fejlődése magától értetődően megjelenik a termékinálóban, azonban az innovációk, a technikai újítások magában az értékesítésben, a kereskedelemben is felhasználhatók. A MediaMarkt ennek egyik úttörőjeként számos olyan speciális megoldást vezetett be áruházaiiban Európa-szerte és idehaza is, amelyek példa nélküliek, különlegesek, és amelyek új dimenziókat nyithatnak a kereskedelemben.

A MediaMarkt alapkonceptiójának szerves része az innovációk bemutatása, a fejlett technológiák felvontatása. Napjainkban azonban ez új értelmet nyert a cégnél, és már nemcsak a termékek, újdonságok szintjén jelenik meg mindez, de érinti a termékprezentáció módját, a vásárlás formáját és körülményeit is. Így a vállalat számos olyan technológiát, különleges megoldásokat is alkalmaz, amelyek révén hatékonyabb, egyszerűbb, kényelmesebb vagy akár szórakoztatóbb lehet a vásárlás. Ez pedig alapjaiban változtathatja meg a vásárlásról alkotott elképzeléseinket.

MediaMarkt

A robotika hajnala Paul és Robbie

A hetvenes évek vége óta nincs olyan tudományos-fantasztikus regény vagy film, amiben ne szerepelne egy, az ember szolgálatában álló robot. A valóságban azonban a robotika még napjainkban sem igazán ezt jelenti. Többek között ezért is esik le az álla szinte mindenkinek, aki az ingolstadti Saturnba lépve megpillantja Pault, a digitális recepcióst, amelyet a MediaMarkt a Fraunhofer Intézet Gyártás és Automatizálás részlegével, valamint a Unity Robotics-szal együttműködésben fejlesztett ki. Paul nemcsak mozog, beszél, hangvezérléssel irányítható, de még arcfelismerő rendszerrel is rendelkezik, illetve képes külső hálózatokkal is kommunikálni. Képességeinek köszönhetően naprakész információkkal szolgál az érdeklődőknek, felvilágosítást tud adni termékekről, árakról, lehetőségekről, elkíséri a vásárlót a kiválasztott termékhez, és akár „hús-vér” kollégát is tud hívni, akit egyébként még mentesíteni is tud a rutinfeladatok alól. A digitális recepció 2016 novembere óta teljesít szolgálatot az ingolstadti áruházban, és munkába állásának első hónapjában több mint 100 000 métert tett meg, hétezerszer lépett kapcsolatba a vásárlókkal, akik leggyakrabban filmekkel és zenével kapcsolatban kérdezték. Paul népszerűsége érthető, hiszen az általa nyújtott valódi hozzáadott érték mellett az is vonzóvá teszi, hogy nem túl gyakran adódik lehetősége az embernek egy robottal csevegni. Nem csoda, hogy Paulnak köszönhetően a MediaMarkt az élvonalbeli módszerek és technológiák használatáért, illetve a vásárlói hűség és elégedettség

növeléséért elnyerte idén a Retail Technology Awards Europe díját a „legjobb vásárlói élmény” kategóriában. Paul azonban nem az egyetlen robot a cég kötelékében. Robbie a MediaMarkt által támogatott európai start-up cég, a Starship Technologies nagyszabású globális fejlesztési programjának részeként jött létre, és hamarosan mindenki találkozhat vele, aki a MediaMarkt online áruházában az exp-



ressz kiszállítást választja Düsseldorf Grafental kerületéhez tartozó kézbesítési címmel. Amennyiben a rendelt termék raktáron van, a szállítási cím a megadott területen belül van, illetve az ügyfél megadja mobiltelefonszámát, akkor Robbie végzi a kézbesítést, aki SMS-ben értesíti a megrendelőt, hogy megérkezett, az áruátvitelhez szükséges hitelesítés pedig okostelefon segítségével történik. A hatkerekű futurisztikus robot ultrahangos érzékelők és kilenc kamera segítségével közlekedik, érzékeli az akadályokat és azonnal reagál rájuk, sőt még udvarias is: a gyalogosok elől félreáll, ha nem fér el mellettük. Tárolórekeszéiben pedig akár tíz kilót is képes szállítani. A Robbie által nyújtott innovatív szolgáltatás legfontosabb előnye azonban a gyorsaság. A megrendelést követően három órán belül leszállítja a megrendelt árut, de címtől függően akár már 30 perc alatt is odaérhet a rendeltetési helyére, illetve a rendelést követő négy napos időintervallumon belül kétórás időablak is beállítható a szállítási kondícióknál.



Digitalizáció

A robotika mellett a digitális technológiák alkalmazása is kiemelt figyelmet kap a MediaMarkt fejlesztéseiben, hiszen ezek az eszközök is számos előnyt kínálnak a vásárlók számára. Rengeteg pluszinformációval, adattal szolgálnak, megkönnyítik a termékek összehasonlítását, ezáltal segítik a választást. A terület azonban igen szerteágazó, ezért a digitalizációhoz kapcsolódóan a legkülönbözőbb megoldásokkal lehet találkozni a cég portfóliójában. A vállalat például üzleteiben olyan eszközöket tesz fel, mint a mozgásérzékelős rendszerrel felszerelt



Digital Store Barcelona



digitális felületek



területek vagy az alkalmazásba épített, áruházon belüli navigáció. Számos speciális fejlesztést pedig már rendszerbe is állított a cég. Ilyen a Barcelonában megnyitott Digital Store, amelynek különlegessége, hogy nincsenek kihelyezett termékek, a vásárlás és böngészés digitális felületeken történik, amelyek lehetnek érintőképernyők vagy mozgásérzékelők. A termékeken, az innovációkon és a technológiai trendek bemutatásán túl nagy hangsúlyt kap az edukáció, a termékelőnyök megismertetése is, mind a felnőttek, mind a gyerekek vonatkozásában. A legfontosabb cél azonban, hogy a vásárlóknak egyedi omnichannel élményben legyen részük. Így az üzlet nemcsak a speciális koncepció miatt különleges, de attól is, hogy 24 órában működő átvevőpontként is üzemel, ahol a vásárlókat egy robot szolgálja ki. A digitális projektek széles skáláját gyarapítja a MediaMarkt legújabb online portálja is, a VR-World.com. Az oldal a virtuális realitással kapcsolatban kínál információkat, bemutatja a termékeket, legújabb trendeket, ismerteti a különféle rendszerekben rejlő lehetőségeket, átfogó ismertetőt ad a VR játékokról, filmekről és áttekintést nyújt a VR-hez kapcsolódó eseményekről. A cég több hasonló felületet is üzemeltet, mint például a számítógépes játékokkal foglalkozó, Gamez.de portál, illetve a gasztronómiához kapcsolódó

Koch-mit.de oldal. A MediaMarkt idehaza is számos digitális felületet alkalmaz üzleteiben. Idetartozik a készlet- és termékinformációkkal szolgáló „totem”, a Vodafone-csomagok és a hozzájuk kapcsolódó termékek kiválasztását segítő „tarifaválasztó”, a „szelektor” rendszer, amellyel terméktulajdonosok alapján tudnak szűrni a vásárlók, és a kiválasztott karakterisztikákkal rendelkező eszközöket jelzőfény jelzi a polcon, illetve a digitális ártáblák is, amelyek könnyebben kezelhetők és módosíthatók, mint a hagyományos ártáblák, ezzel könnyítve a szaktanácsadók munkáját.

Új utakon

A MediaMarkt fejlesztéseinek alapvető célja, hogy a lehető legtöbb vásárlói igénynek megfelelhessen. Az innováció ezért nemcsak az alkalmazott eszközökben, de a szolgáltatáskínálatban is megjelenik. A környezettudatosság az egyik olyan szempont, ami egyre jelentősebb Magyarországon is, ezért döntött úgy a cég, hogy áruházainál elektromos töltőoszlopokat állít üzembe. Ezek az e-STATION SMART töltők lehetővé teszik azt is, hogy a felhasználók okostelefonos alkalmazásukon keresztül információt kapjanak az állomás állapotáról, legyen az szabad, foglalt, vagy esetleges meghibásodás következtében üzemben kívül. A cég budaörsi áruházánál és a Stop Shopnál lévő üzletnél az eszköz már igénybe is vehető.



e-STATION SMART

Az élmény

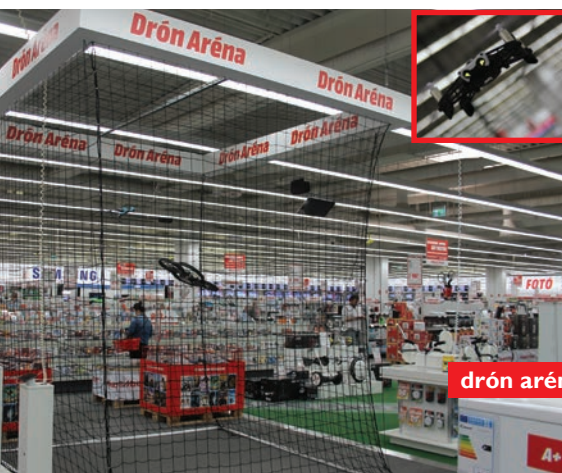
A kereskedelmi innovációban egyre fontosabb szerepet tölt be a vásárlási élmény is. Ezért a MediaMarkt e terület fejlesztésére is nagy hangsúlyt fektet. Ennek megfelelően a cég több olyan megoldást is bevezetett hazai áruházaiiban, amelyek a vásárlást kényelmesebbé, egyszerűbbé tehetik, a termékek



VR bemutató



kávézó az áruházban



drón aréna



sorszámosztó

kiválasztását pedig jelentősen megkönnyítik, mindezt úgy, hogy még pluszélményt is nyújtanak a vásárlóknak. Az áruházban kialakított kávézó, sorszámosztó, várakozószóna vagy az akkumulátorok lemerülésének kellemetlenségétől megkímélő powerbank – azaz külső áramforrás – kölcsönzésének szolgáltatása éppúgy fokozzák a fogyasztók komfortérzetét, mint ahogyan az új eszközökhöz kapcsolódó új prezentációk, a drónreptető, VR, e-bike és cityboardbemutatók növelik a biztos választáshoz tá



Régen minden jobb volt

ÉV ELEJÉN A TUDATOS VÁSÁRLÓK EGYESÜLETE VÉGZETT EGY NAGY MOSÓGÉPTESZTET, 14 GYÁRTÓ ÉS 30 TERMÉK RÉSZVÉTELÉVEL, AMIBŐL AZ IS KIDERÜLT, HOGY A MAI KÉSZÜLÉKEK KEVÉSBÉ TARTÓSAK, MINT 30 ÉVVEL EZELŐTT. A SAJTÓBAN AZ EREDMÉNYT LEGINKÁBB A „MEGLEPŐ” SZÓVAL REALIZÁLTÁK, ÉS MÉG LÁBJEGYZETBEN SEM EMLÍTETTÉK A MEGVÁLTOZOTT VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOKAT.



Minden olyan drága

A vásárlói tanácsokat adó oldalak gyakran fejcsóválva tekintenek egy 150 ezer forint feletti készülékre, és az ár-érték arány relevanciáját firtatják. Ha már a múltnál tartunk, az 1977-ben útjára indult, hatalmas sikerű Hajdu Minimat mosógépek az akkori átlagfizetés háromszorosába kerültek, mégis olyannyira kelendőek voltak, hogy még zsebbe is fizetnie kellett annak, aki hozzá akart jutni.

Harminc évvel ezelőtt 1987-et írtunk, amikor valóban nagyon strapabíró Hajdu gépeket lehetett vásárolni, hogy nem volt márkakínálat, nem is volt probléma, hiszen szempontok sem különösebben lettek volna a vásárlásra. A mostanihoz képest a termékcsalád ugyancsak gyerekkorát élte, és mai perspektívából a tartósságra, mint a mosógépvásárlás legfőbb irányelvére tenni a hangsúlyt, kissé talán leegyszerűsítő szemléletmódnak tűnik. Már csak azért is, mert 30 évvel ezelőtt egy mosógépben nem volt olyan elektronika, mint a mostaniakban, vagyis el sem tudott romlani. Egy autóban sem mehetett tönkre a számítógép, mivel nem volt benne. Másrészt a szocializmust azóta lecseréltük kapitalizmusra, ami bizony a háztartásigép-vásárlásra is hatással volt. Harmadrészt, amit régen 15 év alatt fejlődött a termékcsalád, annyit most 1,5 év alatt fejlődik. Ezek a fejlesztések pedig vásárlási tényezők is, ha ma mosógépet veszünk, már nemcsak azt tudjuk latolgatni, hogy vajon mennyi ideig tud problémamentesen működni, de azt is, hogy van-e benne gyorsmosás opció, folttisztító automatika, vagy éppen adva van-e a frissítő gőzölés lehetősége. Valakinek ezek a szempontok fontosak, másoknak pedig nem, de régóta nem arról van szó, hogy az a jó készülék, ami még 30 év után is zakatol a fürdőszobában, mert gyaníthatóan akkor is előbb le fogjuk cserélni a készüléket, ha az nem hibásodik meg.

Vagy mégsem

Kevesebb ideig használunk egy mosógépet, ami érthető is. Ha öt év alatt a mosási idő harmadára csökken, ha azokat a foltokat is el lehet tüntetni, amiket korábban nem, és ha sokkal kevesebb áram- és vízfelhasználással tudok mosni – a kényelmi és dizájn szempontokat most ne is említsük –, akkor könnyen lehet, hogy lecserélem a régit egy újra, mivel úgy mérlegelek, hogy a kiadott pénz nem pénzkidobás, hiszen olyan dolgokat kapok cserébe, amelyek számomra fontosak. A termékcsalád eljutott oda, hogy nem lehet egy-egy paramétert kiemelni, ami egyértelmű elsőbbséggel bír a többihez képest. Az okostelefonnal való, távolról történő vezérlésnél tartunk, és ott, hogy egyes gyártók kifejezetten currymosó funkcióval rendelkező mosógépeket fejlesztenek az ázsiai piacra, mert ott ez vásárlási szempont lehet. Ahogy egy termék, pontosabban egy termék felhasználási lehetősége differenciálódik, úgy differenciálódnak a vásárlási nézőpontok is.

AEG L8FEC68S

„A+++ -50%”-os energiaosztályzatot kapott az AEG mosógépe, amely már megjelenésével is jelzi, hogy a felső kategóriában indul. Ennek jegyében az ÖKOMix technológia, amely teljesen egyenletesen oszlatja el a mosószert és az öblítőt, hogy még hatékonyabb legyen a ruhatisztítás. A gyorsprogram mellett lehetőség van gőzölős frissítésre is, ami eltünteti a kellemetlen szagokat és a nem kívánt gyűrődéseket a ruhákból. A hibátlan mosásról a szenzoros vezérlés gondoskodik.



Beko WMY 51032 PTYB3

A Beko impozáns formatervezésű mosógépe 5 kg kapacitásával elsősorban a kevesebb mosási igénygel rendelkező felhasználókat célozza meg. Egyedülálló férfiaknak is remek választás lehet, mivel a nagy méretű digitális kijelző egyszerűvé teszi a programok beállítását. Ezekből 15 érhető el, köztük olyanok, mint az Expressz szuper-rövid vagy az ingprogram, ami szintén nagyon hasznos lehet az erősebbik nemnek. Késleltetett indításra is van lehetőség, 0 és 19 óra között.



Bosch WAY32891EU

Az „A+++ -30%”-os energiaosztályzatú mosógép nemcsak külső tekintetében sikerült bravúrra, de a belső tudását tekintve is figyelemre méltó megoldásokat kínál. Ilyen például a folttisztító automatika, ami 16 különböző foltípustól képes megszabadítani a textíliákat. A 9 kg kapacitású modell a gyorsprogrammal már 15 perc alatt képes végezni a kevésbé szennyezett ruhákkal, a szenzortechnológia pedig azért felel, hogy a lehető legkisebb energiafelhasználás mellett lehessen elérni a legjobb eredményt.



Candy CS4 1272D3/1-S

Összesen 16 különböző programot kínál a Candy mosogatógépe, így minden ruhatípushoz és mindenféle szennyezettséghez hozzá lehet rendelni a leginkább hatékony megoldást. Az „A+++” energiaosztályzatú modell kapacitása 7 kg, így elsősorban a kisebb családoknak lehet remek választás. Extrái között szerepel a gőzfunkció is, amivel a kevésbé szennyezett ruhákat lehet gyorsan felfrissíteni és gyűrődésmentesíteni.



Súlyautomatika

A mosógép szenzorokkal ellenőrzi a behelyezett ruha súlyát, és ez alapján állítja be a használt vízmennyiséget, hőmérsékletet, centrifugálási időt és a mosószermennyiségét is.

Time Manager

Beállítható, hogy mikor érjen véget a mosási idő, így a napi programot nem kell a mosógéphez igazítani.



Electrolux EWF1408WDL2

Az „A+++” energiasztályzatú mosógép szenzortechnológiájával képes optimalizálni az energia- és a vízfelhasználást, valamint beállítani a szükséges mosási időt, hogy a lehető leghatékonyabb feltételek között legyenek tiszták a ruhák. Különleges funkciói között elérhető a gőzölés is, amivel rövid idő alatt lehet illatosan frissé varázsolni a különböző ruhákat, úgy, hogy még a ráncoktól is megszabadulhatunk. Maximális kapacitása 10 kilogramm, így a nagycsaládok számára is ideális.



Gorenje W9865E

A Gorenje „A+++ -20%”-os energiasztályzatú mosógépe rendkívül költségkímélően varázsolja tisztára a ruhákat. A sokoldalú készüléken a hagyományos programokhoz négyféle mosási mód is rendelkezésre áll, mint az alacsony vízfogyasztású, az intenzív, a kímélő vagy a mindennapi. A Stain Expert foltspecialista funkció pedig még a legmakacsabb szennyeződésekkel is könnyedén elboldogul. Mivel a mosási kapacitása 9 kg, így a nagyobb családok számára is remek választás.



Electrolux EWF1497HDW2

Az Electrolux mosógépe egyetlen gombnyomásra képes kigőzölni a szekrény alján porosodó ruhákat, amelyek így teljesen felfrissülnek, friss illatúvá és ráncmentesekké válnak. Az „A+++” energiasztályzatú modell kapacitása 9 kg, így a nagyobb családok számára is remek választás lehet. A készülék intelligens vezérlése automatikusan hozzáigazítja a mosási üzemmódot a behelyezett ruhamennyiséghez, így azok soha nem lesznek túlmosva.



Gorenje W98F65I/I

Mivel a mosás teljesen személyre szabható a Gorenje „A+++ -20%”-os energiasztályzatú mosógépén, így minden ruhatípus és szennyeződés megtalálja a legideálisabb megoldást. Érvényes ez a makacs foltokra is, amelyeket a Stain Expert foltspecialista funkció tüntet el hatékonyan. Számos programja közt elérhető a Bio Wash biomosás és a gyorsprogram is, amely már 17 perc alatt képes végezni a kevésbé szennyezett ruhákkal.

Gyorsprogram

Gyártónként változó néven érhető el, így a mosási idő is különböző, általában 15 és 45 perc között mozog, és a kevésbé szennyezett ruhákhoz ajánlott.

Gőzfrissítés

Nem mosóprogram, a ruhák felfrissítésére szolgál. A gőz eltünteti a kellemetlen szagokat és a ráncokat a régóta szekrényben lévő ruhákból.

gorenje
Life Simplified

PARKOLD LE A KONYHÁDBAN.

GORENJE RETRO
SPECIAL EDITION
EGY KARAKTERES
HŰTŐSZEKRÉNY

gorenje.hu



Áprilistól

A világhírű Volkswagen minibusz által inspirálva alkottuk meg a Gorenje Retro Special Edition hűtőszekrényt, amely a 60-as évek ikonikus designját ötvözi napjaink kifinomult technológiájával.

Nemcsak szenvedélyes járművezetők számára terveztük, minden konyha képéhez azonnal egyéni stílust, a szabadság érzését és kalandokat ad hozzá, miközben frissen és tápértékben gazdagon tartja az élelmiszereket.



Indesit XWE 81484X WSSS

A sportolókról sem feledkezett meg az Indesit jelen „A+++” energiasztályzatú mosógépével, amely több sportprogramot is kínál a ruhák és a cipők gépben való tisztítására. Az alacsony vízfogyasztású modell ezenkívül szagtalanító funkcióval is rendelkezik, amely megszünteti a tartós szagokat, köszönhetően a dob speciális mozgásainak, a pluszöblítésnek és a hőmérsékletkontrollnak. A beállításokat digitális kijelző könnyíti.



Miele WMV960

A gyártó ezúttal sem spórolt az innovációval, jelen esetben egy kétfázisú folyékonymosószer-adagoló rendszert alkotott a tökéletes tisztaság jegyében. Folteltávolító opciójával pedig csak ki kell választani a folt típusát, és az intelligens készülék ehhez képest állítja be a mosási programot. Az „A+++ –40%”-os energiasztályzatú mosógép a mennyiségi automatikával mindig a megfelelő vízmennyiséget adja a mosáshoz, hogy ne csak az áram-, de a vízfogyasztás is a lehető legkedvezőbb legyen.



Hotpoint RZ 1047 B EU

Telitalálatot érdemel a Hotpoint mosógépe a formatervezést illetően: a színválasztás, az ajtó, a formák, a gombok és a kijelző tökéletes harmóniát alkotnak és újat is tudtak mutatni a dizájn világában. A 10 kg mosási kapacitású és „A+++ –40%” energiahatékonyságú modellnek a tudására sem lehet panasz, a motor szupercsendes, a választható 16 programja pedig minden típusú ruhára és szennyezettségre hatékony megoldást tud kínálni.



Panasonic NA-147VR1

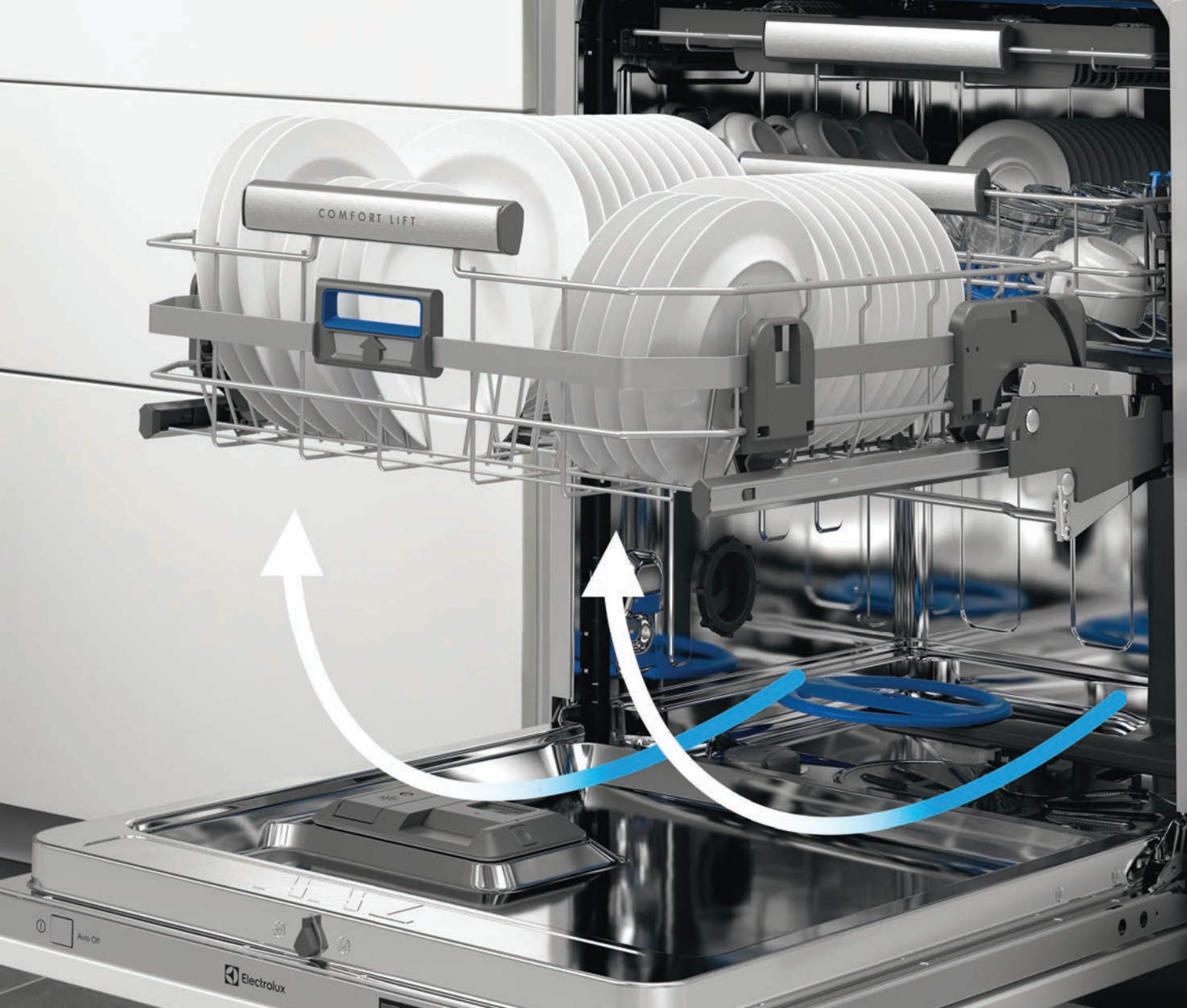
A különleges, ugyanakkor vonzó formatervezésű mosógép a modern idők kihívására felelve még antiallergén programot is kapott, hogy a betegségben szenvedők is megtalálhassák a számukra legideálisabb mosási opciót. Az „A+++ –20%”-os energiasztályzatú modell továbbfejlesztett öblítőrendszert kapott, amely a törékeny, szintetikus anyagokat óvja a rongálódástól. Speciális dobtisztító programja a teljes higiénia jegyében a visszamaradt mosószert és szennyeződések távolítja el.

Direct-drive

A mosógép vibrációjának és hangosságának csökkentése érdekében kifejlesztett speciális, ékszín nélküli motort jelent.

Bébi-program

A mosóprogram 95 °C-os forró vizet használ a mosáshoz, és speciális öblítési ciklust is kapcsol hozzá, hogy a bébiholmik a leghigiénikusabb módon kerüljenek elő a dobból.



Mosogatás egy magasabb szinten

Electrolux ComfortLift mosogatógépek

Soha nem volt még ennyire kényelmes a mosogatás! Még mosogatógéppel sem! Az Electrolux ComfortLift mosogatógép a világon elsőként segít be- és kipakolni az edényeket. Az új Electrolux mosogatógép alsó kosarát ugyanis egyszerűen fel lehet emelni kényelmesen elérhető magasságba.

Az alsó kosár így közel azonos magasságba kerül a felső kosárral. Ezért a fogyasztóknak nem kell hajolgatniuk, miközben be- vagy éppen kipakolják az edényeiket.

Az alsó kosarat elég csak kicsit meghúzni, és egy lift felemeli. Akkor is, amikor tele van edényekkel. A lift le is engedi a piszkos edényekkel megpakolt kosarat, ehhez csak egy kart kell meghúzni a kosár fogantyúján.

A ComfortLift mosogatógépek a világ két legrangosabb termékdiszajn versenyének díját is megkapták. Először az iF Design nemzetközi zsűrije ismerte el arany iF Design díjjal az innovatív megoldást. Majd a RedDot: Best of Best díjat is megítélték a termékcsaládnak.

Az Electrolux ComfortLift mosogatógép (ESL7740RO) hamarosan elérhető az üzletekben. 13 terítékes, teljesen beépíthető, XXL pakolóterrel rendelkező, A+++ energiasztályú, felső kategóriás modell.



ESL7740RO





Whirlpool FSCR 80421

A Whirlpool gyönyörű formatervezésű modellje a mosás magasiskoláját viszi el az otthonokba. „A+++ –10%” energiafogyasztás mellett kínál megoldásokat a makacs szennyeződésekre is minden ruhatípus számára. Olyan extra opciókat kínál, mint a bio folteltisztítás, az erős szennyződés vagy a gyorsmosás, amellyel már 30 perc alatt tisztára lehet varázsolni a ruhákat. Centrifugálási zajszintje mindössze 68 dB, ami már alig hallható, így akár éjszaka is lehet mosni vele.



Whirlpool FSCR 12440

Hihetetlenül alacsony, „A+++ –60%” energiaosztályzatot kapott a Whirlpool professzionális mosógépe, amely az innováció jegyében Wi-Fi kapcsolattal is rendelkezik, így egy okostelefonos applikáció letöltésével akár távolról is vezérelhető a mosás. A 12 kg mosási kapacitású készülék a folt- és szennyezettségtisztítás teljes repertoárját sorakoztatja fel, opciói között pedig a színekímélő mosástól a gyorsmosásig szintén számos hasznos dolog érhető el.



Whirlpool FSCR 80432

Már a hatalmas kijelző is mutatja, hogy nem akármilyen mosógéppel van dolgunk, a stílusos megjelenésű modell ugyanis „A+++ –50%” energiaosztályzat és rendkívül kevés éves vízfogyasztás mellett képes patyolattisztára varázsolni a ruhákat. A 6. Érzék szenzorfunkció gondoskodik az energiatakarékos és tökéletes végeredményről, a különleges programok pedig a legmakacsabb foltokra és szennyeződésekre is hatékony megoldást kínálnak.



Zanussi ZWF81243W

A Zanussi „A+++” energiaosztályzatú mosógépe egyszerre 8 kg ruhát képes kimosni, így remek választás lehet a családoknak is. A kényelem jegyében előre programozható a mosás kezdete, és így kiszámolható annak a vége is. A kevésbé szennyezett ruhákat akár már 30 perc alatt is tisztára lehet varázsolni a gyorsmosás programmal. A Fuzzy Logic technológia figyelembe veszi a töltet nagyságát, és ehhez képest végzi el a szükséges beállításokat.

Folteltisztító automatika

Különböző foltípusokból lehet választani, amihez a mosógép automatikusan hozzárendeli a leghatékonyabb mosási módot.

Éjszakai mosás

Alacsonyabb hangerő mellett, hosszabb ideig tartó, általában energiatakarékosabb program.

Bemutatjuk a Supreme Care előltöltős mosógépeket!

Whirlpool
SENSING THE DIFFERENCE



Elegáns dizájn, megbízható teljesítmény: ez a Supreme Care termékcsalád titka.

ZEN Technológia™

Az innovatív ZEN Technológia™ három tényező (közvetlen meghajtású ZEN motor, ZEN formai kialakítás és hangcsillapítás) tökéletes kombinációja. A kiemelkedő mosási teljesítmény a piacon kapható legalacsonyabb zajszinttel párosul: 49 dBA mosási, 69 dBA centrifugálási zajszint.

PrecisionDose™

Automatikus mosószer-adagolás a mosnivaló tényleges mennyisége és a ruhanemű típusa szerint. Így akár évi 12 liter mosószert is megtakaríthat. A beépített mosószertartály akár 20 mosáshoz elegendő mosószert képes tárolni.

Precision Clean mosási technológia

A mosás teljesen új megközelítésen alapul. A mosógép a vizet közvetlenül a mosnivalóra permetezi és nem csupán a mosógép dobját tölti fel. Ez a technológia a teljes mosási program során működik, hogy a leghatékonyabb vízfogyasztást és legenergiatakarékosabb működést biztosítsa.

FreshCare™

A mosógép a program befejezése után időnként átforgatja a ruhaneműt. Ez legfeljebb körülbelül 6 órán át tart a mosási program vége után. A művelet bármikor leállíthatja bármely gomb megnyomásával; ekkor az ajtó kinyílik, és kiveheti a ruhaneműt.



Interaktív, 3D nézetben csodálhatja meg és felelősséget vállalhat a készülékek funkcióit, melyek a lehető legjobb mosási élményt kínálják Önnek.

SoftMove™

A SoftMove™ 6 különböző, előre programozott, anyagtípusok szerinti dobmozgásának köszönhetően a leggondosabb ruhaápolás mindenfajta mosnivaló számára (anyag, szín és forma). A dobelső innovatív mintázata és a ruhaemelő karok különleges kialakítása révén csökkentik a szövetszálak sűrűlődségét, sokkal kíméletesebben mozgatják az anyagokat és hatékonyabb mosást tesznek lehetővé.

Dobvilágítás

A tökéletes megvilágításnak köszönhetően a mosógépből való ki- és bepakolás könnyűvé és egyszerűvé válik. Nincs több gépben felejtett ruhadarab!

A Candy tudja, hogyan teheti könnyebbé az Ön életét.



Előltöltős mosógépeink széles választékában mindenki megtalálhatja a számára legmegfelelőbbet, legyen az méretben hagyományos, keskeny vagy szuper keskeny, kapacitásban pedig csupán 4 kg, vagy akár 10 kg.

Készülékeink gondoskodnak arról, hogy a ruhadarabok víz-, energia- és időpocsékolás nélkül tökéletesen tiszták legyenek. Minden gépünkben rendelkezésre álló rövid ciklusok tökéletes mosást biztosítanak rövid idő alatt. Mindössze 14, 30, 44 vagy 59 perc alatt maximális hatékonyság érhető el optimális időmegtakarítás mellett!

Ha időponttól függetlenül szeretné működtetni a mosógépét, és olyankor is szeretné irányítani, ha nem tartózkodik otthon, akkor a simply-Fi termékcsaládból válasszon modellt: a Wi-Fi technológiának köszönhetően távirányítással vezérelhető a készülék az okostelefonokra és a táblagépekre letölthető ingyenes alkalmazás segítségével.

Mi arról gondoskodunk, hogyan mossa ki legjobban a ruháit, Önnek pedig csak az életével kell foglalkoznia.



Mix Power System – Az egyedülálló technológia alacsonyabb hőfoknál is makulátlanul tisztává varázsolja a ruhákat és akár 60%-kal alacsonyabb energiafogyasztást és 15%-kal alacsonyabb vízfelhasználást eredményez. A speciális fúvóka a víz és mosószer oldatát közvetlenül a ruhákra fújja, így az könnyebben jut be a textília szálai közé és gyorsabban, hatékonyabban tisztít. Ennek köszönhetően 20°C-on is 40°C-os mosási hatékonyságot érhetünk el – mindezt 59 perc alatt.



Gőz funkció – A gőz tartósan 99°C feletti hőmérséklete kiváló hatékonysággal távolít el szinte minden szennyeződést és a természet erejével küzd az allergének ellen. Gőzfrissítéskor a gőz mélyen a szövetszálakba hatolva felfrissíti azokat és megszünteti a kellemetlen szagokat, hatására pedig a gyűrődések kisimulnak.



Simply-Fi – Az NFC és Wi-Fi képes készülékeket a Simply-Fi applikáción keresztül irányíthatjuk. Az applikáció segítségével könnyebben szót érthetünk a gépünkkel – segít kiválasztani a megfelelő mosási ciklust, információkkal és karbantartási tippekkel lát el, hogy készülékünk sokáig megfelelően szolgáljon.

CANDY

A mosás alapjában véve nem túl bonyolult dolog: a víz fellazítja, majd eltávolítja a textilszálakra került szennyeződések. A mosógép teljesen ugyanerre az elvre épül, annyi különbséggel, hogy a szennyeződések eltávolítását a mosószerek segítségével kémiai, a dobmozgás és a vízhőmérséklet révén pedig fizikai úton is elősegíti. Miért van akkor, számtalan mosóprogram és opció? Csak a marketing szüleménye lenne az egész?



MOSÓPROGRAM SZKEPTICIZMUS

A mosógép kínálat egyik meghatározó eleme a különböző modellekben elérhető programok és opciók száma és fajtája. Egyszerűbben kifejezve, abban, hogy mennyire „jó” egy mosógép, az is szerepet játszik, hogy mennyi és milyen mosóprogramot kínál az adott készülék. Ennek ellenére nem kevés olyan mosógépvásárló és -használó van, aki nem igazán hisz a különféle mosóprogramok hatékonyságában.

Ez részben az összeesküvéseleméletekbe vetett hittel magyarázható, vagyis azzal a prekoncepcióval, hogy az óriáscégek – a gyártók – csak le akarják húzni a szerencsétlen vásárlót. Részben pedig az azal, hogy az aktuális mosógépükben sem használnak egy-két program-nál többet, a ruhák mégis tiszták lesznek. Előbbivel nem igazán van értelme foglalkozni, utóbbi azonban logikusnak tűnik. Nekik lenne igazuk? Természetesen nem.

A különféle mosóprogramok célja a hatékonyság fokozása, az energiafogyasztás csökkentése, illetve a textíliák védelme. Az alapprogramok, a leggyakrabban használt beállítások a legtöbb ruhanemű esetében hatékonyak, ami nem meglepő, hiszen éppen erre lettek kitalálva, éppen ez a céljuk. Ettől még lehet fokozni a hatékonyságot, viszont ez ugye nehezen összevethető,

ha az ember csak egy beállítást használ és nem próbál ki többet. Az energiafogyasztás különbségei sem szembeötlők, hiszen a legtöbb háztartásban nem méri a fogyasztást kifejezetten a mosógépre vonatkozóan. A ruhák károsodása pedig nem feltétlenül

féleképpen is tud mosni, hiszen minden készülék ugyanazt csinálja: mosószeres vízben forgatja a ruhát. Ez így is van, éppen ezért a különféle programok valójában a víz és a forgatás tekintetében térnek el egymástól. A víz hőmérséklete, mennyisége, illetve a vízcseregyakorisága is hatással van a mosási eredményre, mivel textíliáktól függően

más-más az optimális beállítás az említett jellemzők vonatkozásában. A ruha forgatásának módja szintén befolyásoló tényező. A

dobmozgás intenzitása, sebessége, a ciklus-

hoz tartozó

fordulatok

s z á m a ,

sőt még

a forgás

iránya is

tükröz-

ódhat

a vég-

ered-

mény-

b e n .

Előbbi-

ekből kö-

vetkezően

pedig az idő

is változó té-

nyező. Ezek a

paraméterek igen

sokféleképpen kom-

binálhatók, ami pedig

megszámlálhatatlan mo-

sóprogramot jelent elmélet-

ben. Két oka van, amiért azonban

mégsem végtelen a programok száma. Az

egyik, hogy minden anyag, textília, ruha-

nemű esetén van egy optimális beállítás, a

másik pedig, hogy a paraméterek összefü-

gének, méghozzá fordítottan arányosan.

Vagyis ha egyik tényezőt csökkentjük, azt

pótolni is kell, ezért egy másiktól többre

lesz szükségünk.

látszik egyetlen mosás után, a színfakulás vagy bolyhosodás jelenségét pedig inkább a ruha számlájára írják. A konzekvens mosóprogram-tagadók azonban valószínűleg előbbi magyarázat sem győzi meg teljesen, és tovább vitatják, hogy egy mosógép több-





Fedezze fel
az új Supreme Care
mosógépek és szárítógépek világát!

Egy tökéletesen összeillő pár!

Elegáns dizájn,
megbízható teljesítmény,
különleges gondoskodás
ruhái számára!



20
év
garancia
a motorra



10
év
garancia
a motorra



*A Whirlpool Magyarország Kft. a Supreme Care termékcsalád ZEN technológiával rendelkező mosógépeire **20 év motorgaranciát**, a Supreme Care szárítógépekre **10 év motorgaranciát** ad. A kiterjesztett garancia regisztrációhoz kötött. További részletek a www.regisztracio.whirlpool.hu oldalon található.

Whirlpool

SENSING THE DIFFERENCE

www.whirlpool.hu

10

dolog, ami egy terméket eladhat

#5

A VISSZA NEM TÉRŐ ALKALOM

A kereskedelmi akciók eredetileg erre a megfontolásra építkezve jöttek létre, csak hát menet közben egy kissé megkoptak, mert az nem tűnik vissza nem térő alkalomnak, ami minden héten van. Ettől azért az elv még működik, amit például az első csereprogramok is bizonyítottak.

#1

AZ ÁR

Nem kell különösebben gényiúsznak lenni ahhoz, hogy az ember tisztában legyen vele, hogy a kedvező áraknak van vásárlásösztönző hatása. Nem is akármilyen, mert egy jó ár még akár olyanokat is vásárlásra bírhat, akik nem terveztek ilyesmit. Ráadásul amellet, hogy hatékony, még egyszerű is, mert magáért beszél és nem igényel további erőfeszítéseket sem. Ennél azonban többet is tud az ár.

Kutatások igazolták, hogy az emberek zömét nem az abszolút értékben kifejezett kedvezmény vonzza, hanem a százalékos eltérés. Míg egy százezer forintos árból elengedett ezer forint a többséget nem hozza lázba, addig egy kétezer forintos termék esetében a legtöbb vásárló nehezen tud ellenállni ezer forint engedménynek, hiszen az már fél áron történő vásárlást jelent. Mivel nem minden esetben ennyire egyszerű a fejszámolás, a százalékban megadott engedmény hatékonyabb eszköz. Persze a mérték azért nem mindegy. Tíz százalék alatti kedvezményhez igen nagy alapár van szükség ahhoz, hogy komoly hatása legyen az engedménynek, 50 százalék feletti árcsökkentés esetén pedig exponenciálisan nő a termék minőségébe vetett hit.



A SZÜKSÉG

#2

„A szükség nagy úr” – tartja a népi bölcsélet, és hát ez nem csak biológiai értelemben igaz. A fogyasztói társadalom mozgatórugója, hogy képtelenek vagyunk tárgyaink nélkül meglenni, különösen, ha azok használati tárgyak. Lehet élni telefon, hűtőszekrény vagy számítógép nélkül a 21. században? Ha egyszer már éltünk vele, akkor nem igazán tudjuk nélkülözni a technika vívmányait. Ezért ha elromlik, elavul, elveszik egy készülékünk, akkor szükségét érezzük, hogy vegyünk egy másikat. És ha már érezzük a kényszert, akkor előbb-utóbb meg is vesszük. Kereskedelmi vonatkozásban ezzel csak az a gond, hogy mesterségesen elég nehéz előidézni a szükségérzetet.

#3

AZ ÉRTÉKESÍTŐ

Minden döntésnél, amit életünk során meghozunk, legyen szó csekély-ségről vagy komoly dologról, arra törekszünk, hogy a számunkra legjobb eredménnyel járjon. Azoknál a választásainknál, amelyeknek az eredménye nem látszik azonnal, igénylünk valamiféle megerősítést. Ez lehet a megfelelő alaposág vagy akár egy véleményazonosság is. Ez az oka, hogy egy jó értékesítő szinte bármit képes eladni, ugyanis csak éppen abból az irányból kell közelítenie, amit a vásárló igényel.



A JÓ ÜZLET

#4

Az emberek amellet, hogy szeretnek olcsón vásárolni, imádnak jó üzleteket is kötni. Az üzlet lehet attól jó, mert, mondjuk, kiváló az ár-érték arány, de lehet attól is jó, hogy van egy rosszabb alternatíva. A kereskedelem tipikus példa erre a kiszerelés. Öt darab akármi 3x áron mindig jobbnak tűnik, mint egy darab x áron. A dolog szépsége, hogy sokszor még az sem számít, hogy kell-e egyáltalán a többi, mert az üzlet annyira jó.



A CSORDASZELLEM

Az ember számára evolúciós kényszer, hogy a tömeggel menjen, mert valaha ez jelentette a túlélés zálogát. Ugyan azóta sok minden változott, de a mai napig hajlamosak vagyunk saját véleményünket sutba vágva beállni egy tömegbe. A kereskedelemben is jelen vannak a csordaszellemre alapozó megoldások. Ilyen célt szolgálnak ugyanis a kedvenc, legtöbbet eladott, legjobbnak választott és hasonló értékelések feltüntetése.

#6

#7

AZ EGYEDISÉG

Shakespeare szerint semmi sem olyan hétköznapi, mint a vágy, hogy ne legyünk azok. Ezt meglehetősen sokféleképpen igyekszünk is kifejezni, így a tárgyainknál is gyakran törekszünk az egyediségre. A tömegtermelés világában azonban ez nem is olyan egyszerű, de szerencsére a kereskedelem erre is kitalált ezt-azt. A különleges dizájntól, az exkluzív kivitelén keresztül a limitált szériáig számos megoldás szolgálja az egyediség illúzióját, ami sokszor igen sokat megér a fogyasztónak.



A KARÁCSONY

Sokat nincs mit magyarázni a karácsony kereskedelmi jelentőségén. Nemcsak az a jó benne, hogy ilyenkor megnyílnak a pénztárcák, de ez a szezon még olyan termékekre is képes keresletet generálni, amelyek amúgy szinte eladhatatlanok. A karácsony annyira jól működik, hogy a kereskedelem bevezetett belőle még egyet, Black Friday néven.

#8

#9

A VÁGY

Előfordul, hogy azért vásárolunk meg valamit, mert amit megveszünk, az kifejez valamit. Bár ezt legtöbbször tagadjuk még magunk előtt is, a konzumerizmus szimbolizmus létezik. Mivel azonban a dolognak kissé negatív felhangja is van, a kereskedelem megalkotta nekünk az érzelmetársítást is. A mítosz pedig, amit láttatnak velünk, eladja a terméket.



EGY KIS EROTIKA

Aki először ezt a képet nézte meg a cikk olvasása során, annak nem kell sokat magyarázni, hogy mire jó egy kis erotika. De aki végigolvasta a szöveget, az is elhiheti, hogy egy kis erotikus díszlet mindig működik. Nehéz elképzelni például, hogy üres üzleteket eredményezne, ha egy kereskedő meghirdetné a szép lányok hetét. És nemcsak figyelemfelhívó, de meglepően gyakran vásárlásösztönző is a dolog. Persze a pikáns és a közönséges közti határt jól kell belőni.

#10



A vásárló tudása

A kereskedelem hajlamos igen végletesen gondolkodni a vásárlók ismereteit illetően. Van, hogy abból indul ki, hogy a vásárló mindent tud, máskor pedig azt feltételezi, hogy az áron kívül semmi sem érdekli. Pedig nyilván a túlságosan alapos tájékoztatás és a semmitmondó termékismertetés sem a legjobb megoldás. A következőkben azt igyekezünk összegyűjteni, hogy az egyes technikai jellemzők kapcsán milyen információk tarthatnak érdeklődésre számot.

A vásárlók tájékozottsága igen eltérő, szinte személyenként más és más, így nagyon nehéz az informáltság általános vagy átlagos szintjét meghatározni. Ennek ellenére van néhány szempont, ami jó támpont lehet a tekintetben, hogy az adott vásárló milyen ismeretekkel rendelkezik a megvásárolni kívánt termék kapcsán. Az ár például nem ilyen, attól, hogy valaki olcsó készüléket keres, nem biztos, hogy nem érdekli a termék tudása, és fordítva is igaz, azért, mert nagy összeget szán egy termékre, még nem biztos, hogy képben van annak előnyeit illetően. Relevánsabb a termék életciklusának aktuális státusza. Egy újdonság iránt érdeklődő valószínű, hogy több információval rendelkezik egy készülékről, mint az, aki egy kifutóban lévő modell iránt érdeklődik. Sokat mond az is, hogy adott terméket milyen gyakran cserélnék az emberek. Minél ritkábban váltanak fel egy régi modellt újra, annál valószínűbb, hogy a vevő a korábbi évek fejlesztéseit nem ismeri,

hiszen nem is használta korábban. Persze vannak olyan termékkörök is, mint például az okostelefonok, ahol ez nem állja meg a helyét. Számít az is, hogy adott termékkörrel kapcsolatban milyen mélységű információk mennyire könnyen érhetők el. Míg egy IT-termék kapcsán nem kell sokat keresgélni egy-egy paraméter meghatározását, addig egy háztartási gépnél sokszor komoly energiabefektetést igényel az információszerzés. A harmadik fontos szempont pedig az, hogy attól, hogy valaki tudja, hogy egy jellemző mit jelent és el tudja dönteni, hogy két mutató közül melyik a jobb, még nem biztos, hogy azal is tisztában van, hogy neki mire van szüksége adott jellemző kapcsán. A következőkben néhány fontosabb aspektust szedtünk össze ezzel kapcsolatban. Persze ezek csak rövid összefoglalók, és lehetne részletesebben kifejteni, illetve számos egyéb szempontot is meg lehetne említeni, de a tájékoztatáshoz kiindulási pontnak mindenképpen hasznos.

A mutató intervalluma

Gyakran egy mutató kapcsán csak az adott értéket szokták kommunikálni, 16 GB, 230 liter, „A” energiasztály, és sorolhatnánk. Általában a több a jobb alapon mindenki sorba tudja állítani a kínálatot ezen jellemző szerint, sőt az aktuális készülékéhez viszonyítva még azt is el tudja dönteni, hogy a készülék jobbe, mint a mostani ebben a vonatkozásban. Pedig nagyon hasznos lehet, ha elmondjuk, hogy mi a sok és mi a kevés, vagyis hogy egy paraméter nagyságrendileg honnan indul és mi az elérhető maximum. Így például sokkal többet mond egy zajsztint vagy egy videokártya kapacitása. Az is sokat segít, ha viszonyítási alapot teremtünk ezekhez, és azt mondjuk, hogy egy hűtő esetében személyenként 50-60 liter kapacitással kalkulálva nem nagyon lőhetünk mellé, vagy hogy egy full HD mozifilm nagyságrendileg 20-50 GB helyet foglal a merevlemezen.

Termékelőnyök

Számos olyan jellemző van, amit sokszor a létezésével magyaráznak, ilyen az inverteres motor, a No Frost technológia és az integrált videokártya. Bizonyos esetekben ez annak, aki ért hozzá, mond is valamit, illetve olykor beszédes maga az elnevezés is. Ennek ellenére azért érdemes azt is elmondani, hogy az adott megoldás milyen célt szolgál, illetve milyen valós felhasználói előny származik belőle. Például hogy a pirolitikus tisztításnál nem kell a sütő belsejét súrolni, mert a készülék leégési és szennyeződéseket.

Fantázianév vagy funkció

Egy-egy funkcióra a gyártók különböző fantázianeveket használnak annak érdekében, hogy megkülönböztessék magukat. Ebből eredően egy-egy opciónak rengeteg neve lehet, és vásárló legyen a talpán, aki képes ezeket mind megjegyezni. Nagy segítség ezért, ha általános vagy gyűjtő elnevezéseket használunk, és ezen belül sorolunk fel néhány márkaspecifikus megnevezést. Például a hidrolízis elvén működő sütőtisztítási rendszer az Aqua Clean, a Hydro Clean vagy az Aqua Smart is.



Univerzális borhűtő

- A Vinidor sorozat borhűtői akár három hőmérsékleti zónával is rendelkeznek
- A hőmérsékleti zónák egymástól függetlenül szabályozhatók +5 °C és +20 °C között
- Ideális tárolási körülmények a vörös- és fehérborok, valamint pezsgők tárolására és felszolgálására

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 | Cremonesi | Dyson



wine.liebherr.com



socialmedia.home.liebherr.com

LIEBHERR

Minőség, Dizájn és Innováció



Clatronic Do 3627

Akár a nagyobb kutya- vagy macskakonzervek is automatikusan nyithatók a Clatronic konzervnyitójával, mivel még 19 cm magas konzervekkel is kompatibilis a modell. A mágneses rendszer miatt a folyamat magától történik, csupán el kell indítani a nyitást. A többfunkciós készülék alkalmas még késélezésre és különböző üvegek felbontására is.



Kenwood CO600

A Kenwood elektromos konzervnyitója teljesen automata módon 1,2 kilogrammig megbirkózik bármilyen alakú és méretű pléhdobozokkal. Ugyanakkor a multifunkcionalitás jegyében késköszőrűvel és beépített üvegnyitóval is rendelkezik, így egy igazán sokoldalú készülékről beszélhetünk. Az éles penge tisztításkor kivethető, a csúszásgátló alátét pedig stabilitást nyújt a konzervnyitónak a munkafelületen.

Kincs, ami nincs

A konyhai kiegészítők piacán egészen sajátos helyet foglal el az elektromos konzervnyitó. Míg a termékcsalád a 80-as évek végén valamiért a jólét és a trendiség szimbóluma volt, addig mára, némi túlzással, megszűnt létezni. A nagyobb gyártók közül szinte senki nem foglalkozik a termék kategóriával, de még a no name brandek is elkerülik. A valamikori „dicsőséges napok” oka lehetett a Vissza a jövőbe című film, aminek a nyitójelenetében a kutyakonzerv magától nyílik ki, és ha emlékszik rá valaki, akkor ez baromi jól mutatott a filmvásznon. Persze a termékcsaládnak az élelmiszeripar változásai sem kedveztek, a valamikori konzerves élelmiszerek, mint a bab, kukorica stb., ma már zacskós formában is elérhetők, a májkrém és a különböző konzerves készételek pedig pattintásra nyithatók kézzel. A termékcsalád próbált is integrálni különböző funkciókat, mint a késélezés vagy a sörnyitás, hátha ezzel nélkülözhetetlenné tudja tenni magát, de szomorúan be kell vallani, hogy ez nem sikerült.



Sencor SMO 6601

A Sencor konzervnyitójának már a megjelenéséből is sejthető, hogy valójában egy multifunkciós eszkről van szó. A 70 W teljesítményű készülék a konzervnyitás mellett további öt hasznos funkciót is kapott, így blisztervágó, alkalmas PET palackkupak lecsavarására, sörnyitó, lecsavarja a befőttesüveget és gyűrűs konzervfedélnyitó is. A modell hálózatról működik, a vezeték hossza pedig egy méter.



Tristar BO-2102

A Tristar elektromos konzervnyitója több mint egy sima konzervnyitó, bár kétségtelenül kiválóan elboldogul minden méretű konzervvel is. Ezenkívül azonban otthoni késélezőként is funkcionál, sőt alkalmas a sörösüvegek felbontására is. Az 50 watt teljesítményű készülék mágneses fedéltartóval rendelkezik, így a konzervek nyitása automatikusan történik. A feje levehető és tisztítha-



FŐZÉS SZENVEDÉLLEL 1877 ÓTA



FŐZZÖN JÁTSZVA AZ EGYEDÜLÁLLÓ TWIST PAD® FIRE FORGATÓGOMBBAL!

Forgassa el egyetlen mozdulattal a mágneses
tárcsát és máris kezdődhet a főzés!

www.neff.hu

A NEFF Collection Partnereket keresse honlapunkon.
A BSH Home Appliances Group a NEFF márka termékeinek
gyártója és forgalmazója.



FÉL ÉVSZÁZADOS TAPASZTALAT



50 év és negyven ország. Beszédesek a számok, ahogy a Momert márkanév is az. A teljesen hazai tulajdonban lévő gyártó elmúlt öt évtizedéről és jelenéről beszélgettünk Baritsa Tamás kereskedelmi igazgatóval, de természetesen sok egyéb mellett a jövőt illető tervek is szóba kerültek.

Idén ünnepli, ötven éves, jubileumi évfordulóját a Momert, mesélne egy kicsit a cég történetének fontosabb állomásairól?

Nagyon büszkék vagyunk rá, hogy teljesen magyar tulajdonú cégeként már 1967 óta jelen vagyunk a hazai és külföldi háztartási elektronikai piacon. Az eltelt ötven évben hosszú utat tett meg a Momert. Az öt évtized alatt sokféle termék készült gyártósorainkon, a mechanikus ébresztő óráktól a floppy meghajtókon át az évi több millió darab személymérlegig. A cég jelenleg több mint 240 embernek ad munkát, és 12.000 négyzetméteren folyik a gyártás. A hosszú évek alatt összegyűjtött tapasztalatok, a tágas gyártócsarnokok, és a megfelelő géppark segítségével számos gyártási feladatot tudunk elvégezni, melynek eredményével a márka vásárlói is elégedettek.

Mit gondol, mi a Momert sikerének a titka?

Szerintem a sikernek nem egy titka van, hanem ezer. Így van ez a Momertnél is. Az, hogy egy vállalat 50 éven keresztül képes legyen fennmaradni, már önmagában is óriási. A legfontosabb szerintem az innováció, ami képes volt átlendíteni a nehéz időkben is a céget. Már a kezdetektől olyan termékeket gyártunk, amire a piacnak valós igénye van. A Momert márka mára már összeolvadt a

megfizethető, de mégis minőségi termékek imázsával.

Készülnek esetleg ünnepséggel a jeles évforduló alkalmából?

Igen, természetesen szeretnénk méltóképpen megünnepelni a Momert ötvenedik születésnapját. Az időpont még nem végleges, de valamikor a nyáron fogunk tartani egy rendezvényt, ahol a kiemelt partnereinket szeretnénk vendégül látni egy cégbemutatóval összekötött ünnepségre.

Jelenleg mik a márka fő irányvonalai?

Portfóliónk három fő egységre tagolódik, kisháztartási gépekre, egészségmegőrzésre és a bébi gondoskodásra. Mindhárom szegmensben erős a piaci jelenlétük és folyamatos fejlesztéseinknek köszönhetően időről-időre új termékekkel is jelentkezünk, lépést tartva a piaci kihívásokkal. A Momert a mai napig talán a mérlegeiről a legismertebb, de azon vagyunk, hogy a többi termékcsaládunk is minél jobban beleivódjon a fogyasztók perspektívájába, legyen szó egy digitális hőmérőről, kenyérpíritóról, infralámpáról vagy éppen egy kávéfőzőről.

Magyar gyártóként jelentős export tevékenységet is folytatnak, hol ismerik jelenleg a világon a Momert márkanévet?

Több, mint 40 országban folytatunk export tevékenységet, amire nagyon büszkék is vagyunk. A legfőbb piacunk Európa, ezen belül is kiemelném Németországot, Olaszországot, Lengyelországot, és Romániát, de szállítunk Oroszországba és Ukrajnába is. Az Amerikai Egyesült Államokban és Kínában is ismerik a Momertet, ezen kívül pedig jelen vagyunk Afrika számos országában továbbá most indulunk a dubai, indiai, pakisztáni piacokon.

Mennyiben más egy afrikai vagy ázsiai piac az európaiatól?

Ez azért érdekes, mert, ha pár évvel korábban teszi fel a kérdést, akkor azt válaszoltam volna, hogy nagyban. Mára azonban mind az afrikai, mind az ázsiai piac felzárkózott az európaihoz. Érttem ezalatt azt, hogy, míg korábban elsősorban az olcsó készülékeket keresték a szegmensben, addigra már ott is a modernebb, high-tech technológiák kerültek előtérbe. Ugyanúgy keresik a vásárlók a bluetooth, Wi-Fi kompatibilis háztartási gépeket, a nyomtatóra köthető mérlegeket és a hasonló innovációkat, mint Európában és nem utolsósorban a minőségre is egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek.

Említette a kávéfőzőket, mik jelenleg a vásárlói elvárások, mivel tud versenyezni a szegmensben a Momert a konkurens márkákkal szemben?

A legnagyobb előnyünk a hazai gyártásban rejlik, míg a versenytársak a termékeknek a 80-90 százalékát Távol-Keleten gyártják, addig a Capriccio kávéfőzőt itthon készítjük. A vásárlók azonban egyre jobban adnak az európai minőségre, amiért hajlandóak magasabb árat is fizetni. Másrészt folyamatosan változnak a szabványok, ezekre a változásokra európai gyártóként sokkal gyorsabban tudunk reagálni, mint ha mi is Ázsiában készítenénk a termékeinket. Emellett folyamatosan fejlesztünk, és dizájn tekintetében is igyekszünk mindig újat hozni, hogy ezzel is növeljük piaci elbárárságunkat.

Ha Momert, akkor nem lehet nem beszélni a mérlegekről, vannak újdonságaik, hogyan látja a jelenlegi hazai piacot?

Az utóbbi években telítődött a piac, és élesedett az árverseny. A kiskereskedelmi láncok kínálatában is megjelentek a sajátmárkás személy és konyhamérlegek, továbbá sok új szereplő is megjelent ebben a szegmensben. Ez a tendencia maga után vonzotta az árak csökkenését. A márkák választékában megjelentek a high-tech technológiával rendelkező termékek, melyek képesek Wi-Fi vagy bluetooth kapcsolatra. Ebben az irányban egyébként a jövőben mi is tervezünk fejlesztéseket. Ugyanakkor azt látjuk, hogy a vevők vissza-visszatérnek a

régi jól bevált irányzatokhoz, azaz visszatér a retró vonulat, ebből a megfontolásból fejlesztettük a 200 kilogrammos méréshatárú mechanikus szobamérlegünket, ami nagy sikert aratott itthon is.

A baba-mama piac jelenleg nagyon telített, itt milyen termékekkel vannak jelen és hogyan próbálnak érvényesülni?

Valóban, az elmúlt években egyre több gyártó képviselteti magát a szegmensben a hazai piacon. Van egy-két márka, amelyek kifejezetten erre az iparágra fókuszálnak és sokan mások, mint mi is, akiknek több más egyéb mellett, a baba termékek is jelen vannak a portfóliójukban. A Momert mindenekelőtt a kiváló ár-érték arányú készülékeivel képviselteti magát és próbál a konkurencia fölé helyezkedni. Mint specialista, természetesen itt is jelen vagyunk mérlegeinkkel, de kínálatunkban megtalálható többek között di-

„A cég jelenleg több mint 240 embernek ad munkát, és 12.000 négyzetméteren folyik a gyártás.”



Baritsa Tamás



Dyras DSFC-780

Minden konyha enteriőrjébe remekül passzol a Dyras konyhai mérlege, köszönhetően a letisztult dizájnnak. A szenzoros érzékelőknek lehetővé teszik, hogy 1 grammos pontossággal képes mérni a modellt, aminek a maximuma 5 kilogramm. Funkciói között szerepel a túlterhelés kijelzése és az automatikus kikapcsolás is. A mért adatok a nagy méretű LCD-kijelzőn olvashatók le, ahol továbbá az elem töltöttségi szintje is látható.



Hauser DKS-1051

A gyártó konyhai mérlege a kiváló ár-érték arány mellett kínál segítséget a konyhában. Dizájn tekintetében a fehér felületnek a nagy méretű LCD-kijelzővel történő összepárosítása remek választásnak bizonyult, főleg ha szeretjük a minimál stílust. A tudást illetően is hozza a készülék, amit egy mérlegnek tudnia kell. Extrái között olyan megoldások érhetők el, mint az alacsony elemfeszültség vagy a túlterheltség kijelzése, illetőleg az automatikus kikapcsolás. Átlagos 1 grammos pontossággal 3 kilogramm-ig mér.



Momert 6848

A gyönyörű formavilággal megtervezett konyhamérleg igazi különlegesség a piacon, mivel nem 5, hanem egészen 15 kilogrammig képes mérni az élelmiszerek súlyát, mindezt pedig 1 grammos pontossággal. A méréseket tára funkció is segíti, további hasznos funkciói között pedig elérhető az automata bekapcsolás és kikapcsolás, valamint a túlterhelés jelzése. A mért adatok leolvasása a nagy méretű LCD-kijelzőn lehetséges.



ETA Dori 6778 90000

Kialakításának hála nemcsak szilárd összetevők mérhetők az ETA mérlegével, de lehetőség van víz, tej vagy egyéb folyadék térfogatának a mérésére is. A maximálisan 5 kg kapacitású készülék a profi szenzoroknak köszönhetően 1 grammos pontossággal mér, az adatok összeadását pedig a tára funkció segíti. A kijelző mutatja, ha merülőben van az elem, illetőleg a túlterhelést is jelzi, a stabilitásról pedig a csúszásmentes lábak gondoskodnak.



Gorenje KT05BK

Elegáns fekete színével bármilyen konyha enteriőrjébe remekül illeszkedik a Gorenje konyhai mérlege, amely 1 grammos pontossággal képes megmérni a különböző összetevők súlyát. Az edzett üveg könnyedén tisztítható és ellenáll a különböző kisebb fizikai behatásoknak is. Több mérés esetén a számolást a tárazás funkció segíti, mérés végén pedig automatikusan kikapcsol az ultrakeskeny készülék.

Momert 6852



Öt pontból ötöt érdemel dizájn tekintetében a Momert konyhai mérlege, amely virágos magyar motívumaival minden konyha díszé lehet. Ráadásul az üvegfelület nemcsak szép, de egyetlen mozdulattal tisztítható is. Az 5 kilogrammos méréshatárig dolgozó mérleg 1 grammos pontossággal képes megállapítani a különböző élelmiszerek súlyát, a számolást pedig a tara funkció segíti. Túlterhelés esetén jelzést is küld az intelligens készülék.

Mérés és kalkulálás

Bátran mondhatjuk, hogy a konyhai mérlegek is a digitális korszak fejlődésével kezdetek el látványosan fejlődni. Korábban analóg beállításokkal mérték a súlyt, de amióta digitális változatban is léteznek, ennél már jóval többre képesek. Először talán a tározó funkció jelent meg a termékcslád életében, megkönnyítve ezzel a sütő-főző háziasszonyok életét. Majd nagy ugrásként említhetjük, amikor már nemcsak az adott élelmiszer tömegét voltak képesek mérni, de annak belső szerkezetét is, bár pontosabb, ha a „kiszámolni” szót használjuk. Ennek jegyében ma már képesek kalkulálni a fehérje, a zsír, a szénhidrát és egyebek mennyiségét is, ami egészségtudatos életünkben még inkább kedvelté teszi a termékcsládot. Nem véletlen nagyszámú szereplő és termék a boltok polcain.

Xavax 113956



Az elegáns bambuszborítás és a kék színű, nagy méretű digitális kijelző kettőse egy igazán tetszetős mérleget eredményezett. A négy szenzoros vezérlés nagyon pontos mérést eredményez, így a készülő sütemények finomsága tényleg csak azon múlhat, hogy mennyire szerelmes a szakácsnő. A praktikus automatikus kikapcsolás mellett további funkciói között szerepel az elemkapacitás-kijelzés, illetve a túlterhelés-kijelzés is.

Xavax 106993

Nemcsak esztétikus, de kiváló minőségű is a biztonsági üvegfelület, ráadásul mérés után levehető és rendkívül könnyen tisztítható. Az nagy méretű LCD-kijelzőről mindenkinek egyszerű leolvasni a mért súlyt, aminek a pontosságáról a négy szenzoros technológia gondoskodik. A praktikus modell a gyöngülő elemet ugyanúgy jelzi, mint a mérleg túlterhelését. Mérés után a készülék 60 másodperccel automatikusan kikapcsol.

Sencor SKS 6000



Öt kilogrammig mér a Sencor konyhai mérlege, amely az innováció jegyében nemcsak súlyt, de kalóriát, nátriumot, fehérjét, zsírt és szénhidrátot is számol, így az egészségtudatosan főzők biztosan megtalálják benne a számításukat. Az intelligens készülék képes 99 mért étel memorizálására és tápértékük összegzésére is. A méréseket tara funkció segíti és 4 precíziós érzékelő gondoskodik az 1 grammos mérési pontosságról.

Soehnle Food Control Easy 66130



A mérlegeiről ismert Soehnle ezúttal sem a belépő kategóriában indítja a készüléket, lévén abba 950-féle étel zsír-, fehérje-, szénhidrát-, koleszterin-, kalcium- és energiatartalma van beprogramozva. A mért élelmiszer súlyából így képes ezek mennyiségét kikombinálni, hogy az egészségtudatosan főzők is megtalálhassák benne a számításait. A modell öt kilogrammig mér 1 grammos pontossággal.





GRILLPARTI

Az utóbbi évek gasztronómiai trendjeiben vitathatatlanul meghatározó szerepet játszik az egészségközpontú és gourmet konyha, de amolyan csendes eminenciásként a grillezés is egyre népszerűbb része a kulináris élvezeteknek. Az autentikus kerti grillezőeszközök mellett pedig egyre nagyobb az érdeklődés a kompakt változatok iránt is, amelyekhez még kert sem kell.

Az asztali vagy kontakt grillek iránti kereslet élénkülése a kínálati oldalon is érezteti hatását, hiszen mostanság már tucatnyi márka kínál ilyen eszközöket, a választék pedig eléri a százas nagyságrendet is. Ezek a készülékek azonban sem felépítésükben, műszaki megoldásaikban, sem funkcionalitásukban nem különösebben bonyolultak. Ezért úgy tűnik, hogy a kínálat elemeit főként a minőség és a dizájn különbözteti meg egymástól. Ez nyilván igaz is, de a viszonylagos egyszerűségük ellenére a termékjellemzők tekintetében is lehetnek eltérések, amelyek gyakorlati előnyökben is tettet öltenek, és amelyek így befolyásolhatják a vásárlók döntését. Noha ezek a tulajdonságok a használat során kézenfekvővé válnak, nem biztos, hogy már a vásárlás során is felmerülnek.

Kivitel

Alapvetően két változat létezik, a nyitott és a kontakt grill. Utóbbi változat több felhasználási lehetőséget nyújt, mivel az egymásra hajtható sütőfelületek révén egyszerre lehet vele az étel mindkét oldalát grillezni. Nemcsak azért hasznos ez az opció, mert így például grillszendvicset is lehet készíteni, hanem mert az ételek gyorsabban el is készülnek, ha mindkét oldaluk egyszerre sül.

Sütőfelület

E tekintetben két jellemzőre érdemes odafigyelni. Az egyik a sütőfelület mérete. Noha lehet, hogy a vásárláskor még nem tűnik úgy, hogy néhány centiméter különbség miatt megéri többet fizetni, a grill-sütő mellett állva viszont már nem lehet, hogy hiányozni fog az a néhány centi, amin elférne még egy szelet hús vagy egy darab zöldség. A méret mellett fontos lehet a sütőfelület bevonata is. A tapadásmentes bevo-

nat nemcsak a használhatóság miatt hasznos, de azért is, mert általa a sütés kevesebb zsiradékot is igényel. A felület vonatkozásában hasznos lehet, ha egyaránt van sima és bordázott felülete is a készüléknek, hiszen ez is bővíti a lehetőségeket. Kontakt grillek esetében pedig az sem árt, ha a felső lap magassága állítható.

Hőmérséklet-szabályozás

A fokozatok száma és a hőfokbeállítás pontossága hatással lehet a végeredményre és a sütés hosszára is.

Stabilitás

Ezek a készülékek mobilisak, nem rögzítettek, ez ugyan előny, viszont ezáltal fokozottabban veszélyesek is. Az égési balesetek elkerülésének érdekében minimális elvárás, hogy a grillező stabil legyen, illetve hogy a készülék fogantyúi ne vezessék a hőt.



Tisztítás

Mint minden háztartási eszköz esetében, a grillsütőknél is fontos szempont lehet a tisztíthatóság. E tekintetben jól jön, ha a grill-lapokat egyszerűen ki lehet venni a készülékből és mosogatógépben moshatók. Sok fáradságtól kímélheti meg a felhasználót az is, ha a sütő rendelkezik valamilyen zsírelvezető megoldással is.



Háztartási kisgépek

Csecsemőgondoskodás, Egészségmegőrzés



Bosch TFB3302V



Tetszés szerint, háromféle grillezési pozíciót is kínál a Bosch készüléke, ezzel egyrészt lehetőség van nagy felületen, egyszerre többféle ételt grillezni, másrészt összecukott állapotban akár szendvicsek vagy hamburger is készíthető vele. A különböző élelmiszerekhez igazítva – hal, hús, zöldségek – állítható a grillező hőmérséklete, így nem kell félni tőle, hogy valami túl lassan készülne el, vagy esetleg odaégne.

De'Longhi CGH900



Összecukható kialakításánál fogva, a húсок és a zöldségek grillezése mellett kiváló hamburgerek és szendvicsek is készíthetőek a De'Longhi asztali grillezőjével. A nagy felület miatt egyszerre több dolog is készíthető vele, a kiváló teljesítmény miatt pedig az elkészítési idő is rövid, legyen az hal, hús, kolbász vagy bármilyen egyéb étel. A sütőlapok akár mosogatógépben is moshatók, így a tisztítása sem macerás.

Catler GR 8050



Profi megoldást kínál a grillezésre a Catler modellje, amely, akár csak a „nagyok”, beépített hőmérsékletszondát kapott, hogy mindig a tökéletes állapotban kerüljön ki a sütőből a hús. A hőmérséklete 160 és 230 °C között szabályozható, amit a nagy méretű kijelző is mutat, köszönhetően a hőszondának, de az egyéb sütési módok is itt tekinthetők meg. A szonda menüje 5 beállítási lehetőséget kínál marha, bárány, sertés, csirke és hal számára, és itt szabályozható a sütés is, a vérestől a teljesen átsültig.

De'Longhi BG 500



Húсок, zöldségek számára egyaránt remek lehetőséget kínál a De'Longhi asztali grillezője, amelyen 40 x 30 centiméteres felületénél fogva egyszerre több étel is készíthető. A barázdált felület ínycsiklandozó húсокat készít, a tapadásmentes bevonat pedig a későbbi tisztítást is megkönnyíti. Ráadásul a termosztát levehető, a sütőlap és az olajgyűjtő pedig mosogatógépben is mosható. A lap a profi fűtőelemnek köszönhetően gyorsan és egyenletesen melegszik.

Gorenje GG1200E



A Gorenje kontakt grilleje három szinten kínál sütést, így egyszerre nagyobb mennyiségű és többféle étel is készíthető rajta. Mivel a hőmérséklet három fokozaton szabályozható, így külön be lehet állítani a húсок, zöldségek vagy halak számára az ideálisat, amit egyébként a kijelző is mutat. A döntött folyadékkelevezető nyílásnak és az olajtálcsának köszönhetően mindig egészségesek lesznek a sülték, valamint a készülék későbbi tisztítása is könnyű lesz.

Hauser CG-202

Gyorsan és hatékonyan kínálja grillételek készítését a Hauser sütője. Legyen szó húsról, halról vagy zöldségről, gyorsan a tányérra kerül az étel a jó teljesítmény miatt. Mivel a kialakítása összecukható, így akár hamburgerek vagy szendvicsek is gyorsan készíthetők vele, az egyenletes hőeloszlás miatt pedig, adott esetben, a sajt is egyenletesen fog ráolvadni az ételekre. A grill-lapok tapadásmentesek, így tisztításuk sem lesz macerás.



Philips HD4419/20



A Philips konyhai grillezője egyszerű, gyors és hatékony ételkészítést kínál a húsok, halak, zöldségek és egyebek számára. A nagy felülete miatt egyszerre több személy részére vagy egyszerre többféle étel is készíthető rajta. A sütőrész egyik fele bordázott, míg a másik lapos, amin akár tojás is süthető, mivel a felület anyaga teljesen tapadásmentes. A hőmérséklet több szinten is szabályozható, hogy minden élelmiszer megkaphassa a számára ideálisat.

Russell Hobbs 22160-56



Az inox szín és a kék megvilágítású gombok kettőse egy igazán impozáns készüléket alkotott, amely kiválóan alkalmas akár nagyobb mennyiségű étel otthoni grillezésére is. Mivel a modell összecusukható, így nemcsak húsok, halak, zöldségek és egyebek készíthetők vele, de remek hamburgereket és szendvicseket is lehet készíteni. A felülről érkező egyenletes hőelosztásnak köszönhetően pedig a sajtok is hamar ráolvadnak az ételre.

Grillezés a konyhában

A kerti partik korát éljük, kivéve sajnos télen és rossz időben. Erre kínálnak megoldást a konyhai vagy kontakt grillek. Azt, hogy mennyire is népszerű a grillezés, jól mutatja, hogy hatalmas piaca van a hálózatról működő terméksaládnak is a szabad-téri társaik mellett. Egyrészt a márkakínálat meglehetősen nagy, másrészt a belépő szinttől a profi készülékekig is nagy a választék. Alapvetően kétféle kategória létezik: az összecusukható és a lap, valamint ezek keveréke, amikor többféle pozícióban lehet grillezni, vagyis úgy is, hogy félig nyitva van a grillező. Az állítható hőfokszabályozástól a hússzondáig sok minden elérhető a hazai polcokon is, ahol a nagy gyártók mellett a no name termékekből sincsen hiány. Mint a legtöbb piacon, itt is érvényes, hogy nem biztos, hogy az olcsóbb megoldás a kifizetődőbb, már csak azért is, mert a grillezés, akár a többi ételkészítési mód is, valahol művészet.

Tefal GC6000



Nyitva, félig csukva és teljesen összezárva is lehet grillezni a Tefal készülékével, amely így kiszélesíti a grillezés lehetőségeit, sőt teljesen összezárva kiváló hamburgerek vagy szendvicsek is készíthetők vele. Ha teljesen nyitva van, akkor a megnövelt grillezőfelület lehetővé teszi, hogy egyszerre több ember számára is süljenek rajta a finomságok. A bordázott kialakítás pedig a kinti, rácson való grillezés élményét nyújtja.



Zelmer ZGE1000X

Nagy grillezőfelületet kapott a Zelmer modellje, így akár egyszerre több ember számára és többféle ételt is lehet otthon grillezni. A felület egyik része barázdált a grillhúsok számára, míg a másik lapos, ami a hagyományosabb sütés számára kínál lehetőséget. Mivel a sütési hőmérséklet öt szinten szabályozható, így külön lehet pozicionálni a húsok, a halak, a zöldségek vagy éppen a kolbászek számára. Az alkatrészei mosogatógépben is mosható, hogy ne legyen gond a tisztítása sem.

Sencor SBG 107WH



A könnyű és így könnyen hordozható elektromos grill tapadásmentes felületével, olaj hozzáadása nélkül kínálja a különböző ételek grillezési lehetőségét. A felülete bordázott és sima részre tagolódik, vagyis tetszés szerint lehet választani, a hőmérséklete 100 és 220 °C között szabályozható, tehát a halak, húsok, zöldségek is megtalálják a számukra ideális grillező-hőmérsékletet. A felülete karcálló és nagyon könnyen tisztítható.

Tristar RA 2946



Igazán egyedi megoldást kínál a grillezésre a Tristar modellje, lévén egyszerre lehet kövön, bordázott és sima felületen is sütni rajta. Legnagyobb érdekessége pedig a nyolc serpenyőcske, amelyen kis adag ételek süthetők, egyszerre nyolcféle élelmiszer, hal, hús, zöldségek stb. grillezhetők így vele, a serpenyők kis mérete végett leginkább kóstolásra. Sajnos a hőmérséklete nem szabályozható, csak egy ki- és bekapcsológomb található rajta.



PRIMADONNA ELITE

**Egyedi.
Mint az Ön ízlése.**



Better Everyday

BŐVÜLŐ PIAC



Hogyan változtak az elmúlt évben az online vásárlási szokások, mennyire nőtt a fogyasztók bizalma? Mi a legfontosabb az e-kereskedelemben, merre tart a hazai piac? Többek között ezekről és még sok minden másról beszélgettünk Várkonyi Balázssal, az Extreme Digital ügyvezető igazgatójával.

Az Extreme Digital 2001 óta van jelen a hazai online műszaki kereskedelemben, az első szereplők egyike, azóta ez a piac hatalmasat bővült, hogyan próbálnak válaszolni a kihívásokra és megőrizni vezető pozíciójukat?

Az indulásunk óta eltelt 16 évben sokszorosára bővült a termékínálatunk: sokan még mindig elsősorban elektronikai áruházként tekintenek az Extreme Digitalra, pedig egy sor egyéb terméket, például kerti szerszámokat, barkácseszközöket, illetve például pelenkát is árusítunk. A vezető pozíción megőrzéséhez jelentősen hozzájárult a hibrid üzleti modellünk, vagyis az, hogy nemcsak online lehet rendelni tőlünk, hanem az üzleteinket is felkereshetik a vásárlók, akár csak átvétel és fizetés céljából. A vezető szerep fenntartásában fontos lépés volt az ingyenes kiszállítás-szolgáltatás bevezetése: akár mosógépet, akár csak mondjuk egy telefontokat rendelnek tőlünk, az oldalon szereplő árért a vásárló otthonába, munkahelyére vagy átvételepontra szállítjuk a terméket díjmentesen.

Mennyire és miért fontos Ön szerint, hogy egy alapjaiban online kereskedelmi csatorna offline boltokkal is jelen legyen a piacon?

Úgy vélem, hogy nagyon, a magyar vásárlók jelentős része ugyanis még nem bízik meg teljesen az internetes vásárlásban. Az is előfordul, hogy valaki gyakran rendel online, ám egy-egy bizonyos termékeket szeretne átvétel előtt megvizsgálni, kipróbálni, erre pedig csak akkor van lehetősége, ha a kereskedőnek van hagyományos

üzlete is. Az Extreme Digital esetében a vásárlások 95%-a érkezik az Edigital.hu honlapról, ám a megrendelt termékek felét személyesen veszik át a vásárlók.

Jelenleg hány offline üzletük van Magyarországon, a következő évekre terveznek a téren növekedést?

Magyarországon összesen 15 szaküzletben várjuk a vásárlókat, hamarosan újabb két üzletet fogunk nyitni, egyiket a Kika egyik áruházában. A Kikával 2015 óta működünk együtt, ekkor társult be az Extreme Digitalba a bútoráruházláncot birtokló Steinhoff International vállalatcsoport.

Az online értékesítésben mik a legfontosabb szempontok, amelyek alapján a vásárló önöket, és nem egy konkurens kereskedést választja?

A kezdő hazai vásárlók közül sokan kizárólag az árukereső oldalakról tájékozódnak, és hajlamosak ott kiválasztani a legolcsóbb kereskedőt. Ám ez az esetek többségében nem kifizetődő, sokszor kiderül ugyanis, hogy például nem teljesen olyan az olcsóbb termék, mint amelyet keresett az érdeklődő (például egy okostelefon kisebb memóriával vagy háttértárral szerelt kiadását kapja meg vagy nincs hozzá jótállás hasonló feltételekkel), vagy a szállítás költsége lesz irreálisan magas, esetleg hetekig kell várni a kiszállításra. Néhány bosszús eset után általában a vásárlók is hajlandók az esetleg kissé magasabb árat kínáló, de megbízhatóan teljesítő kereskedőket választani.

A raktározás és a logisztika mennyire játszik kulcsszerepet egy online hálózat életében?

Napjainkban ez jelenti a legnagyobb kihívást: ahhoz, hogy a legrovidebb határidővel tudjuk szállítani a termékeket (akár aznapra is), fontos, hogy a megrendelés feladásakor ne csupán egy nagykereskedőnél álljon rendelkezésre a termék, hanem a saját raktárban legyen készleten, hogy a lehető leghamarabb útnak indíthassuk. Minden évben külön kihívást jelent a november eleji Black Friday és a karácsonyi vásárlási szezon, amelyre általában a raktárkapacitás és az ott dolgozók létszámának ideiglenes növelésével készülünk.

Jelenleg hogyan áll a klasszikus offline és online értékesítések aránya, a jövőben ön szerint ez mennyiben mozdul el még jobban az online irányába?

2015-ben a tíz legnagyobb hazai e-kereskedő összesen 92 milliárd forintos forgalmat bonyolított le, és 16 százalékkal bővült a forgalma a megelőző évhez képest a GKI Digital elemzése szerint. Az Extreme Digital ugyanebben az időszakban 60 százalékkal növelte az online forgalmát, így tarthatta meg vezető szerepét. Biztos vagyok benne, hogy a magyar e-kereskedelmi piacon is van helye a további bővülésnek: például itthon a műszaki cikkek nagyjából 30 százalékat értékesítik online, míg például a cseh piacon ez az arány már több mint 50 százalék, tehát minden második elektronikai eszközt már az interneten vásárolnak meg.

Tizenhat éve vannak jelen a piacon, ez alatt az idő alatt mennyiben változtak az online vásárlási szokások?

Azóta jelentősen kibővült a rendelhető termékek köre, például pelenkából meglepően sokat adunk el, mivel bár könnyű, a csomagok méretei miatt tömegközlekedéssel nehézkesen szállítható termékről van szó. Az elmúlt 16 évben sokat fejlődött a piac is, például előírás, hogy a hazai online áruházaknak 14 napos elállási jogot kell biztosítaniuk a vásárlóknak: vagyis ha bárki meggondolja magát, és saját költségén építésben visszajuttatja a terméket, mi is visszaadjuk az árát, nem kérdezzük, hogy miért nincs szüksége rá. Hasonló kötelezettsége a hagyományos üzleteknek nem létezik. Nő a vásárlók bizalma is az online vásárlás iránt: míg korábban még személyes adataikat is vonakodtak megadni, ma egyre többen online ki is fizetik termékeiket. Ez sokkal kényelmesebb, hiszen így azt otthon bárki át tudja venni, vagy az irodai recepciósnál sem kell borítékokat hagyni a pénzzel. A legújabb trend, hogy kialakult egy olyan online vásárlói réteg, amelynek tagjai folyamatosan vadásznak az akciókra, és akár hónapokkal is hajlandóak elodázní a vásárlást, ha cserébe 10-30 ezer forinttal olcsóbban vehetnek meg egy okostelefont vagy egy tévét. Az is megfigyelhető, hogy az egyszeri nagy beszerzés helyett akár a napi fogyasztási cikkek is egyre többen az interneten szerzik be.

Mik azok a termékkategóriák, amit még mindig szívesebben néz meg egy vevő a „valóságban” is, mielőtt megvásárolja, és mi az, ami már abszolút rendelésre működik?

A 16 év alatt átértékeltük, hogyan válik egy termékkör internetes terméké. Manapság a műszaki termékek nagy része már komoly netes vásárlói bizalommal bír, az elmúlt években a divatcikkeket, élelmiszereket, táplálékkiegészítőket és sporttermékeket vásárolták egyre többen online.

Jó ideje már külföldön is jelen vannak, mennyiben mások ott a vásárlási szokások? Melyik a kedvenc piacuk, ha lehet ilyet mondani?

Az Extreme Digital Csehországban, Szlovákiában, Romániában, Horvátországban, Szlovéniában és Bulgáriában van jelen, ezek egyébként a magyarhoz hasonló fejlettségű piacok, így a felhasználók szokásai és rutinjai is hasonlóak az itthoniakéhoz – a német vagy brit piacon például sokkal intenzívebb verseny folyik az internetes kereskedők között. Inkább magyar sajátosságot említenék a külföldi piacainkhoz képest: itthon például a tévékészülékek leértékelésekor azt tapasztaljuk, hogy a vásárlók nem a legalacsonyabb árra, hanem a legnagyobb mértékű kedvezményre utaznak. Ha például 120 ezer forintért akartak tévét venni, akkor sokan közülük nem az eredetileg kinézett készüléket viszik haza 100 ezer forintos áron, hanem többet, 150 ezer forintot is hajlandóak költeni egy készülékre, ha az 200 ezer forintra lett leértékelve.



Mire jó a Facebook?

A Facebook jelenleg a világ legnagyobb médiavállalata, ebből következően gyakorlatilag megkerülhetetlennek számít kereskedelmi szempontból. Az azonban egyáltalán nem mindegy, hogy a cégek miként igyekeznek kihasználni a felületben rejlő potenciált, ugyanis az extrém hatékonyságot biztosító megoldások mellett zsákutcák is akadnak a legnagyobb közösségi médium felhasználási lehetőségei között.

Jelenleg körülbelül 1,8 milliárd felhasználója van a világ legnagyobb közösségi oldalának, a Facebooknak. A userek száma pedig még mindig folyamatosan nő. Ezzel párhuzamosan az oldal funkcionalitása is változik, és már nemcsak a közösségi lét platformja, de a hírforrás szerepét is betölti. Egyes felmérések szerint a felhasználók közel kétharmada tekinti már a tájékozódás eszközének a portált. Idehaza ez a szám valamivel alacsonyabb egy 2015-ös kutatás szerint 46 százalék használja információszerezésre az oldalt, vagyis követ úgy is online tartalmat, olvas megosztott híreket, hogy már nem kattint át a híroldalra. Rádásul egyre több időt is töltünk a Facebookon. Az 5 millió magyar felhasználó naponta átlagosan 86 percet facebookozik, az aktív felhasználók 80 százaléka egy napot sem hagy ki az oldal nézegetése nélkül, további 8 százalék pedig maximum heti 1 napot tölt el a közösségi oldal használatával. Egy olyan országban, amely 40 évig rettegett a

megfigyeléstől, kissé furcsa, hogy 5 millió ember önként szolgáltat ki magáról mindent a III/III-as ügynökökénél jóval hatékonyabb adatgyűjtéshez és elemzéshez, merthogy a Facebook szinte mindent tud felhasználoiról, sőt már azokról is egyre többet, akik nincsenek is regisztrálva az oldalon.

MIT TUD A FACEBOOK?

Szinte mindent. Jobban ismer minket, mint gondolnánk, sőt lassan azt is tudja rólunk, amit még mi magunk sem. Képes 83 százalékos pontossággal megmondani, ha rajta vagyunk egy képen, akkor is, ha az arcunk nem vagy nem teljesen látszik. Meg tudja becsülni a fizetésünket, akkor is, ha nem áruljuk el neki, de még azt is meg tudja tipelni, hogy mikor válunk el, vagy mikor születik gyerekünk. A Facebook nemcsak azt tudja rólunk, hogy éppen mit csinálunk, de azt is egyre hatékonyabban meg tudja jósolni, hogy mikor mit fogunk tenni.

Milyen tartalmakat keres a Facebookon?



Mire használja a Facebookot?



HOGYAN KÉPES ERRE?

Nincs ebben különösebb mágia, csak megfigyelés, elemzés, statisztika és valószínűség. Ehhez persze szükség van egy rakás adatra. Ezek egy részét önként megadjuk mi magunk, vagy éppen mások például azzal, hogy egy fotón megjelöl-

Hitelesség

A Facebookon megjelenő tartalmaknak tulajdonított hitelesség igen magas, függetlenül attól, hogy miről van szó. Meglepő, de egy mértékadó hírportálról származó információ közel annyira hiteles a felhasználók szemében, mint egy vicc oldalról érkező poszt. Ennek egyik oka, hogy a megosztások hitelesítik az információkat, nem pedig a forrás. A facebookozók 43 százaléka nem tudja és nem is érdekli, hogy mi az adott információ forrása. Ennek pedig igen komoly következményei lehetnek, nem véletlen, hogy a közösségi oldal által fejlesztett mesterséges intelligencia egyik célja, hogy kiszűrje az álhíreket és ostobaságokat. De hasonló célt szolgál a Google truth rating próbálkozása is, amely megbízhatósági értéket rendel a találati lista elemeihez.

Felhasználók

Idehaza a legintenzívebb felhasználók körében felülreprezentáltak a nők, az alacsonyabb iskolai végzettségűek és a 30 év alattiak, a „Facebook-függők” közül

86%

lefekvés előtt is ránéz a közösségi oldalra.

nek minket, a többit pedig begyűjti az oldal különféle módszerekkel. Van olyanok, amelyeket tagad az oldal, és vannak olyanok is, amelyek publikusak. Így például biztosan tudhatjuk, hogy közel 30 ezer mutatót követ nyomon a Facebook. Az sem titok, hogy adatbrókerektől is vásárol információkat, amelyeket összefésül a saját adataival. A facebookos regisztrációs lehetőségek és a lájkolások révén a böngészési szokásaink nyomon követése is közismert, illetve a mobil eszközökön megadott lokáció-hozzáférés révén a tartózkodási helyünkre vonatkozó információk önkéntes szolgáltatása is nyilvánvaló. De akadnak olyan adatgyűjtési módszerek is, amelyek használatát a közösségi oldal nem ismeri el. Így az csak feltételezés, hogy a Facebook a portál elhagyását követően is figyeli a felhasználókat, és tárolja a böngészési előzményeiket

HASZNÁLJUK A FACEBOOKOT!

Eddigiekből kiderült, hogy a Facebook rengeteg embert elér, ráadásul igen sokat is tud róluk, beleértve fogyasztási, vásárlási szokásaikat is. Hiba lenne hát ezt a tömeget nem megszólítani és nem bombázni testreszabott ajánlatokkal, hogy értékesítési eredményeinket vagy éppen csak márkaismertségünket növeljük. Erre több lehetőség is kínálkozik, de nem mindegyik ugyanolyan hatékony.

LÁJK ÉS MEGOSZTÁS

Az egyik leggyakoribb kereskedelmi aktivitás a Facebookon a saját oldalon történő posztolás. Ennek az eredményességét pedig főként a lájkok és a megosztások számában mérjük. Az kétségtelen, hogy ez a mérés iránti igényt kielégíti, mert valóban egzakt számokat lehet általa produkálni, viszont a hatékonyság tekintetében kevésbé releváns.

A lájkokban és megosztásokban kifejezett Facebook-marketing olyan, mintha egy könyv attól lenne jó, hogy sok benne a betű. A lájkok és megosztások mögött ugyanis sokszor nincs valós elérés. Egyrészt ezek a számok manipulálhatók, léteznek úgynevezett lájkfarmok, ahonnan jó pénzért tulajdonképpen bárki vásárolhat magának mérhető online népszerűséget. Egy izmosabb kedvelésszámot bön g é s z v e

gyakran találhatunk mondjuk Argentínából vagy Pakisztánból érkezett tetszésnyilvánítást is. Ha pedig ezekről el hisszük, hogy valóság, akkor nem igazán értjük az online marketing lényegét. De ha a lájkjaink mind igaziak, akkor sem biztos, hogy célt értek. Kutatások szerint az emberek a közösségi médiában hajlamosak olyan tartalmakat megosztani, amiket valójában nem olvasnak el. Illetve léteznek olyan posztok, amire szinte biztos, hogy ráklikkelnek, de a tartalmat mégsem „fogyasztják” el. Tipikusan ilyen klikkelésvadász megoldások az animált gif-ek, a listák vagy az abszurd kérdések. Az információk eljuttatását gátolja az úgynevezett megerősítési torzítás is. Ennek az a lényege leegyszerűsítve, hogy azokat az információkat szeretjük, amelyekkel egyetértünk. És ha ez nem lenne elég, hát a Facebook is segít szűrni, az oldal 1000 szempontot vesz figyelembe, amikor egy posztról eldönti, hogy bekerül egy adott hírfolyamba vagy sem. Mindez pedig azt jelenti, hogy nagyon kis eséllyel érünk el valakit azok közül, akik nem ragaszkodnak hozzá, hogy elérjük őket. Persze a Földről is sokan gondolják, hogy lapos, így a posztolásról is lehet azt hinni, hogy működik. De azért tegyük fel azt a kérdést, hogy egy elvileg tisztán reklámbevételekből finanszírozott cégnek a fizetett felületei mellett mi érdeke lenne egy hatékony hirdetési platformot is fenntartani nekünk ingyen.

NYEREMÉNYJÁTÉK

Ezzel a módszerrel jelentősen lehet növelni egy adott időszakban sokféle számot, a lájkoktól a megosztásokon keresztül egészen a weboldal-látogatásig. A gond csak az vele, hogy tisztavirág-életű, és így hosszabb távon a hatékonysága erősen megkérdőjelezhető. Sőt rövid távon is. Mert mi is van ténylegesen egy klikkelésszám mögött? Elérés talán, de az üzenet eljuttatása már nem biztos. Ráadásul hatékonyságtól függetlenül a nyereményjátékok akkor működnek igazán, ha a Facebook-infrastruktúrán keresztül zajlanak. Nem véletlen, hogy egy ideje már a Facebook eszközeit nem lehet a nyereményjátékokban felhasználni. Vajon miért?

HASZONTALAN LENNE A FACEBOOK?

Szó sincs róla, csak éppen jól kell használni. A korábban bemutatott tulajdonságai alapján egyértelmű, hogy a Facebook szinte bármilyen szempont szerint, szinte bármilyen mélységig képes a felhasználóit szelektálni, vagyis a lehető leghatékonyabban tud egy célcsoportot behatárolni. Nemcsak ismeri vásárlási szokásainkat, de algoritmusai, adatbázisa révén még meg is tudja jósolni, hogy mikor mit vagyunk hajlandóak megvenni.



Ráadásul minden fejlesztése, minden változtatása azt is célozza, hogy olyan környezetet alakítson ki, amiben a reklámfogyasztási hajlandóság is nő. Így nemcsak megtalálja a valós és látens igényeket hirdetői számára, de azt is eléri, hogy a felhasználót érdekelje az adott hirdetés. Persze ennek ára van. Ha pedig ezt nem akarjuk kifizetni, akkor bohóckodhatunk az ingyenes megoldásokkal, ami azon kívül nem sokat ér, hogy a marketingriportban ki lehet pipálni a social jelenlét rubrikát. De van még egy felhasználási területe a Facebooknak, ami hatékony lehet, no nem értékesítési, inkább márka szempontból.

Ez pedig az ügyfélszolgálat. Bár moderálással mindent meg lehet tisztítani, de mivel a legtöbben már rájöttek, hogy az hitelesség tekintetében nem túl előnyös, gyakorlatilag nincs olyan márkaoldal a közösségi hálón, amin ne lenne negatív komment. Azonban az ebben rejlő lehetőséget még csak kevesen ismerték fel. Az emberek szeretik reklamációra használni a Facebook-oldalakat, mert attól, hogy látható a véleményük, panaszuk, jobban elhiszik, hogy célt érnek vele. Ha pedig ez megfelelően van menedzselve, akkor egy gyors, hatékony eszközt jelent, ami még PR-szempontról is előnyös lehet.

Kommentár nélkül:
A Facebook atyját nemrégiben arról kérdezték, hogy mit szól azokhoz a találgatásokhoz, miszerint indul a következő elnökválasztáson.

1,8 milliárd
felhasználó világszerte



Csúcsformában

A cserélhető objektíves fényképezők előnyeiről

A TAVALYI ÉV VÉGÉN NÉMI BIZAKODÁSRA ADOTT OKOT, HOGY AZ EGY ÉVVEL KORÁBBI IDŐSZAKHOZ KÉPEST 5%-OT TUDOTT BŐVÜLNI A FOTÓSPIAC. JÓ HÍR VOLT EZ A MILC ÉS TÜKÖRREFLEXES GÉPEKET FORGALMAZÓKNAK, MERT A HAGYOMÁNYOS, FIX LENCSÉS, KOMPAKT GÉPEK PIACA TOVÁBB ZSUGORODOTT, AHOGY MEGFIGYELHETŐ EZ AZÓTA, HOGY MEGJELENTEK A KAMERÁS TELEFONOK A PIACON.

A 2008-as válság idején, illetőleg utána, gyakorlatilag eltemették a fotóspiacot, az akkori 50-60%-os piaci csökkenésével ez a szektor volt a legnagyobb vesztese a gazdasági megfeneklésnek, legalábbis ami a műszaki termékeket illeti. Aztán megérkeztek a MILC fényképezőgépek és fény gyúlt az alagút végén. Jellemzően a drágább tükörreflexes, vagy profi gépek felé tolódott el a kereslet, illetőleg a MILC fejlődött meglehetősen látványosan. A dolog érthető, hiszen időközben az okostelefonok is egyre nagyobb teret hódítottak egyre jobb kamerákkal felszerelve, amivel párhuzamosan a kompakt készülékeknek bealkonyult.

Szeretünk fotózni

Egy pszichológus biztosan tudná a miértre is a választ, de tény, hogy szeretünk fotózni, szeretjük megörökíteni a valóságot, ráadásul minél profibb módon. Sőt nem csak megörökíteni szeretjük, de szeretünk kiszakítani belőle egy darabot. Ezt azonban nem tudják az okostelefonok, ehhez ugyanis objektív kell és profi készülék, ami miatt egy darabig biztosan nem kell féltetni a MILC és a tükörreflexes készülékek helyzetét. Úgy tűnik a termékkategória egyre nagyobb népszerűségnek örvend, terjedésük 2009-óta gyakorlatilag megállíthatatlan. Ez az a rendszer, amely igazán egyesíti a kompakt és a tükörreflexes gépek előnyeit úgy, hogy a hátrányok java része nem kerül bele a készülékbe.

A több néha több

Aki fotózik biztosan egyetért vele, hogy a cserélhető objektíves készülékekre költött nagyobb vételárért minőségibb gépet is kapunk, amely a képkészítés lehetőségeinek tárházát nyitja meg előttünk. Túl a rengeteg választható objektíven egyéb kiegészítőkből is számos megoldást kínál a piac, gondolhatunk itt az egyedi külső keresőkre, adapterekre (Wi-Fi, GPS), távvezérlőkre, rendszervakukra, külső mikrofonokra és még hosszan lehetne folytatni a sort. Arról sem szabad megfeledkezni, hogy sok gyártó ide koncentrálja a fejlesztéseit, így ide érkeznek meg elsőként az innovációk. Itt találkozhatunk a legújabb feldolgozórendszerrel vagy szoftverrel, de a legjobb elektronikus keresők, LCD-k, élességállító rendszerek is rendre ebben a szegmensben jelennek meg először.

SELL**ÖTLET**

Canon EOS M10

EZT ISMERI?

A DSLR-ek sebességére és képminőségére vágyik, de könnyen hordozható fényképezőgépet szeretne, mindezt elérhető áron? Eerre a feladatra a Canon EOS M10 lehet a jó választás: a

kompakt kivitelű gépre ugyanis bármilyen EF-M objektívet csatlakoztatni lehet, akár nagylátószögű, akár teleobjektívre van szükség. 18 megapixeles képérzékelője és precíz autofókuszja révén a mindennapok során is remek fotókat készíthetünk vele.

SELL**ÖTLET**

Canon EOS M5

EZT ISMERI?

Az EOS M5 az M10-esnél fejlettebb funkciókat kínál, kezdők helyett amatőr fotósokat célozva: objektívje cserélhető, képérzékelője 24,2 megapixeles, a kép-

feldolgozást DIGIC7 processzor végzi, átnézeti keresője pedig egy nagy méretű OLED-kijelző, a maximális képérzékenység pedig ISO 25600. Full-HD 60 fps-es videórögzítési képessége mellett a bluetoothos és Wi-Fi-s kapcsolódási lehetőségeit is bátran ki lehet használni.

SELL**ÖTLET**

Canon EOS M6

EZT ISMERI?

A Canon rengeteg beállítási lehetőséget kínál ugyanakkor egyszerű kezelhetőséget biztosít. A kicsi kézreállós vázba egy 24,2 megapixeles APS-C szenzor, DIGIC7 processzor és Dual

Pixel CMOS autofókusz került. Vagyis nyári napsütésben és téli éjszakákon is gyönyörű és részletgazdag fotókat készít. A követő-autofókusz használata esetén másodpercenként 7 képkockát, fix fókusz esetén másodpercenként 9 képkockát képes rögzíteni. A fotók megosztását és a fényképezőgép távvezérlését beépített Wi-Fi és Bluetooth támogatás segíti.



Fujifilm X-E2S

A Fujitsu cserélhető objektíves kompakt fényképezőgépe könnyű kezelést és profi képeket kínál a mindennapi fotózásokhoz. A jó minőségű fotókat a CMOS II szenzor és EXR Processzor II., valamint a 16MP felbontás garantálja. Fröccsöntött magnézium borítja mind a felső mind a hátsó fedélen a szilárd, masszív kameratestet, súlya pedig így is mindössze 350 gramm. A gyors menü gomb megnyomásával 16 fényképezési lehetőség közül választhatunk.



Látószög

A kép átlójának megfelelő szögtartomány, amit az objektív belát. A zoomobjektívek látószöge változtatható. Ezeket a fókusz távolság két szélső értéke jellemzi.

Fényérték

Azaz: Fé. A kép megvilágítottságát jelző szám. Az aktuális érték az expozíció két paraméterétől, a zársebességtől és a blendétől függ.



Leica

A prémium megoldásairól ismert Leica ezúttal sem adta alább a teljes egészében alumíniumból készül vázról. Az egy-

szerűség és a logika jegyében négy alapvető kezelő eszközzel és egy érintőképpel vezérelhető a kamera, a készített fotók letöltését vezeték nélküli LAN hálózat illetve Wi-Fi kapcsolat segíti. Videófelvételeket Full HD minőségben képes rögzíteni, maximális tárolókapacitása pedig 16GB.

Makró mód

Közfényképezést jelent. A legtöbb digitális kompakt fényképezőgépen elérhető funkció. Ha közelebbi tárgyat szeretnénk élesen lefényképezni, akkor makró módot kell használni.



Nikon J15

A csinos formatervezésű, cserélhető objektíves fényképezőgép 20,8 megapixeles képeket és 4K felbontású videókat készít. A 20 kép/másodperces sebességű üzemmód sportfotózásra vagy egyéb gyors mozgások lecsapására is alkalmassá teszi, de lassított videókat is lehet készíteni vele. A nehezebben elérhető témák fotózását a dönthető érintőképernyő segíti és a számos kézi beállítás lehetősége.

SELL

ÖTLET



Olympus E-PL8

EZT ISMERI?

A stílusos barna és további klasszikus színek által ez a fényképezőgép igazi „IT Piece”! A modern design, az egyszerű kezelhetőség, valamint a klasszikus vonalak, a bőr felületek és a minőségi fém elemek kontrasztjával együtt az E-PL8 egyszerűen ragyogó! A fényképezőgép videoklip felvételi módjának köszönhetően akár Full HD minőségben is készíthetünk filmeket - valamint összefűzhetünk több rövidebb klippet, esetleg hozzáadhatunk egy kis zenei aláfestést, majd az egészet az okostelefonunkra küldhetjük.

SELL

ÖTLET



Olympus OM-D E-M1 MARK II

EZT ISMERI?

A legmodernebb OLYMPUS technológia hozza el a jövő Mikro NégyHarmad fényképezőgépét - már ma: ez az új OM-D E-M1 Mark II. Az innovatív megoldások és jellemzők kifinomult rendszere örökre megváltoztatja a fotózás lehetőségeit. Másodpercenként akár 60 kép készíthető vele, a 121 keresztirányú fókuszponttal ellátott, szenzorba integrált fáziseltolódásos, forradalmi AF-rendszer által pedig nem csak a sebességet és a teljesítményt, de a precizitást is újradefiniálja. A váz mindössze 500 gramm, így masszív felépítésével ez a visszafogott méretű gép oda is eljut, ahová a DSLR-ek nem.

Mélységélesség

Azt határozza meg, hogy a fókuszponton kívül – előtte és mögötte – mennyi minden legyen éles. Minél kisebb rekeszérték számot használunk (pl. f/2) annál kevesebb terület lesz éles a fókuszpont körül.

FOTÓ TARTOZÉKOK

Digitális SLR
kamerákhoz
és tartozékaikhoz



HAMA REXTON 130
FOTÓ TÁSKA



Praktikum
és funkcionalitás

lencsék, szűrők,
kijelzők hatékony és
kíméletes tisztítására



HAMA LENS PEN
KÉSZLET 4IN1

Bárhol, bármikor



4 részes,
90 cm-ig kitolható
teleszkópos rúd



HAMA MONOPOD
„SELFIE 90”

Kisméretű (Handlebar)
csővekre, rudakra,
pl. kormány, nyeregcsőre,
síbotra, túrabotra
szerelhető tartó szett
1,6-4cm csőátmérőig.



HAMA GOPRO
CSŐRE SZERELHETŐ TARTÓ

Határtalan
élmények



Képek tökéletes
biztonságban



Vízálló, hőálló, ütés
és vibráció ellenálló,
röntgen és mágnes
biztos, 64 GB tárolási
kapacitás



Extreme gyors
adattároló kártya
64 GB tárolási
kapacitás

SANDISK CF EXTREME
PRO KÁRTYA / SANDISK
SDXC EXTREME PRO
KÁRTYA

hama
THE SMART SOLUTION

hama.blog.hu



Panasonic LUMIX DMC-GX80K

A Panasonic cserélhető objektív fényképezőgépe 16 megapixeles fotókat és 4K felbontású videófelvételeket készít, az 5 tengelyes dupla képstabilizálónak köszönhetően úgy, hogy kisebb bemozdulások esetén is éles marad a kép. Képkeresője, majdnem 100%-os színvisszaadásával bármilyen körülmények között kiváló láthatóságot biztosít. A Wi-Fi kapcsolat révén a képek megoszthatók vagy rögtön az okostelefonra továbbíthatók.



Pentax Q-S1

A Pentax is képviselteti magát a cserélhető objektív piacon, jelen modell 1/1,6 inches hátsó megvilágítású CMOS szenzort kapott, amely 14,2 megapixeles felbontásban készít fotókat. Az exkluzív Q ENGINE képfeldolgozó motor hatékony zajfeldolgozásra képes, de támogatja sorozatfelvételt és a képszerkesztési funkciókat is. Maximális ISO érzékenysége 12800, így kedvezőtlen fényviszonyok között is megállja a helyét. A képek mellett Full HD videókat készít.



Sony α6300

Gyors, érzékeny teljesítmény, rugalmas digitálisállomány és a maximálisan testre szabható képkészítés jellemzi a Sony fényképezőgépét. A 24,2 megapixeles Exmor CMOS-képzérző tökéletesen éles képeket garantál, sőt a 4K videofelvételek készítését is lehetővé teszi. A cserélhető objektív modell jó választás lehet azon haladó fotósoknak, akik próbára akarják tenni tehetségüket. A nagy ISO érzékenység miatt rossz fényviszonyok között is jó fotókat lehet készíteni.



Sony α6500

A Sony cserélhető objektív fényképezőgépe 5 tengelyű képstabilizálást kapott, így bemozdulások esetén is éles képeket készít. A 24,2 megapixeles fotók mellett alkalmas 4K videofelvételek készítésre is, a tenyérben is elférő készülék. A részletgazdag felvételeket a BIONZ X képfeldolgozó motor garantálja. A 425 fókuszsíkfázis-érzékeléses AF-pontnak köszönhetően az α6500-as mindig pontosan, hatékonyan és megbízhatóan fókuszál a témára, így profiknak és kezdőknek egyaránt remek választás lehet.

TTL fénymérés

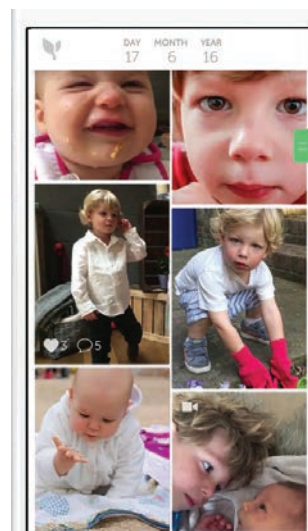
A fényképezőgép automatikája a beépített fénymérő adatai alapján tudja meghatározni a rekesz- és időértékeket. A digitális kamerák jellemzően az objektíven keresztül mérnek fényt.

Időautomatika

Más néven rekeszprioritás. A rekeszértéket kézzel állítjuk be, a gép ehhez választ expozíciós időt.



2017



Harmincéves az EOS

Múlt és jelen a Canonnál

Idén márciusban ünnepelte a Canon EOS rendszerének, azaz a cserélhető objektívű fényképezőgépeinek és azok kiegészítőinek a 30 éves születésnapját. A jeles évforduló apropóján több sajtótájékoztató mellett egy baráti beszélgetésre is sor került Dunavölgyi Zsolt fotós lakásában, ahol természetesen a márka újdonságai is bemutatkoztak.



1987

Az EOS rendszer legfontosabb újítása 1987-ben az volt, hogy az ezzel kompatibilis fényképezőgépek kizárólag elektronikus, nem pedig mechanikus úton vezérelték az objektívek fókuszát. Ez tette lehetővé, hogy a lencsákat mozgó motorokat már az objektívbe is be lehetett építeni. Hogy mennyire változtatta meg a technológia a fotózást, jól mutatja, hogy világszinten több mint 80 millió fényképezőgép és 120 millió objektív adtak el belőle, amivel a Canon azóta is csúcstartó az iparágban. A rendszer az EOS 650 típusjelzésű tükörreflexes készülékkel debütált, idén pedig 3 új közepkategóriás utód mutatkozott be, a 77D, a 800D és az EOS M6, amelyek mindegyike rendelkezik már Bluetooth-kapcsolattal is, hogy az elkészült képek egyszerűen továbbíthatóak legyenek okoseszközre, illetve akár telefonról is irányítani lehessen a fényképezőgép.

Szolgáltatásokban is erősít a Canon

A sajtótájékoztatón az is elhangzott, hogy az okostelefonok térhódítása ellenére a Canon továbbra is fejleszti kompakt rendszereit, és időről időre jelentkezik prémium kategóriás újdonságokkal a szegmensben. Azonban nemcsak a termékekre, de a szolgáltatásokra is erősen fókuszál a gyártó, ennek jegyében érhetőek el az Irista és Lifecake platformok, amelyek segítségével a felhasználók tárolhatják, rendszerezhetik és megoszthatják a fotóikat. Mindezt a legnagyobb biztonságban, mivel más nem férhet hozzá a személyes képekhez. A felhőalapú Irista tulajdonképpen egy fotógyűjtemény, ahol bármelyik fotó gyorsan és könnyen megtalálható. A Lifecake pedig egy speciális idővonalas felületet, ahol a gyerekekről készült fotókat és videókat lehet tárolni. A hagyományos képgalériáknál sokkal érzékletesebben és kreatívabban mutatja be a gyerekek növekedését, akár napról napra. A két szolgáltatásban tárolt képek pedig egyszerűen kinyomtathatóak az hdbook néven futó prémium fotókönyv formájában is.



A KELETI KULTÚRÁKBAN NEM RITKA AZ OLYAN EMBER, AKI ANNYYIRA KÉPES URALNI A TESTÉT ÉS A LELKÉT, HOGY AMELLETT, HOGY A LÁBÁVAL VAKARJA A HÁTÁT, MÉG A SODRÁBÓL SEM LEHET KIHOZNI SOHA. A NYUGATI VILÁGBAN EZ KEVÉSBÉ GYAKORI, ÉS VAGY AZ VAN, HOGY MÉRGÜNK BEN SZÉTVERJÜK AZ ASZTALON A KLAVIATÚRÁT, MINT NÉHÁNY DÜHKITÖRŐS VIDEÓBAN, VAGY 30 ÉVIG GYŰLIK BENNÜNK A HARAG, MÍG EGY SZÉP NAPON A HANGOK ELKEZDENEK MINKET SZÓLÍTGATNI. ÉN SZERENCÉS HELYZETBEN VAGYOK, MERT KIÍRHATOM MAGAMBÓL, AMI BÁNT. MOST ÉPPEN AZ, HOGY MENNYIRE NEM JELLEMZŐ A HATÉKONYSÁG. REMÉLEM, EGY-KÉT BILLENTYŰZET EZZEL IS MEGMENTHETŐ.

Jegyzet

Először is szögezzük le, hogy a jelenség, amiről szó lesz, általános és nem csak ezt a szakmát érinti. Ettől azonban még jellemző ezen a piacon is, és attól, hogy máshol is szenvednek tőle, nekünk még nem lesz jobb. A másik, amit előjáróban el kell mondanom, hogy én extrém eset vagyok. Szinte fizikai fájdalmat érzek, ha valamit a kocsiban felejték és vissza kell mennem érte. Annyira zavar az elfecsérelt idő, hogy úgy érzem, rövidebb lett tőle az életem. Tudom, hogy ez beteges, ezért nem is én vagyok a mérce, de ettől még az időrablás, ami az iparágban zajlik, nem lesz normális. Az sem túl örömteli, ha a munkamorál a Rapülők klasszikus strófájára épül, miszerint „kipihened majd a munkahelyeden”, de ha ezzel a pihenéssel nekünk csinálnak pluszmunkát, na az már tud csípni, ha nem is mindenkinek annyira, mint nekem. Egy nemrégiben publikált felmérés adatai alapján, Magyarországon rendkívül sok időt fordítanak munkára az emberek napi szinten is. Nem ritka, hogy akár 10-12 órát is a munkahelyünkön töltünk, ezzel pedig a legtöbbet dolgozó nemzetek sorát gyarapítjuk. De ettől még ne halljuk a fogyasztói társadalom korbácsát csattani hátunkon és ne érezzük a modern kori rabszolgatartás ígáját ránehezedni a vállunkra és ne hullajtsunk egy könnycseppet se sorsunk arcunkba kiáltott kegyetlenségétől. Ugyanis mielőtt a kitartásunkat dicsőítő vállveregetéstől isiászt kapnánk, tegyük hozzá, hogy a kutatás arra is rámutat, hogy a hatékonyságot tekintve a nemzetek sorának végén kullogunk. Ami annyit tesz, hogy ugyan egész nap bent vagyunk, de jóformán semmit sem csinálunk. Mi, magyarok általában. És az általában, az általában ránk nem vonatkozik, hiszen mi nem böngészünk a neten, nem követjük a hírportálokat, nem facebookozunk és nem intézzük ügyes-bajos dolgainkat munkaidőben. Ezeket mások csinálják, nem mi. A mi időnket pedig azok a mások pazarolják. Bár némi



Szalai Dávid

önvizsgálatot mindenki tarthat ez ügyben, az kétségtelen, hogy sok idő megy el az időrablóknak, munkaimitátoroknak és bürokratáknak köszönhetően. Ez pedig egy spirált eredményez, ami ahhoz vezet, hogy időnk számottevő részében tökéletesen felesleges dolgokat végzünk. Egy ideje elkezdtem táblázatban vezetni a feladataimat. Naivan azt hittem, hogy egy munka kapcsán három opció van: még hátravan, folyamatban van vagy elvégzett. Jelenleg hat szintet használok arra, hogy jelölni tudjam a különböző stádiumokat a „viszajelezésre vár” állapottól a „kezdjük újra mással” stációig. Elég sok időm megy el arra is, hogy olyan kérdésekre válaszolok, amit fel se lenne szabad tenni, vagy olyasmit magyarázok el, ami magától értetődő. A minap például a jövő hét hétfő fogalmát kellett egy hárometapos levélváltásban pontosítanom. Kicsit árnyalja a képet, hogy a dolog angolul zajlott, de a „Next Monday” (jövő hét hétfő – szó szerint: következő hétfő) ritkán igényel „There is no more Monday this week” (Ezen héten nincs több hétfő) kiegészítést, különösen egy pénteki napon. Elmondani mókás, átélni kevésbé. Gondolom, nem én vagyok az egyetlen, akivel ilyesmi megesik, és legtöbben ismerjük az időrablókat, akik banálisabbnál banálisabb kérdéseket tesznek fel, újra és újra rákérdéznek arra, amit már elmondtunk, vagy éppen olyan magyarázatokra szorulnak, ami enyhén szólva is meglepő. Az ember életét megnehezítik a munkaimitátorok is. Többféleképpen lehet mímelni a melót, engem személy szerint az idegesít a legjobban, amikor a munka hőse csak azért piszkál valamibe bele, hogy lássák, hogy ő bizony ezzel is foglalkozott. Érdemben semmi nem változik, de hála neki, lehet futni a dologgal egy újabb kört. Az ilyen műmunkák ismérve, hogy jellemzően ezren vannak még róla értesítve, köztük a főnök is, hogy az lássa a kiváló munkaerő értékét. Ennek egy továbbfejlesztett változata, amikor valami olyan kerül megváltoztatásra, aminek a korábbi formája már alkalmazva volt, és semmilyen körülmény nem indokolja a változtatást. Ez ugye két dolgot jelenthet, vagy teljesen felesleges a változtatás, vagy a korábbi megoldás nem volt tökéletes. Az adott munka minőségét tekintve azonban teljesen mindegy, hogy mi az ok. Sok időt emészt fel az elérhetetlenek és renitensen nem válaszolók klubja is. Újra és újra lepattanni ugyanarról a falról nemcsak fárasztó, de idegőrlő is. Csak azért nem minősítem ezt, mert vannak olyanok is, akik nem szándékosan kerülnek ebbe a kategóriába és csak időszakszerűen vonatkozik rájuk az elérhetetlen jelző. A végére maradtak a döntés-előkészítő kollégák, akik valójában a döntési kompetencia nélküli bürokraták. Előbbi titulus azonban jobban hangzik, akárcsak a higiéniai szakreferens terminus a takarító megnevezés helyett. Noha munkájukat lehet jól is végezni, áldásos ténykedésük eredménye sokszor annyiban merül ki, hogy minden aprólékosan megbeszélte, irányelvek és szabályok mentén kidolgozott projektet – amibe minden apró-cseprő ügy is beletartozik – a kompetenssel történő egyeztetés után lehet újrakezdeni. Rossz esetben ráadásul megint velük. Ezerféleképpen lehet még a hatékonyságot csökkenteni az időpocsékolás fenti változatain kívül is, de azokra most nem pazarolnék több időt. Már csak azért sem, mert bármennyire is haszontalan, dühítő, potenciálfecsérlő és morálromboló, ezeket a szélmalomharcokat így is, úgy is meg kell vívni. Néha egy-két billentyűzet is bánja, szerencsebb esetben viszont csak kinevetjük az egészet.



PIACI ÚTMUTATÓ

MOSÓGÉPEK

AEG



L7FEC41S

MODELL	
ENERGIAOSZTÁLY	A+++ -30%
CENTRIFUGA	1400
KAPACITÁS(KG)	10
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)	N.A.
SZENZOR TECHNOLÓGIA	IGEN
GYORS PROGRAM(PERC)	20
GŐZFUNKCIÓ	IGEN
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT	75

AEG



L7FEC48S

ENERGIAOSZTÁLY	A+++ -30%
CENTRIFUGA	1400
KAPACITÁS(KG)	8
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)	N.A.
SZENZOR TECHNOLÓGIA	IGEN
GYORS PROGRAM(PERC)	20
GŐZFUNKCIÓ	IGEN
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT	73

AEG



L8FEC68S

ENERGIAOSZTÁLY	A+++ -50%
CENTRIFUGA	1600
KAPACITÁS(KG)	8
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)	N.A.
SZENZOR TECHNOLÓGIA	IGEN
GYORS PROGRAM(PERC)	20
GŐZFUNKCIÓ	IGEN
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT	75

BEKO



WMY 51022 PTYB3

ENERGIAOSZTÁLY	N.A.
CENTRIFUGA	1000
KAPACITÁS(KG)	5
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)	7700
SZENZOR TECHNOLÓGIA	NEM
GYORS PROGRAM(PERC)	IGEN
GŐZFUNKCIÓ	NEM
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT	77

BEKO



WMY 81233 LMB3

ENERGIAOSZTÁLY	N.A.
CENTRIFUGA	1200
KAPACITÁS(KG)	8
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)	11000
SZENZOR TECHNOLÓGIA	IGEN
GYORS PROGRAM(PERC)	IGEN
GŐZFUNKCIÓ	NEM
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT	76

BOSCH



WAW28740EU

MODELL	
ENERGIAOSZTÁLY	A+++
CENTRIFUGA	1400
KAPACITÁS(KG)	9
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)	11220
SZENZOR TECHNOLÓGIA	IGEN
GYORS PROGRAM(PERC)	15
GŐZFUNKCIÓ	NEM
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT	72

BOSCH



WAW32760ME

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
CENTRIFUGA	1600
KAPACITÁS(KG)	9
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)	11220
SZENZOR TECHNOLÓGIA	IGEN
GYORS PROGRAM(PERC)	15
GŐZFUNKCIÓ	NEM
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT	74

BOSCH



WAY32891EU

ENERGIAOSZTÁLY	A+++ -30%
CENTRIFUGA	1600
KAPACITÁS(KG)	9
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)	11220
SZENZOR TECHNOLÓGIA	IGEN
GYORS PROGRAM(PERC)	15
GŐZFUNKCIÓ	NEM
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT	74

CANDY



CS4 1272D3/1-S

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
CENTRIFUGA	1200
KAPACITÁS(KG)	7
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)	N.A.
SZENZOR TECHNOLÓGIA	N.A.
GYORS PROGRAM(PERC)	N.A.
GŐZFUNKCIÓ	IGEN
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT	79

CANDY



GVS34 126TC3/2-S

ENERGIAOSZTÁLY	A+++
CENTRIFUGA	1200
KAPACITÁS(KG)	6
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)	N.A.
SZENZOR TECHNOLÓGIA	N.A.
GYORS PROGRAM(PERC)	N.A.
GŐZFUNKCIÓ	IGEN
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT	77

ELECTROLUX



EWF

	HOTPOINT		HOTPOINT		HOTPOINT		INDESIT		INDESIT	
MODELL		RPD 1047 DD EU		RZ 1047 B EU		RZ 1047 W EU		EWE 81484 B EU		XWE 81283X W EU
ENERGIAOSZTÁLY		A+++ -40%		A+++ -40%		A+++ -40%		A+++		A+++
CENTRIFUGA		1400		1400		1400		1400		1200
KAPACITÁS(KG)		10		10		10		8		8
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)		N.A.		N.A.		N.A.		11594		11594
SZENZOR TECHNOLÓGIA		IGEN		IGEN		IGEN		N.A.		N.A.
GYORS PROGRAM(PERC)		-		45		45		N.A.		9
GŐZFUNKCIÓ		NEM		NEM		NEM		N.A.		N.A.
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT		76		76		76		80		80

	LG		MIELE		MIELE		PANASONIC		PANASONIC	
MODELL		F12U2TDN5		WMH261		WMV960		NA-148GB1		NA-148XS1
ENERGIAOSZTÁLY		A+++ -40%		A+++ -30%		A+++ -40%		A+++ -40%		A+++ -40%
CENTRIFUGA		1200		1600		1600		1330		1400
KAPACITÁS(KG)		8		8		9		8		8
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)		8900		9900		11000		10 224		9 750
SZENZOR TECHNOLÓGIA		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
GYORS PROGRAM(PERC)		14		20		20		N.A.		15
GŐZFUNKCIÓ		NEM		IGEN		IGEN		N.A.		IGEN
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT		72		72		72		N.A.		74

	SAMSUNG		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL	
MODELL		WW70K44305W/LE		AWS 63213		AWSC 61200		AWSX 63213		FSCR 12440
ENERGIAOSZTÁLY		A+++		A+++		A+++		A+++		A+++ - 60%
CENTRIFUGA		1400		1200		1200		1200		1400
KAPACITÁS(KG)		7		6		6		6		12
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)		7400		8500		8500		8500		11900
SZENZOR TECHNOLÓGIA		IGEN		NEM		NEM		NEM		IGEN
GYORS PROGRAM(PERC)		15		15		15		30		30
GŐZFUNKCIÓ		NEM		NEM		NEM		NEM		NEM
CENTRIFUGÁLÁSI ZAJSZINT		74		75		75		75		70

	WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		ZANUSSI		ZANUSSI	
MODELL		FSCR 70413		FSCR 80421		FSCR 80432		ZWF71243W		ZWF81243W
ENERGIAOSZTÁLY		A+++		A+++ - 10%		A+++ - 50%		A+++		A+++
CENTRIFUGA		1400		1400		1400		1200		1200
KAPACITÁS(KG)		7		8		8		7		8
VÍZFOGYASZTÁS(L/ÉV)		9300		9900		8500		9499		9999
SZENZOR TECHNOLÓGIA		IGEN		IGEN		IGEN		NEM		

PIACI ÚTMUTATÓ

GRILLEK

ARIATE



MODELL	762 LA GRIGLIATA
KIALAKÍTÁS	FEKVŐ
LAP MÉRETE	N.A.
GRILLEZÉSI POZÍCIÓ	1
SÍMA FELÜLET	IGEN
BORDÁZOTT FELÜLET	IGEN
HŐFOKSZABÁLYOZÁS	NEM
SÜTÉSI MÓDOK	NEM
TELJESÍTMÉNY(W)	2200

BEEZ



MODELL	EG-C-017
KIALAKÍTÁS	FEKVŐ
LAP MÉRETE	28 X 58 CM
GRILLEZÉSI POZÍCIÓ	1
SÍMA FELÜLET	IGEN
BORDÁZOTT FELÜLET	NEM
HŐFOKSZABÁLYOZÁS	IGEN
SÜTÉSI MÓDOK	NEM
TELJESÍTMÉNY(W)	2000

BEPER



MODELL	90.800
KIALAKÍTÁS	ÖSSZECSUZHATÓ
LAP MÉRETE	37,5 X 36,5 CM
GRILLEZÉSI POZÍCIÓ	3
SÍMA FELÜLET	NEM
BORDÁZOTT FELÜLET	IGEN
HŐFOKSZABÁLYOZÁS	IGEN
SÜTÉSI MÓDOK	NEM
TELJESÍTMÉNY(W)	2000

BESTRON



MODELL	APG100R PANINI
KIALAKÍTÁS	ÖSSZECSUZHATÓ
LAP MÉRETE	44 X 28 CM
GRILLEZÉSI POZÍCIÓ	3
SÍMA FELÜLET	NEM
BORDÁZOTT FELÜLET	IGEN
HŐFOKSZABÁLYOZÁS	NEM
SÜTÉSI MÓDOK	NEM
TELJESÍTMÉNY(W)	700

BOSCH



MODELL	TFB3302V
KIALAKÍTÁS	ÖSSZECSUZHATÓ
LAP MÉRETE	31X22 CM
GRILLEZÉSI POZÍCIÓ	2
SÍMA FELÜLET	NEM
BORDÁZOTT FELÜLET	IGEN
HŐFOKSZABÁLYOZÁS	IGEN
SÜTÉSI MÓDOK	NEM
TELJESÍTMÉNY(W)	1800

CATLER



MODELL	GR 4011
KIALAKÍTÁS	ÖSSZECSUZHATÓ
LAP MÉRETE	38,1 X 28,9 CM
GRILLEZÉSI POZÍCIÓ	3
SÍMA FELÜLET	IGEN
BORDÁZOTT FELÜLET	IGEN
HŐFOKSZABÁLYOZÁS	IGEN
SÜTÉSI MÓDOK	NEM
TELJESÍTMÉNY(W)	2200

CATLER



MODELL	GR 8012
KIALAKÍTÁS	ÖSSZECSUZHATÓ
LAP MÉRETE	38,1 X 28,9 CM
GRILLEZÉSI POZÍCIÓ	3
SÍMA FELÜLET	IGEN
BORDÁZOTT FELÜLET	IGEN
HŐFOKSZABÁLYOZÁS	IGEN
SÜTÉSI MÓDOK	NEM
TELJESÍTMÉNY(W)	2200

CATLER



MODELL	GR 8030
KIALAKÍTÁS	ÖSSZECSUZHATÓ
LAP MÉRETE	34 X 26 CM
GRILLEZÉSI POZÍCIÓ	3
SÍMA FELÜLET	IGEN
BORDÁZOTT FELÜLET	IGEN
HŐFOKSZABÁLYOZÁS	IGEN
SÜTÉSI MÓDOK	IGEN
TELJESÍTMÉNY(W)	2400

CATLER



MODELL	GR 8050
KIALAKÍTÁS	ÖSSZECSUZHATÓ
LAP MÉRETE	34 X 26 CM
GRILLEZÉSI POZÍCIÓ	3
SÍMA FELÜLET	IGEN
BORDÁZOTT FELÜLET	IGEN
HŐFOKSZABÁLYOZÁS	IGEN
SÜTÉSI MÓDOK	IGEN
TELJESÍTMÉNY(W)	2400

CLATRONIC



MODELL	KG3487
KIALAKÍTÁS	ÖSSZECSUZHATÓ
LAP MÉRETE	29,5 X 23,5 CM
GRILLEZÉSI POZÍCIÓ	

	HAUSER		HAUSER		PHILIPS		PHILIPS		PHILIPS		
		CG-202		GR-200		HD4419/20		HD4467/90		HD6321/20	
		ÖSSZECSUKHATÓ		FEKVŐ		FEKVŐ		ÖSSZECSUKHATÓ		FEKVŐ	
		LAP MÉRETE		27X47 CM		30 X 37 CM		N.A.		42 X 24 CM	
		GRILLEZÉSI POZÍCIÓ		1		1		3		1	
		SÍMA FELÜLET		IGEN		IGEN		NEM		IGEN	
		BORDÁZOTT FELÜLET		NEM		IGEN		IGEN		IGEN	
		HŐFOKSZABÁLYOZÁS		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN	
MODELL		SÜTÉSI MÓDOK		NEM		NEM		NEM		NEM	
		TELJESÍTMÉNY(W)		1000		2300		2000		2000	

	RUSSELL HOBBIS		RUSSELL HOBBIS		RUSSELL HOBBIS		RUSSELL HOBBIS		SENCOR		
		19925-56		22160-56		22940-56		23450-56		SBG 106BK	
		ÖSSZECSUKHATÓ		ÖSSZECSUKHATÓ		FEKVŐ		FEKVŐ		FEKVŐ	
		N.A.		N.A.		55 X 27CM		N.A.		47 X 31 CM	
		GRILLEZÉSI POZÍCIÓ		2		1		1		1	
		SÍMA FELÜLET		NEM		IGEN		IGEN		IGEN	
		BORDÁZOTT FELÜLET		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN	
		HŐFOKSZABÁLYOZÁS		NEM		IGEN		IGEN		IGEN	
MODELL		SÜTÉSI MÓDOK		NEM		NEM		NEM		NEM	
		TELJESÍTMÉNY(W)		N.A.		2200		1800		2300	

	SENCOR		SENCOR		SENCOR		TEFAL		TEFAL		
		SBG 107WH		SBG 2052RD		SBG 400		MEAT		MINUTE	
		FEKVŐ		ÖSSZECSUKHATÓ		ÖSSZECSUKHATÓ		ÖSSZECSUKHATÓ		ÖSSZECSUKHATÓ	
		47 X 31 CM		22,5 X 15 CM		38 X 29 CM		N.A.		N.A.	
		1		3		3		2		2	
		IGEN		NEM		IGEN		NEM		NEM	
		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN	
		BORDÁZOTT FELÜLET		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN	
MODELL		HŐFOKSZABÁLYOZÁS		NEM		NEM		NEM		NEM	
		SÜTÉSI MÓDOK		NEM		NEM		NEM		NEM	
		TELJESÍTMÉNY(W)		1000		2000		2000		1600	

	TEFAL		TRISTAR		TRISTAR	
--	-------	---	---------	---	---------	--

PIACI ÚTMUTATÓ

FÉNYKÉPÉZŐGÉPEK

CANON



EOS M10

MODELL	
KÉPÉRKÉPELŐ	22,3x14,9 MM CMOS
TELJES PIXELSZÁM	18,5 MP
ZÁRIDŐ	1/4000
IOS	100-12800
VIDEÓ FELVÉTEL	FULL HD
WIFI	IGEN
NFC	IGEN
SÚLY(G)	310

CANON



EOS M3

MODELL	
KÉPÉRKÉPELŐ	22,3x14,9 MM CMOS
TELJES PIXELSZÁM	24,7 MP
ZÁRIDŐ	1/4000
IOS	100-12800
VIDEÓ FELVÉTEL	FULL HD
WIFI	IGEN
NFC	IGEN
SÚLY(G)	366

CANON



EOS M5

MODELL	
KÉPÉRKÉPELŐ	22,3x14,9 MM CMOS
TELJES PIXELSZÁM	25,8 MP
ZÁRIDŐ	1/4000
IOS	100-25 600
VIDEÓ FELVÉTEL	FULL HD
WIFI	IGEN
NFC	IGEN
SÚLY(G)	427

CANON



EOS M6

MODELL	
KÉPÉRKÉPELŐ	22,3x14,9 MM CMOS
TELJES PIXELSZÁM	25,8 MP
ZÁRIDŐ	1/4000
IOS	100-25600
VIDEÓ FELVÉTEL	FULL HD
WIFI	IGEN
NFC	IGEN
SÚLY(G)	390

FUJIFILM



X-PRO2

MODELL	
KÉPÉRKÉPELŐ	23,6 X 15,6MM CMOS
TELJES PIXELSZÁM	24,3 MP
ZÁRIDŐ	1/32000
IOS	100-12800
VIDEÓ FELVÉTEL	FULL HD
WIFI	NEM
NFC	NEM
SÚLY(G)	445

FUJIFILM



X-T10

MODELL	
KÉPÉRKÉPELŐ	23,6MM X 15,6MM CMOS
TELJES PIXELSZÁM	16,7 MP
ZÁRIDŐ	1/32000
IOS	100-51200
VIDEÓ FELVÉTEL	FULL HD
WIFI	NEM
NFC	NEM
SÚLY(G)	381

FUJIFILM



X-T2

MODELL	
KÉPÉRKÉPELŐ	23,6 X 15,6MM CMOS
TELJES PIXELSZÁM	24,3 MP
ZÁRIDŐ	1/32000
IOS	100-12800
VIDEÓ FELVÉTEL	4K
WIFI	NEM
NFC	NEM
SÚLY(G)	457

FUJIFILM



X-T20

MODELL	
KÉPÉRKÉPELŐ	23,6 X 15,6MM CMOS
TELJES PIXELSZÁM	24,3 MP
ZÁRIDŐ	1/32000
IOS	100-12800
VIDEÓ FELVÉTEL	4K
WIFI	IGEN
NFC	NEM
SÚLY(G)	333

LEICA



M

MODELL	
KÉPÉRKÉPELŐ	35 MM CMOS
TELJES PIXELSZÁM	24 MP
ZÁRIDŐ	1/8000
IOS	100-6400
VIDEÓ FELVÉTEL	FULL HD
WIFI	IGEN
NFC	NEM
SÚLY(G)	N.A.

LEICA



M-E

MODELL	
KÉPÉRKÉPELŐ	35 MM CMOS
TELJES PIXELSZÁM	18 MP

	OLYMPUS			OLYMPUS			PANASONIC			PANASONIC			PANASONIC	
MODELL		E-PL8			PEN F			DMC-GF6K LUMIX G			DMC-GF6W LUMIX G			DMC-GX7 LUMIX G
KÉPÉRKÉPELŐ		4/3" LIVE MOS			4/3" LIVE MOS			17,3 X 13,0 MM LIVE MOS			17,3 X 13,0 MM LIVE MOS			17,3 X 13,0 MM LIVE MOS
TELJES PIXELSZÁM		16 MP			20 MP			16,6 MP			16,6 MP			16,0 MP
ZÁRIDŐ		1/4000			1/16000			1/4000			1/4000			N.A.
IOS		100-25600			100-25600			100-25 600			100-25 600			100-25 600
VIDEÓ FELVÉTEL		FULLHD			FULLHD			N.A.			N.A.			N.A.
WIFI		IGEN			IGEN			IGEN			IGEN			IGEN
NFC		NEM			NEM			IGEN			IGEN			NEM
SÚLY(G)		326			373			323			323			N.A.

	PANASONIC			PANASONIC			PANASONIC			PANASONIC			PANASONIC	
MODELL		LUMIX DMC-G7M			LUMIX DMC-GX-7CEG-S			LUMIX DMC-GX8			LUMIX DMC-GX80			LUMIX DMC-GX80K
KÉPÉRKÉPELŐ		17,3 X 13,0 MM LIVE MOS												

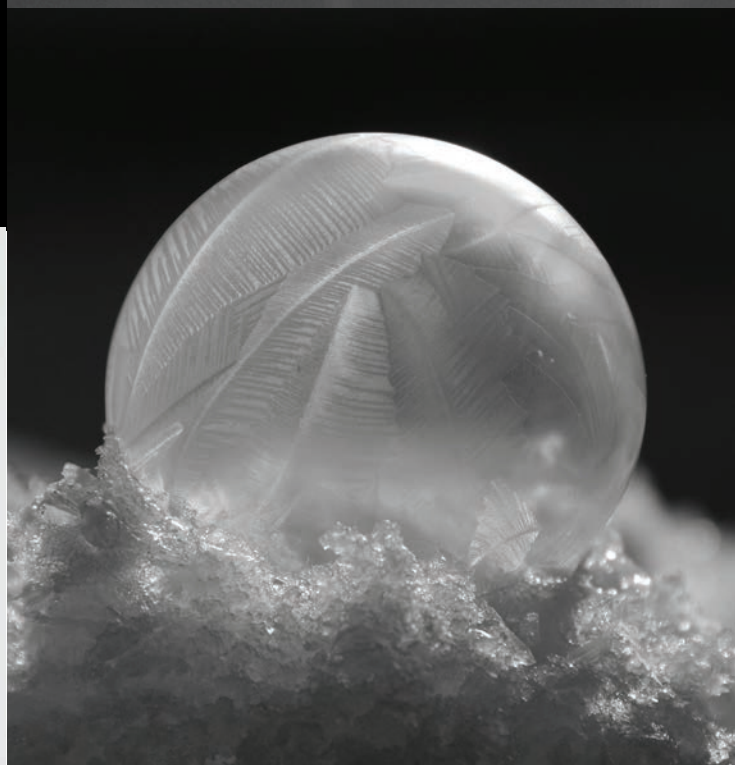
KÖVETKEZŐ SZÁMUNKBÓL

ALULFAGYASZTÓS HŰTŐK

PORSZÍVÓK

SPORTKAMERÁK

SBS HŰTŐK



Haier

Side by Side hűtőszekrények

Haier HRF-800 DGS8 Side by Side hűtő

Energiahatékonysági osztály : A+++

Hűtő nettó kapacitása: 792 liter

Fagyasztó kiolvasztási Kapacitása kg/24h: 12

NO FROST

4 üvegpolc

Zöldségtartó rekesz

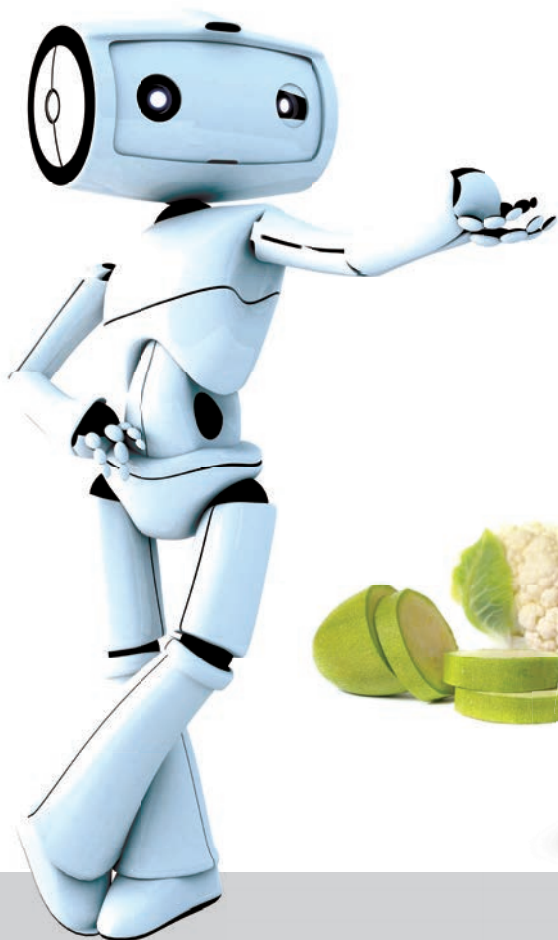
My Zone rekesz

Super fagyasztás funkció

Gyors hűtés funkció

Vakáció funkció

Inverteres kompresszor



MÁTÓL VISELJE NYUGODTAN KEDVENC RUHADARABJAIT ANÉLKÜL, HOGY AGGÓDNA A FOLTOK MIATT!

A Direct Injection és Digital Motion technológiák kombinációjaként még a makacs foltok eltávolítása is lehetséges, miközben gyengéden bánt ruháival.



Hotpoint