

SELL

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

XXI./4. 2025
JÚNIUS
495 HUF

red editions

PWC E-TOPLISTA 2024

2024 ONLINE KERESKEDŐINEK
RANGSORA

KÍNAI MARKÁK EURÓPÁBAN: FENYEGETÉS VAGY ÚJ REALITÁS?

KEREKASZTAL-BESZÉLGETÉS

A JELENLEGI TÁMOGATÁS NEM ELÉG AZ EURÓPAI GYÁRTÁS MEGŐRZÉSÉHEZ

INTERJÚ PAOLO FALCIONI-VAL,
AZ APPLIA FŐIGAZGATÓJÁVAL

BESZÁMOLÓK RENDEZVÉNYEKRŐL

GORENJE - 75 ÉV ÖRÖKSÉG
ROWENTA - ÉLMÉNY ÉS INNOVÁCIÓ
ELEM6 - TECHKÖSTOLÓ
ASBIS - PARTNER NAP

MAGYAR NORBERT

A SHARKNINJA

KÖZÉP-KELET-EURÓPAI RÉGIÓ VEZETŐJE

INNOVÁCIÓVAL HÓDÍTJÁK MEG EURÓPÁT

„NEMCSAK ÚJ TERMÉKEKET HOZUNK,
ÚJ KATEGÓRIÁKAT IS TEREMTÜNK.”

48 MODELL

Harcosok
a forráság ellen

MOBILKLÍMÁK



BLUETOOTH
HANGSZÓRÓK

Gyere a
disco club
elé...



FELÜLFAGYASZTÓS
HŰTŐSZEKRÉNYEK

ELEKTROMOS
ROLLEREK



Frissesség kompromisszumok nélkül

– Bemutatkozik a Whirlpool WHK 26362 XP5E alulfagyasztós hűtőszekrény Dual NoFrost technológiával

A Whirlpool új generációs alulfagyasztós hűtőszekrénye, a WHK 26362 XP5E, a modern háztartások minden igényére választ ad. Az intelligens technológiák, az energiahatékonyság és az elegáns kialakítás tökéletes egyensúlya ez a modell, amely minden részletében a kényelmet, a frissességet és a stílust szolgálja.



Két rendszeren alapuló hűtés a maximális frissessé- géért – Dual NoFrost

A Whirlpool WHK 26362 XP5E egyik legnagyobb újítása a Dual NoFrost technológia, amely két teljesen különálló hűtési rendszert alkalmaz a hűtő- és a fagyasztótérben. Ennek köszönhetően az élelmiszerek hosszabb ideig megőrzik frissességüket, állagukat és ízvilágukat – a gyümölcsök ropogósak, a húsok és tejtermékek pedig biztonságosan tárolhatók maradnak. Emellett a Total NoFrost jegesedésmentes rendszernek köszönhetően a leolvasztás többé nem jelent gondot: a készülék automatikusan szabályozza a páratartalmat és megakadályozza a jégképződést.

Intelligens kialakítás

– Kívül-belül átgondolt részletek

A hűtőszekrény külseje elegáns Pet Inox felülettel készül, amely ellenáll az ujjlenyomatoknak, így mindig esztétikus megjelenést nyújt. A hűtőajtón található érintőszenzoros, külső elektronikus kijelző segítségével egyszerűen beállítható a kívánt hőmérséklet, anélkül, hogy ki kellene nyitni az ajtót – így az energiapazarlás is minimalizálható.

A belső tér rendkívül praktikus: a 210 literes hűtőtér és a 106 literes fagyasztótér kényelmes tárolóhelyet biztosít minden család számára. A FreshBox rekeszek különösen a gyümölcsök és zöldségek hosszabb idejű frissen tartására lettek kialakítva, míg a Multiflow teljes légáramlási rendszer gondoskodik az egyenletes hőeloszlásról minden polcon.

További funkciók, amelyek a mindennapokat szolgálják

A Whirlpool WHK 26362 XP5E számos hasznos funkcióval segíti a felhasználókat:

- A gyorsfagyasztás funkció gyorsan csökkenti a hőmérsékletet a frissen behelyezett élelmiszerek környezetében, így azok megőrzik tápanyagtartalmukat.
- A vakáció üzemmód energiatakarékos működést biztosít, ha hosszabb ideig nem használjuk a hűtőt.
- A nyitott ajtó figyelmeztetés segít megelőzni az energiapazarlást és az ételek felmelegedését, így biztonságban tudhatja készletét akkor is, ha véletlenül nyitva marad az ajtó.

Energiahatékonyság és csendes működés

A készülék D energiaosztályba sorolt, ami azt jelenti, hogy alacsony energiafogyasztása mellett is kiváló teljesítményt nyújt. Működése mindössze 35 dB zajszinten történik, így tökéletes választás akár amerikai konyhás otthonokba is, ahol a halk működés kiemelten fontos.

Méret és beépíthetőség

A WHK 26362 XP5E magassága 186,5 cm, szélessége 59,5 cm, mélysége 66,3 cm – így ideálisan illeszkedik a legtöbb konyhai elrendezésbe, legyen szó modern, minimalista vagy hagyományos környezetről.

A Whirlpool WHK 26362 XP5E alulfagyasztós hűtőszekrény nem csupán háztartási készülék – hanem egy megbízható társ a mindennapokban, amely frissességet, kényelmet és technológiai előnyt kínál minden háztartás számára.



KEDVES OLVASÓ!

A NYÁRI SEZON KELLŐS KÖZEPÉN sem lassít a műszaki és kereskedelmi világ – ezt bizonyítja legfrissebb lapszámunk is, amely bővelkedik jubileumokban, piacformáló véleményekben, exkluzív interjúkban és úttörő termékekben.

A Gorenje idén ünnepli fennállásának 75. évfordulóját, a születésnapot méltó módon a budapesti Várkert Bazárban rendezték meg. Lapszámunkban részletes beszámolót olvashatnak az eseményről és a hazai eredményekről.

A jövőépítés jegyében szólalt meg a SharkNinja közép-európai régióvezetője, Magyar Norbert. Interjúnkban nemcsak a márka dinamikus növekedéséről, hanem a tudatos építkezésről és a fogyasztói vélemények egyre növekvő szerepéről is szó esik.

Külön figyelmet érdemel a Rowenta „Air and Water” rendezvénye, amely stílusosan, látványosan és szakmailag is tartalmasan mutatta be a márka 141 éves örökségét és legújabb fejlesztéseit.

A kínai márkák előretörése évek óta tart, de napjainkra új szintre lépett. Mi ennek az oka, és hol van az európai márkák helye ebben az új világban? Ezekről a kérdésekről beszélgettünk egy kerekasztal keretében négy iparági szakemberrel: a Haier, a SharkNinja, az Electrolux és az Euronics vezetőivel.

Emellett interjút készítettünk Paolo Falcioni-val, az APPLiA főigazgatójával is, aki egyértelműen fogalmazott: az európai gyártás megőrzéséhez nem elegendők a jelenlegi támogatások – alapvető szemléletváltásra van szükség.

Természetesen nem hiányozhatnak lapszámunkból a fontos szakmai rendezvények sem. Részt vettünk az elemő TechKóstoló eseményén, ahol a LAMAX, Lauben és TrueLife márkák innovációi mellett a cseh gasztro-nómia is szerephez jutott. Jelen voltunk az ASBIS partnertalálkozóján is, ahol a vállalat bemutatta legújabb technológiai megoldásait, márkastratégiáit és gyártói együttműködéseit.

A hazai és nemzetközi e-kereskedelem helyzetéről a PwC friss e-toplistája ad átfogó képet, amelyből kiderül, hogyan alakult az online piac rangsora 2024-ben.

A termékösszehasonlítások és újdonságok sem maradtak ki: ezúttal a felülfagyasztós hűtőket, mobilklímákat, valamint az elektromos rollereket és Bluetooth hangszórókat vettük górcső alá.

Bízunk benne, hogy júliusi lapszámunk is inspiráló, informatív és elgondolkodtató tartalmat kínál minden olvasónk számára.

A SELL Magazin szerkesztősége



HAIDAR ROLAND
Szerkesztő



SELL

KERESKEDELEM
HÁZTARTÁSI KIS- ÉS NAGYGÉPEK
IT • SZÓRAKOZTATÓ ELEKTRONIKA
PIAC

KIADÓ: MAMURI HUNGARY KFT., **FELELŐS KIADÓ:**
A KFT. ÜGYVEZETŐ IGAZGATÓJA, **MUNKATÁRSÁK:**
SZALAI DÁVID, LUBOR JARKOVSKÝ, HAIDAR ROLAND
KOVÁCS VIKTOR, KRISTINA T., TÓTH MÁRIA
KOLOZSVÁRY ZOLTÁN, KOCIS JUDIT
PRINTSCHLER VIKTOR, SZÁSZ JUDIT, ZSOFCSIN JENŐ
SZÁSZ ANDRÁS-NÉ, KAS GABRIELLA
GRAFIKA: VIG TAMÁS, **KIADVÁNYSZERKESZTÉS**
TÖRDELÉS: VIG TAMÁS, **SZERKESZTŐSÉG:**
1052 BUDAPEST ARANYKÉZ UTCA 2.
WEB: WWW.SELLMAGAZIN.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
ELŐFIZETÉSBEN TERJESZTI A MAGYAR POSTA ZRT.
A LAP ELŐFIZETÉSBEN MEGRENDELHETŐ AZ
ORSZÁG BÁRMELY POSTÁJÁN, A HÍRLAPOT
KÉZBESÍTŐKNÉL,
WWW.POSTA.HU WEBSHOP-BAN,
(HTTPS://ESHOP.POSTA.HU/STOREFRONT/),
E-MAILEN A HIRLAPELOFIZETES@POSTA.HU CÍMEN,
TELEFONON 06-1-767-8262 SZÁMON,
LEVÉLBEN A MP ZRT. 1900 BUDAPEST CÍMEN.
LAPUNKAT SZEMLÉZI:

IMEDIA

6 HÍREK, ÉRDEKESSÉGEK

**10 ÚJDONSÁGOK
A HÁZTARTÁSI GÉPEK
VILÁGÁBÓL**

**12 ÉRDEKESSÉGEK
A SZÓRAKOZTATÓ
ELEKTRONIKA VILÁGÁBÓL**

14

**INNOVÁCIÓVAL
HÓDÍTJÁK MEG EURÓPÁT
INTERJÚ MAGYAR NORBERTTEL,**
a SharkNinja közép-kelet-európai
régiónvezetőjével



30

**A JELENLEGI TÁMOGATÁS NEM
ELÉG AZ EURÓPAI GYÁRTÁS
MEGŐRZÉSÉHEZ – ALAPVETŐ
VÁLTOZÁSOKRA VAN SZÜKSÉG
INTERJÚ PAOLO FALCIONI-VAL,
AZ APPLIA FŐIGAZGATÓJÁVAL**



**34 HARCOSOK
A FORRÓSÁG ELLEN**
Termékválogatás: Mobilklímák

**37 APPLE SHOP NYÍLT
AZ ALZA
BEMUTATÓTERMÉBEN**
Shop – in – shop üzlet



**44 ROLLER, SZERELEM,
SZÁGULDÁS**
Górcső alatt: Elektromos rollerek

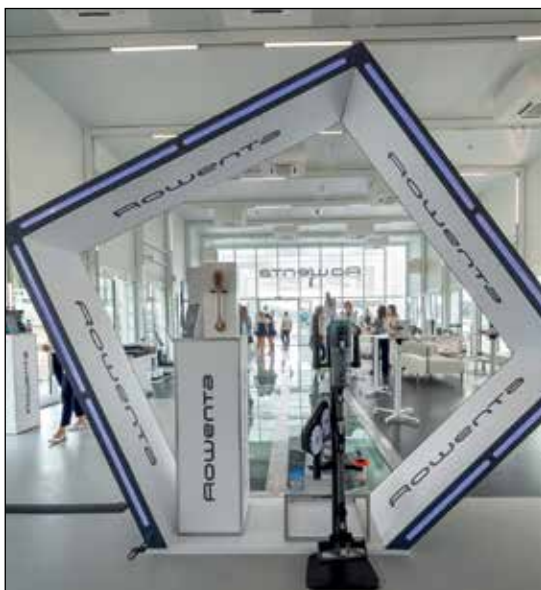
**46 TECHKÓSTOLÓ
A NAGYKÖVETSÉGEN –
ELEM6: DIZÁJN,
TECHNOLÓGIA, ÉLETSTÍLUS**
Beszámoló az elem6 rendezvényéről

**48 ASBIS: DISZTRIBÚCIÓBÓL
GLOBÁLIS MÁRKAÉPÍTÉS –
PARTNERNAP A JÖVŐ
TECHNOLÓGIÁIRÓL**
Beszámoló az ASBIS rendezvényéről

18

AIR AND WATER - ÉLMÉNY ÉS INNOVÁCIÓ A ROWENTA SZELLEMÉBEN

Beszámoló a Rowenta
rendezvényéről



20 75 ÉV ÖRÖKSÉG – JUBILEUMOT ÜNNEPELT A GORENJE A VÁRKERT BAZÁRBAN

Beszámoló a Gorenje
- Hisense rendezvényéről

22 FELÜLFAGYASZTÓS MEGOLDÁSOK

Termékválogatás:
Felfagyasztós hűtőszekrények

38

KÍNAI MARKÁK EURÓPÁBAN: FENYEGETÉS VAGY ÚJ REALITÁS?

Kerekasztal-beszélgetés Huczka Istvánnal,
Magyar Norberttel, Tóth Péterrel és Azurák
Zsolttal.



52 PWC E-TOPLISTA 2024

2024 online kereskedőinek rangsora

56 GYERE A DISCO CLUB ELÉ...

Górcső alatt: Bluetooth hangszórók





Kedvezményes szállás és utazás az IFA-tól

A szakmai látogatók, kiállítók és média képviselői exkluzív ajánlatokat kapnak utazásra, szállásra idén az IFA-tól. A szeptember 5. és 9. között megrendezésre kerülő szakmai eseményre kedvezményesen lehet utazni, több mint 310 helyszínről. A látogatók árcsökkenett repülőjegyeket kaphatnak Classic és Flex tarifákkal (kivéve a Green és Economy Light osztályokat) a Lufthansa Csoport által üzemeltetett járatokon, valamint az Air Canada és az United Airlines jóvoltából. Az ajánlat 2025. augusztus 29. és szeptember 16. közötti utazásokra érvényes. Július 1-jétől

kedvezményes árak érhetők el Németországban belüli utazásokra is – beleértve az ingyenes városi jegyeket és az első osztályú ülőhelyfoglalásokat. Ez az ajánlat 2025. szeptember 3. és 11. közötti utazásokra érvényes, és a foglalásokat az IFA foglalási portálján keresztül lehet leadni. Ezenkívül a Messe Berlin közvetlen közelében található, kiválasztott tophotelek akár 30 százalékos kedvezménnyel is foglalhatók az IFA keretében. Ezeket a hivatalos Event-Beds weboldalon keresztül tehetik meg a látogatók. Hat vagy több szobafoglalás esetén különleges támogatás vehető igénybe. A korlátozott férőhely miatt a korai foglalás ajánlott.



*André Dowling,
a De Dietrich Australia vezérigazgatója*

A De Dietrich belépett az ausztrál piacra

A prémium háztartási készülékeket gyártó De Dietrich hivatalosan is megérkezett Ausztráliába. 2025 júniusában megnyitotta első bemutatótermét Sydney Rozelle városrészében, „La Galerie” néven. A gyártó célja, hogy új szintre emelje a konyhatervezést és erősítse az együttműködést a helyi szakemberekkel. A bemutatóterem központként szolgál majd dizájnerek, építészek és szakácsok számára. A látogatók többek között megismerhetik itt a Philharmonie sorozat csúcskategóriás termékeit, például az önkalibráló sütőt vagy az első teljesen integrált mosó-szárítógépet. A márka prémium szolgáltatást is bevezet, amely magában foglalja a személyes termékbemutatókat és a professzionális telepítést. A sydneyi bemutatótér csak a kezdet: a De Dietrich további showroomokat tervez nyitni Melbourne-ben, Perthben és Brisbane-ben.

Környezetbarát hűtés költséghatékonyan

A hagyományos légkondicionálók az épületek globális energiafogyasztásának akár 20%-áért is felelősek a Nemzetközi Energiaügynökség (IEA) adatai szerint. Nem hatékony működésük nemcsak a klímaválságot súlyosbítja, hanem komoly kihívásokat jelent a háztartások és a vállalkozások számára, például a magas villanyszámlákkal és a szén-dioxid-kibocsátás növelésével. A TCL fogyasztóközpontú megközelítéssel, fejlett AI-technológiai kutatással és termékinnovációk alkalmazásával fejleszt rendkívül hatékony AI-alapú légkondicionáló megoldásokat. A TCL AC által kifejlesztett úttörő T-AI energiatakarékos technológia 37% feletti energiamegtakarítást ér el, és ezzel új korszakot nyit a globális légkondicio-



náló iparág alacsony szén-dioxid-kibocsátási törekvéseiben. A mesterséges intelligencia-chipek beépítésével a kompresszorvezérlő rendszerekbe, ezredmásodperces szintű döntéseket tesz lehetővé a környezetérzékeléstől és az igények előrejelzésétől a dinamikus frekvenciaszabályozásig. Ez a technológia segít a felhasználóknak csökkenteni az áramköltségeket, miközben támogatja a globális fenntarthatósági célokat.



iF Design Award a Liebherrnek

Idén a neves formatervezési díjra közel 11 000 pályamű érkezett 66 országból. A Liebherr a Vinidor és a Vinidor Selection sorozat új, pult alá építhető borhűtőivel nyerte el a fődíjat. A gyártó 2024-ben újonnan bemutatott Vinidor és Vinidor Selection sorozatú pult alatti

borhűtői ideális tárolási feltételeket kínálnak bármilyen bor számára az egy- vagy kétzónás hűtésnek köszönhetően. A meglévő 82-88 centiméteres magasságváltozatok mellett a modellek mostantól 86-92 centiméteres magasságban is kaphatók, így maximális tervezési rugalmasságot biztosítanak még korlátozott hely esetén is. Elegáns kialakításuknak köszönhetően a

készülékek harmonikusan illeszkednek a legkülönbébb helyiségkonceptiókba. A kétoldali LED-es fénycsíkok és a szabályozható kijelzővilágítás lenyűgözően mutatják meg a tárolt borokat. A részletesen átgondolt tervezésnek köszönhetően a készülékek a funkcionalitás, a dizájn, az innováció és a hatékonyság értékelési kategóriában elnyerték az iF Design Award 2025 díjat.

Támogat a Candy Haier

Rendszeres eszkozádományozással, a szervezet karitatív programjainak, illetve fenntartható működésének támogatásával segíti a Magyar Ökumenikus Segélyszervezet értékteremtő munkáját a Candy Hoover Hungary Kft. A nemrégiben megkötött hároméves stratégiai partnerségi megállapodás értelmében az okos háztartási gépeket forgalmazó vállalat már májustól bekapcsolódott a karitatív szervezet országos segélyakcióiba.

– Munkánk során is az adja számunkra a legnagyobb inspirációt, ha pozitív hatással lehetünk mások életére: akár úgy, hogy a vásárlóinknak pénzt és időt takarítunk meg, akár azzal, hogy a legkorszerűbb, környezetbarát technológiát fejlesztjük. Ez motivál bennünket a társadalmi felelősségvállalásban, illetve a stratégiai partnerségek kialakításában is, hogy tudniillik segíthetünk, kényelmesebbé, jobbá tehetjük az emberek



Gáncs Kristóf és Huczka István

mindennapjait – hangsúlyozta Huczka István, a Candy Hoover Hungary Kft. ügyvezetője, majd hozzátette: – A Magyar Ökumenikus Segélyszervezettel kialakított együttműködés éppen azért kedves számunkra, mert illeszkedik cégünk filozófiájába, azzal támogathatjuk őket, amihez a legjobban értünk. Azon keresztül, aki ehhez a legjobban ért. Gáncs Kristóf, az Ökumenikus Segélyszervezet ügyvezető igazgatója elmondta:

– a szervezet sikeres működése, valódi ereje egyrészt annak a mintegy ötszáz kollégának és több ezer önkéntesnek köszönhető, akik a legjobb tudásuk szerint, energiát nem kímélve dolgoznak a közvetlen környezetük és a világ jobbá tételén, másrészt azoknak a cégeknek, akik ugyanilyen elkötelezetten támogatnak bennünket céljaink megvalósításában. A Candy Hoover Hungary Kft.-ben egy ilyen partnerre leltünk.



Megérkeztek a TCL C-szériás tévéi Bang & Olufsen hangrendszerrel

A TCL és a Bang & Olufsen ismét összefogott, hogy új szintre emeljék a prémium szórakoztatást.

A Bang & Olufsen lenyűgöző hangzásvilága mostantól elérhető a TCL legújabb C-sorozatú QD-Mini LED

televízióiban, valódi moziélményt nyújtva filmekhez és játékokhoz egyaránt.

A Bang & Olufsen és a TCL csapatai a fejlesztés során szorosan együttműködtek annak érdekében, hogy minden hang úgy szólaljon meg, ahogyan azt az alkotó megálmodta. A QD-Mini LED technológia pedig olyan élénk képi megjelenítést nyújt, amely mintha kilépne a képernyőből.

„A TCL-lel való együttműködésünk folyamatosan bővül, és büszkék vagyunk rá, hogy a Bang & Olufsen hangzásvilága, amelyet hangmérnöki tudásunk hajt, mostantól a TCL legújabb televíziómodelljeiben is megtalálható” – fejtette ki Duncan McCue, a Bang & Olufsen üzletfejlesztési és stratégiai partnerségeket felelős alelnöke.

„Ez a partnerség a közös értékekre épül – a tervezésre, a minőségre és arra, hogy a vásárlók számára tartalmas élményeket nyújtsunk. A TCL C-sorozat kiválasztott modelljei – különösen a C7K, C8K és C9K Audio by Bang & Olufsen hangzással 2025 tavaszától elérhetők Európában.”

Rekord eladásokat dönt a Nintendo

A Nintendo Switch 2 lett minden idők leggyorsabban fogyó konzolja. A gyártó közleménye szerint a június 5-i megjelenést követő négy napban 3,5 millió darabot adtak el az új konzolból világszerte. A Switch utódját januárban jelentette be a Nintendo, ami valamivel nagyobb és erősebb is az előző konzolnál. Ugyanakkor az is tény, hogy a Switch 2 az eddigi legdrágább Nintendo-konzol, ráadásul a játékok ára is emelkedett.





Tízből kilencen aggódnak

Az okos technológiák és a mesterséges intelligencia egyre növekvő térnyerésével párhuzamosan előtérbe kerül az adatbiztonság kérdése: a Samsung friss felmérése szerint 10-ből 9 európai – a válaszadók 88%-a – fejezi ki aggodalmát személyes adatai védelme miatt. A nagyvállalat legújabb kutatása – amelynek keretében több mint 8000 Y és Z generációs (1980 és 2010 között születettek) lakost kérdeztek meg Európa-szerte – rávilágít a felhasználók adatbiztonsági kérdéseket érintő hozzáállására. Az eredmények szerint az európai fiatalok több mint egyharmada (36%) nem foglalkozik okoseszközei biztonságával. Ezzel szemben minden második válaszadó (49%) napi szinten gondol a mobiltelefonján tárolt adatainak biztonságára. Ez az eltérés egy fontos vakfoltra hívja fel a figyelmet, tekintve az okoseszközök kiterjedt csatlakoztatott hálózatát, valamint figyelembe véve, hogy az előrejelzések szerint az okosotthonok száma Euró-

pában 2028-ra várhatóan meghaladja a 100 milliót. Az elmúlt egy évben a felhasználók közel egyötöde (18%) nem osztott meg adatokat okoseszközök között adatvédelmi kockázatokra hivatkozva. A kutatási eredmények fényében a Samsung megerősíti elkötelezettségét amellett, hogy a mesterséges intelligencia térnyerése mellett erős biztonsági intézkedésekkel és átlátható adatvédelmi beállításokkal támogassa a felhasználókat.

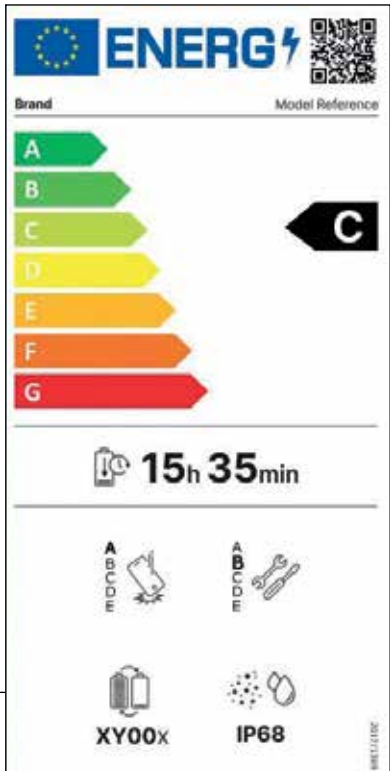
Itt a HDMI 2.2

Véglegesítették a HDMI 2.2-es specifikációját, ami azt jelenti, hogy a gyártók elkezdhetik beépíteni a termékeikbe. A fejlesztés az aktuális verzióhoz viszonyítva kétszer nagyobb sávszélességet, konkrétan 96 Gbps-ot biztosít, és ennek hála lehetségessé válik a 16K-s felbontás is 60 Hz-es frissítési frekvencia mellett. Ehhez azonban Ultra96 jelzésű kábelek kellenek majd. A HDMI új jelölési rendszert is bevezet, vagyis az Ultra96-re való hitelesítés kötelező

lesz, a gyártóknak pedig egyénileg kell tesztelniük minden kiadott kábelverziót. Ezzel azt próbálják elérni, hogy ha a kábelre rá van írva az elvileg támogatott szint, azt a valóságban is tudja biztosítani.

Júniustól energiacímkét kaptak a mobiltelefonok és tabletek is

2025. június 20-tól az Európai Unió területén, így Magyarország is kötelező a háztartási gépeknél már teljesen megszokottak számító energiacímkével ellátni minden újonnan forgalomba hozott mobiltelefont és táblagépet. Az új szabályozás célja, hogy átláthatóbbá tegye a készülékek energiafogyasztását, tartósságát és javíthatóságát, valamint elősegítse a környezettudatosabb vásárlói döntéseket. A címkék az A–G közötti energiaosztály mellett olyan technikai paramétereket is tartalmaznak, mint az akkumulátor üzemideje és várható élettartama, a készülék hatékonysági osztálya, törésállósága, a por- és vízállóság mértéke (IP-besorolás), valamint egy úgynevezett javíthatósági pontszám is helyet kap rajtuk. A címke kötelezően megjelenik majd a csomagoláson, és a bolti termékcímkén is. Ezzel a döntéssel az EU nemcsak a fogyasztói informáltságot szeretné növelni, hanem hozzájárulna az elektronikai hulladék csökkentéséhez és a készülékek hosszabb élettartamához is.



Újdonságok Nagyonzöldök

Hajvédelem a Panasonic-tól

A már kapható EH-NA0J által fémjelzett Panasonic hajszárító-sorozat két modellel egészül ki: az EH-NA9N és az EH-NA7M. A szabadalmaztatott nanotechnológia nedvességet juttat a hajba, belülről hidratálja, simítja és erősíti a szálakat. A sorozat minden stílushoz a megfelelő hajápolást kínálja. Míg az EH-NA7M fokozza a fényt, az EH-NA9N pedig megelőzi a haj károsodását, addig az EH-NA0J erősítő és színvédő funkciókat is kínál. Az új modellek továbbfejlesztett légáramlással rendelkeznek a gyorsabb szárítás érdekében, és energiatakarékosabbak. Az 1600 wattos teljesítménynek köszönhetően a gyártó azt állítja, hogy a haj gyengéden szárad és védve van a hőkárosodástól. Az EH-NA9N nanotechnológiával és ásványi anyagokkal védi és erősíti a haját, amely hidratálja a szálakat és a fejbőrt. Az EH-NA9N cinkionokat is juttat a hajba. Tudományosan bizonyított, hogy a cink javítja a haj és a fejbőr hosszú távú egészségét, ezért is használják sérült vagy töredezett hajra szánt táplálékkiegészítőként, valamint a hajhullás csökkentésére.



Új beépíthető Miele borhűtők

A Miele kínálatában három új, obszidiánfekete borhűtő érhető el, amelyek számos innovatív technológiát kínálnak. Külön figyelmet érdemel az egyzónás KWTUS 7055 F modell, amely egyedülálló SommelierSet készlettel rendelkezik, lehetővé téve a bor felszolgálásának magasabb szintre emelését. Ez a modell 12 darab 0,75 literes palack tárolására alkalmas. Választható továbbá a KWTUS 7054 F nevű készülék, amely már 44 palack tárolására képes. Emellett a piacon megjelenik egy kétzónás KWTUS 7074 F borhűtő is, amely 32 palack hűtésére alkalmas. Minden új modell rendelkezik ActiveHumidity technológiával, amely optimális páratartalom-szabályozást biztosít – ez kulcsfontosságú a bor megfelelő érleléséhez. Emellett UV-álló szigetelőüveggel is fel vannak szerelve, amely megőrzi az értékes bort a nap sugaraitól. A rezgéscsillapító technológia biztosítja, hogy a bor zavartalan környezetben legyen tárolva, ami hozzájárul az optimális éréshez és a minőség megőrzéséhez.

Új mosogatógépek a Haiertől

A Haier hamarosan megújuló beépíthető termékkínálatának része az új XPI 8D9FFB mosogatógép, amely első pillantásra leginkább egy beépíthető sütőre emlékeztet. A 60 cm magas modell két kosárral rendelkezik és nyolc teríték befogadására alkalmas. A másik újdonság a termékkínálatban a XDD 65E5LS fiókos mosogatógép, amely a hatos szám jegyében született meg: 6x6 kapacitású és 6 programot kínál. A 88 cm magas készülék pult alá építhető és kiválóan igazodik minden konyha enteriőrébe.



Szabadtéri sütő Ninja módra

A Ninja Artisan kültéri sütő és pizzasütő a hagyományos kemencék világát idézi meg. A kompakt elektromos kivitelnek köszönhetően bárhol könnyedén elhelyezhető a modell, amely akár 370 fokok hőmérsékletre is felfűthető. Percek alatt eléri az optimális sütési hőmérsékletet, így az ételkészítés ideje is lerövidül. Az egyenletes hőelosztás és a precíz vezérlés garantálja, hogy mindig tökéletesek legyenek a fogások, legyen az pizza vagy hús. A belső tér mérete miatt alkalmanként egy 30 cm-es pizza vagy 6 darab csirkemell vagy 1,3 kg hasáburgonya készíthető el.



75 éve veled a mindennapokban

ÉS EZ MÉG CSAK A KEZDET!

Érdekségek



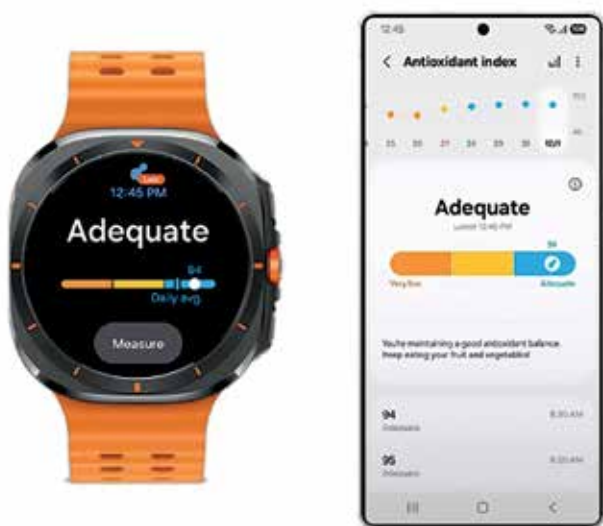
Összehajtható laptop a Huaweitól

A Huawei bemutatta a MateBook Fold Ultimate névre keresztelt, összehajtható laptopját. A készülék lényegében egyetlen hatalmas OLED-kijelzőből áll, amely fél-behajtvá egy 13 hüvelykes, hagyományos notebookként realizálódik. Kinyitva azonban egy 18 hüvelykes, 3296 × 2472 képpontos, akár 1600 nites fényerő kibocsátására képes óriás kijelző lesz. A modell kinyitott állapotban mindössze 7,3 milliméteres vastag, amivel a termékkategória egyik legvékonyabb darabja. Továbbá ez az első olyan laptop, melyen a gyártó saját fejlesztésű HarmonyOS 5 operációs rendszere fut. A termék egyelőre csak a kínai piacon érhető el.

Képernyőből Okos TV

Az új THOMSON Go CAST 150 könnyedén átalakít bármilyen képernyőt okostévéné. A kompakt HDMI adapter másodpercek alatt teljes Google TV élményt nyújt bármilyen régi televízió vagy kijelzőn, ráadásul mindezt kristálytiszta 4K felbontás és Dolby Atmos hangzás mellett. A Go CAST 150 segítségével bárhol hozzáférhetünk kedvenc tartalmainkhoz. A csatlakozás után a felhasználókat a Google TV intuitív felülete fogadja – letisztult, könnyen navigálható, és intelligens. Például a nézési szokások alapján tartalmakat ajánl. A Google Play Áruházon keresztül közvetlen hozzáférést biztosít a legnépszerűbb platformokhoz, mint a Netflix, a Prime Video, a Disney+, a YouTube, a Spotify és még sok más. Ráadásul a többfelhasználós profiloknak köszönhetően a háztartás minden tagja élvezheti a saját, személyre szabott ajánlásait. Emellett a beépített Google Cast funkcióval másodpercek alatt könnyedén streamelhetünk telefonról is. A beállítás mindössze néhány percet vesz igénybe. A kézbe illő Go CAST 150 könnyedén elfér bármilyen táskában, így ideális utazáshoz is.





Új funkciók a Galaxy Watch okosórán

Több új funkciót kínál a hamarosan érkező Galaxy Watch okosóra. Ilyen a Bedtime Guidance (Alvásrutin javaslat), amely az alvás optimalizálásáért felel, és a Vascular Load (Szív és érrendszeri terheltség menedzsment), amely alvás közben méri az érrendszerre nehezedő terhelést. A Running Coach (Személyre szabott futóedző) a személyes edzésterv kidolgozásában segít, az Antioxidant Index (Antioxidáns-index) pedig a karotinoidok szintjét méri az egészséges öregedés érdekében. Az új funkciók a One UI 8 Watch részeként érkeznek, amely a hamarosan megjelenő Galaxy Watch szérián válnak elérhetővé. A funkciók azonban már előtte megismerhetők lesznek egy bétaprogram keretében, amelyet korlátozott számú Galaxy Watch felhasználó próbálhat ki.

Prémium hangzás a JBL kínálatában

A JBL Bar sorozat (1000MK2, Bar 800MK2, Bar 500 MK2 és Bar 300MK2) Harman MultiBeam 3.0 technológiát használ, amely valódi surround hangzást biztosít egyetlen soundbarból. A prémium hangzásért továbbá a Dolby Atmos, a DTS:X és a levehető hátsó hangszórók gondoskodnak. Ezenkívül a JBL soundbarok mostantól SmartDetails funkcióval is rendelkeznek. Ez az új Harman technológia a finom hangzásbeli árnyalatokat is reprodukálja, a halk lépésektől kezdve a padlódeszka hangos nyikorgásáig. Az új soundbar modellek most először tartalmaznak mesterséges intelligenciával alapú Sound Boost funkciót is, amely még nagy hangerőn is torzításmentes, erőteljes basszust biztosít.



Rádió másként

A Telestar GmbH tovább bővíti digitális rádiótermék-kínálatát. A Top 200, 250 és 300 modellek mostantól fa kivitelben is elérhetők. Az új, ASA figyelmeztető rendszerrel ellátott multifunkciós rádiók számtalan rádióállomás vételét kínálják a világ minden tájáról DAB+/FM és internetes rádión keresztül. Bluetooth 5.3 kapcsolattal audio streaming is lehetséges, de a zene közvetlenül USB-meghajtóról is lejátszható. A Bluetooth adó-vevő funkcióval a rádiók külső eszközök vevőjeként, vagy vezeték nélküli hangszórók és fejhallgatók adójaként is használhatók. Az egyénileg programozható éjszakai üzemmóddal a kijelző automatikusan ki- és bekapcsol a meghatározott időpontokban.



Magyar Norbert

Innovációval hódítják meg Európát

A SharkNinja név az elmúlt években egyre ismertebbé vált világszerte, de Magyarországon és a közép-európai régióban csak nemrég kezdte meg igazán komoly térhódítását. A közép-kelet-európai régiót vezető Magyar Norberttel arról beszélgettünk, hogyan épül fel a márka dinamikus növekedési stratégiája, miért az edukáció és a fókuszált termékkínálat jelenti a siker kulcsát, és mi különbözteti meg a cseh, szlovák és magyar kereskedelmi gondolkodást egymástól. Az interjúból az is kiderül, hogyan lesz egy jól működő termékből magától terjedő ajánlás, és miért számít ma többet a fogyasztó véleménye, mint bármilyen marketingkampány.

Shark NINJA

Tavaly ősz óta Ön vezeti a SharkNinja közép-kelet-európai régióját. Kérem, mutassa be röviden a vállalat hátterét, és a két márkát!

A SharkNinja története két külön márkából ered. A Shark Kanadából indult, elsősorban porszívókra specializálódva, a Ninja pedig az Egyesült Államokból, konyhai kisgépekkel. A 2000-es évek elején a két brand egyesült, és Massachusetts államba helyezték át a központot. Az európai piacra 2012-ben léptek be az Egyesült Királyságon keresztül. A globális terjeszkedés 2024-ben újabb

lendületet kapott, egyszerre 19 országban indították el a bevezetést – köztük a közép-európai régióban is.

Hogyan épül fel a közép-európai operáció?

A régiós disztribúciós jogokat az SN-CEE Bravo Kft. kapta meg, amely Magyarországot, Csehországot és Szlovákiát felel. Az én feladatom, hogy régiós vezetőként összehangoljam a három ország működését. A célunk azonban ennél is ambiciózusabb, mert az elmúlt időszak tapasztalatai és eredmé-

nyei alapján szeretnénk újabb országokat is integrálni a jövőben a SharkNinja további expanziós folyamataiban.

Milyen alapvető pillérekre épül a SharkNinja hosszú távú növekedési stratégiája, és hogyan tudják ezeket az értékeket hatékonyan közvetíteni a digitális térben?

A SharkNinja fejlődése három rendkívül erős pilléren nyugszik, amelyek hosszú távon is biztosítják a fenntartható növekedést.

Az első pillér a meglévő kategóriák bővítése, ahol olyan új modellekkel bővül a kínálat, amelyek fejlettebb funkciókat, prémium felszereltséget és jobb ár-érték arányt kínálnak. A második pillér a folyamatos nyitás az új termékkategóriák felé, vagyis olyan szegmensek meghódítása, ahol korábban még nem voltak jelen. A harmadik tényező pedig egy rendkívül intenzív, globális szintű expanzió, amelynek részeként 2024-ben nagyszabású márkabevezetés és piaci építkezés indult el, beleértve a közép-európai régiót is.

A SharkNinja kifejezetten erős online jelenléttel rendelkezik, és nagyon érzékenyen reagál a digitális trendekre. Mivel folyamatosan innovatív megoldásokat kínál, ezeket a termékeket különösen hatékonyan lehet bemutatni a digitális csatornákon keresztül. A márka unikális hozzáállása – amit eleinte szokatlannak találtunk, de mára teljes mértékben igazoltunk látunk –, hogy náluk a marketing egyik fő célja az, hogy minden háztartásba bekerüljön legalább egy SharkNinja termék. Onnantól ugyanis maga a fogyasztó válik a márka nagykövetévé, megosztja a saját tapasztalatait, bemutatja a terméket ismerőseinek, barátainak és ez a fajta személyes ajánlás sokszor hitelesebb bármilyen hirdetésnél. Saját példával élve, magam is rendszeresen szembesülök azzal, hogy privát környezetben önkéntelenül elkezdek mesélni a termékekről, megmutatom, mit tudnak, és gyakorlatilag már termékbemutatót tartok – pusztán azért, mert valóban hiszek benne.

Mit jelent az innováció a SharkNinja számára a mindennapi fejlesztési folyamatok szintjén?

A vállalat több mint ezer mérnököt alkalmaz világszerte, számos fejlesztőközponttal és sok száz szabadalommal rendelkezik. Minden új terméket 1000–1500 háztartásban tesztelnek, és csak akkor kerül piacra, ha eléri az ötszörös visszajelzési szintet. Még apró részletekre is odafigyelnek – például egy hőfokszabályzó hangja is lehet szempont egy termék tökéletesítésekor. Számos új termék-

„A hagyományos márkákkal szemben a SharkNinja abban tud versenyelőnyt teremteni, hogy valódi újdonságokat hoz a meglévő árucsoportokba is – de emellett képes teljesen új kategóriákat is meghonosítani. Ez az, amihez mások csak később próbálnak alkalmazkodni.”

csoport esetében jelenleg is aktívan zajlanak a fejlesztések, és körülbelül egyéves előre tekintéssel dolgozunk. Ezek a fejlesztések jellemzően piacra lépéssel zárulnak le.

Milyen új termékek jelentek meg a régióban, és mit várhatunk még 2025-ben?

A Creami fagyaltkészítő világszerte sikert aratott, régiókban is nagy érdeklődés övezte. Az idén érkezett a Slushi jégkásagép bevezetésekor az online készlet már az első napokban elfogyott, noha retail partnerekhez még el sem jutott. A nyár folyamán jelenik meg a Crispi, egy új típusú airfryer, amely szakít a hagyományos megoldásokkal, és teljesen új technológiával működik. Nem csupán formavilágában tér el a megszokott forrólevegős sütőtől, hanem a használatában is. Egy olyan kompakt készülékről beszélünk, amelyet bárhová magával vihet, és egyszerűen egy üvegtálra csatlakoztatva képes ételt készíteni. A mobilitása, az egyszerű kezelhetősége és az újragondolt dizájnja révén egészen új élményt nyújt a felhasználóknak. Ezekben a napokban a régióban megjelenünk a kávégép szegmensben is, kifejezetten a jelenlegi trendekhez igazodva, a modern barista-élményt kínáló és stílusos megoldásokkal lépünk a piacra – vagyis semi-automata kávégépekkel, amelyek a dizájn és a felhasználói élmény szempontjából is kiemelkedőek. A 2025. év utolsó negyedévében bevezetésre kerül egy teljesen új termék kategória is, amely az egészségápolási szegmenst célozza meg. Ez a Shark CryoGlow névre hallgató úgynevezett „kryo maszk”, mely egyesíti a LED-fényterápiát és a hideghullámos technológiát, és egy teljesen új piacra nyitja meg számunkra az utat.

Miben látja a siker kulcsát és hogy néz ez ki a gyakorlatban?

Részben a termékekben, de legalább annyira a termékhasználatban. Az elmúlt időszakban számunkra egyértelművé vált, hogy az edukációs jellegű termékkommunikáció a leghatékonyabb

út a vásárlók eléréséhez. A cél az, hogy olyan láthatóságot építsünk, ami valóban rezonál a fogyasztókkal. Ezt a stratégiát egy mikro- és nano-influenszer kampányra alapoztuk, amelyben több mint 100 tartalomkészítő dolgozik velünk együtt – edukatív videókat, recepteket, termékbemutatókat készítenek. Emellett offline tréningeket is tartunk retail partnereink számára, dedikált trénernek járják a boltokat, és felépítünk egy hatékony e-learning rendszert is.

A piacra lépés után egy szűkebb, fókuszáltabb portfólió mellett döntöttek.

Mi indokolta ezt a váltást, és milyen eredményeket hozott eddig ez a stratégia?

A piacra lépésünk után történt egy fontos stratégiai váltás, ma már tudatosan szűkebb, de fókuszáltabb portfólióval dolgozunk. A korábbi elképzelésekkel ellentétben nem 250 termékvariánsban (SKU) gondolkodunk, hanem 80–100 olyan termékre koncentrálnunk, amelyek a Shark és a Ninja márkák szempontjából kulcsfontosságúak. Ezekre a sikertermékekre építjük a jelenlétünket, és ezeket kezeljük kiemelt prioritással. Az eredeti terveinknek megfelelően ma már elmondhatjuk, hogy minden jelentős kereskedelmi láncban jelen vagyunk a régióban, online és offline egyaránt. A piaci mérések szerint több szegmensben – például ételkészítés vagy Airfryer – már kétszámjegyű részesedést értünk el.

Ma már nemcsak a preferált csatornáknál, hanem néhány olyan platformon is megtalálhatóak vagyunk, amelyek eredetileg nem szerepeltek a céljaink között. Éppen ezért kiemelt jelentősége van annak, hogy a SharkNinja központja elindított egy autorizációs programot, amely meghatározza azokat a partnereket, akiket hivatalosan támogatunk. A program keretében csak az erre jogosult viszonteladók vehetnek részt a központi marketing és kampány kommunikációkban, és minden olyan értékesítő, aki ezen kívül esik, jogilag is kizárható a promóciós és reklámtevékenységekből.



Milyen kihívásokkal szembesültek a termékbevezetések során?

Az amerikai és a brit piac a gyártókapacitás 70–80%-át lefoglalja, ezért számunkra időnként nehézséget okoz, hogy az új termékek elérhetőek legyenek a régióban a kampányokkal összhangban. A probléma orvoslására most már három európai logisztikai központból – Lengyelországból, Hollandiából és Franciaországból – szolgáljuk ki a régiót. Ez azért jelentős változás, mert bizonyos népszerű termékből korábban nem tudtunk elegendő mennyiséget biztosítani, a jövőben azt remélem a megnövekedő igényeket is ki tudjuk majd elégíteni.

A vállalat a jövőben egy esetleges európai gyártóegység megnyitását is fontolóra vette, ez ugyanakkor rendkívül összetett kérdés, elsősorban a minőségi követelmények miatt. A SharkNinja termékek meghibásodási rátája rendkívül alacsony szinten van, amit a saját tapasztalataink is alátámasztanak. Ez azt jelzi, hogy



kiemelkedően szigorú minőségellenőrzési rendszer működik. Éppen ezért rendkívül nehéz új országban gyártást indítani, a kínai gyártókapacitások ezen a téren olyan szintre jutottak, amelyet egyelőre nem tud más régió érdemben reprodukálni.

A gyors növekedés belső változásokat is hozott?

Igen, újra kellett szerveznünk a marketingműködést. Lecseréltük a régiós marketingügynökséget, országonként specializált, célcsoport-fókuszú partnerekkel dolgozunk. Ez utólag egyértelműen jó döntésnek bizonyult, mert így célzottabb módon, kisebb tematikus egységek mentén tudunk együtt dolgozni valóban hozzáértő szakemberekkel – ez pedig jelentősen növeli a hatékonyságot.

Továbbá Csehországban új régiós vezetőt nevezünk ki, aki nagyon jól ismeri a kisgép szektort, és képes erős kapcsolatokat ápolni a legfontosabb kereskedőkkel. Az együttműködés már most, egy bő hónap után is visszaigazolta a döntés helyességét. A korábbi és a jelenlegi működési modell között szinte fényévnyi a különbség – legyen szó hatékonyságról, gondolkodásmódról, mentalitásról vagy a szakmai hozzáállásról. Kifejezetten inspiráló és izgalmas időszak ez számunkra.

Miben látják a legfőbb különbséget a magyar és a cseh-szlovák piac működése között?

Az elmúlt hónapokban szerzett tapasztalataim alapján azt látom, hogy a magyar műszaki kereskedelemben létező, berögződött működési modellek és esetleges rossz beidegződések a cseh vagy szlovák piacon egyszerűen nem lennének életképesek. Ez a két piac rendkívül innovatív, nyitott és eredményorientált. A velük való együttműködés számomra is tanulságos volt, az egyik legfontosabb különbség, amit megtapasztaltam, hogy ezekben az országokban az adott szónak súlya van. A másik fontos különbség a professzionális hozzáállás, a kereskedők kizárólag a számok alapján döntenek, és senkinek sincs előre lefoglalt helye egy portfólióban. Ha egy márka nem teljesít – legyen szó akár a világ legjobb okostelefonjáról vagy porszívójáról –, nagyon gyorsan ki is kerül a kínálatból. Itt a margin a döntő tényező, nem pedig a márkanév vagy a múltbéli eredmények. A legnagyobb hatású „algoritmus” maga az üzleti logika, amit a kereskedő szeretne eladni, azt fogja a fogyasztó is látni – és ennek ereje óriási. Képesek egy hét alatt nulláról ezer darabos eladásig jutni egy-egy termékkel. Ez a dinamika egyszerre lenyűgöző és motiváló.

Vannak egyedi értékesítési megoldásaik is Csehországban?

A cseh piac több szempontból is érdekes. Bár a három legnagyobb szereplő közel 400 fizikai üzlettel rendelkezik, az offline hálózat még így sem fedi le a teljes piac 30%-át sem, mivel a kisgépek esetében az online értékesítés dominál. A polci kihelyezésért nagy a verseny, de mára világossá vált, hogy nem ez a legfontosabb tényező – sokkal meghatározóbb az, hogy online térben előkelő helyen szerepeljünk, ahol az algoritmusok kiemelten kezelik a terméke-

inket. A közelmúltban jelentős előrelépést értünk el a cseh piacon, amikor bekerültünk partnereink ún. „back stock” rendszerébe. Ez azt jelenti, hogy bár a termék nincs kihelyezve a polcra, mégis azonnal elérhető az üzlet háttértárából. Így, ha egy vásárló online lead egy rendelést, akár 30 percen belül át is veheti az adott boltban. Ez a megoldás valós alternatívát kínál a hagyományos csomagpontokkal szemben: gyors, hatékony és kényelmes. Az online jelenlét és a háttértárári készlet kombinációja mérhető forgalmat és látványos növekedést eredményezett, különösen a kiszolgálás sebessége és az átvételi élmény minősége terén.

Amikor tavaly novemberben debütált a SharkNinja Magyarországon, a SELL magazin úgy fogalmazott, a márka nemcsak megérkezett, hanem berúgta az ajtót. Hét hónap működés után mit vár a közeljövőtől?

Azt korábban is jeleztük, három éven belül a piac meghatározó szereplőjévé kívánunk válni, akár piacvezetővé is. Ez az ambíció továbbra is él bennünk, és ennek eléréséhez következetesen dolgozunk. A tradicionális, nagy múltú márkákkal szemben a SharkNinja sikerének kulcsa abban rejlik, hogy a már jól ismert árucsoportokon belül is képesek vagyunk valóban innovatív megoldásokat hozni, amelyek a fogyasztók számára újdonságot jelentenek. Emellett azonban van egy olyan versenyelőnyünk, amely a piaci szereplők többsége számára komoly kihívást jelent: új kategóriákat teremtünk.

Az, hogy a vásárlói igények milyen ütemben és mértékben fognak áthelyeződni ezekre az új árucsoportokra a hagyományos megoldások rovására, komoly kérdés – és egyben jelentős kockázati tényező a versenytársaink számára. Éppen ezért tartom különösen előremutatónak, hogy a SharkNinja ebben a folyamatban irányt szab, miközben más márkák inkább csak alkalmazkodni próbálnak.

Természetesen nem gondoljuk, hogy ez egyik napról a másikra fog bekövetkezni. Nekünk is sok munkánk lesz még abban, hogy ezeket az új kategóriákat bevezessük, megalapozzuk a márkaismertséget, és kiépítsük a vásárlói bizalmat. Ez azonban a kezdetektől fogva célunk volt, és tudjuk, hogy idő és türelem kell hozzá – ahogy mondani szokás, Rómát sem egy nap alatt építették fel.



Prémium élmény a szénsavasításban

A nyár beköszöntével a szénsavasítás is magasabb fokozatba kapcsol. A SodaStream legújabb készüléke, az Enso ehhez tökéletes választás. A fémházas szénsavasító kiemelkedő minőséget képvisel, különleges anyaghasználatának és megjelenésének köszönhetően. Kétség nem fér hozzá, a prémium élményt hozza el az otthoni szénsavasításba.

„Az Enso-ban testesül meg minden eddigi tapasztalatunk és tudásunk, amire az elmúlt évtizedekben a szénsavasító gépek terén szert tettünk” – hangsúlyozta Széll-Szőke Krisztina, a SodaStream termékmenedzsere. Hozzátette: a szénsavasító gépek mára elfoglalták az őket megillető helyüket a konyhákban és már hozzátartoznak a mindennapokhoz.

Persze, ez nem csoda, hiszen, aki egyszer megtapasztalja az otthoni szénsavas víz készítés kényelmét, az később sem szívesen mondana le róla. Az Enso azok számára tökéletes

választás, akik örömmel intenek búcsút a PET-palackos üdítő csomagok cipelésének, valamint a visszaváltással kapcsolatos kellemetlenségeknek.

Az Enso letisztult és kecses megjelenésével az igényes és stílusos konyhák díszé lehet. Dizájnját lágy vonalak és éles szögektől mentes kialakítás jellemzi. A szénsavasítás élményét a készülékhez tervezett stílusos szénsavasító palack is fokozza. A szénsavasító gomb megnyomását követően megjelenő buborékok szemet gyönyörködtetően, ezüstösen ragyognak a palackban. Ez a szénsavasító palack BPA-mentes és mosogatógépben is elmosható a maximális higiénia érdekében.

„Bár új szintre emeli az otthoni szénsavasítást, mégis magában hordozza azokat a forradalmi innovációkat, amelyeket a SodaStream az elmúlt években vezetett be az iparágba” – emelte ki Széll-Szőke Krisztina.

Egyik ilyen a QuickConnect-rendszer, amelynek köszönhetően a szénsavasító patron csavarás nélkül, biztonságosan és könnyedén pattintható be a helyére. Egy ilyen patronnal akár 80 liternyi szénsavas víz is előállítható otthon. A másik pedig az ízlés szerint szabályozható szénsaverősség. Az Enso emellett olyan praktikus megoldásokat vonultat fel, mint például a rozsdamentes acélból készült csepptálca, vagy a könnyen tisztítható szénsavasító fúvóka.

A SodaStream Enso tökéletes alternatíva az otthoni frissítők készítésére. Segítségével a nyári napokon is azonnal rendelkezésre állhat a felüdülést nyújtó, hűsítő szénsavas víz.





Air and Water Élmény és innováció a Rowenta szellemében

A Rowenta idén ünnepli fennállásának 141. évfordulóját – nem is akárhogyan. A legendás márka különleges szakmai rendezvénnyel emlékezett meg a jubileumról, amely a hagyományokat és a jövőbe mutató technológiákat egyszerre állította fókuszba. A Rowenta – Air and Water elnevezésű esemény május végén került megrendezésre a lenyűgöző környezetben található Stopper Úszóházban, a Duna budapesti szakaszán, az eseményre a SELL magazin is meghívást kapott. A természetes elemek – víz és levegő – ihlette tematikus nap nemcsak esztétikai élményt, hanem tartalmas szakmai programot is kínált a meghívott partnereknek.

Méltó ünnepélyességgel – 141 év nyomában

A rendezvény háziasszonya Czippán Anett televíziós személyiség volt, aki lendületesen vezette végig a programot. A hivatalos megnyitót Raskó Enikő, a Rowenta márkát képviselő Groupe SEB marketingvezetője tartotta. Beszédében kiemelte a Rowenta történelmi jelentőségét, a márka folyamatos fejlődését és azt a szemléletet, amely a kezdetektől fogva a felhasználók kényelmét és a technológiai innovációt helyezi középpontba. Technológia élőben – bemutatókkal és tapasztalatokkal
Az esemény egyik legnagyobb vonzerejét az élő termékbemutatók jelentették, melyek során a vendégek első kézből ismerkedhettek meg a Rowenta legújabb fejlesztéseivel. A gyakorlatban is bemutatott készülékek mindegyike a márka vízióját tükrözte: a funkcionalitás, a felhasználóbarát kialakítás és a prémium életérzés összhangját.

Rowenta Hair Therapist

A készülék az első gőzölős hajregeneráló kefe a piacon, amely nemcsak formáz, hanem aktívan hozzájárul a

haj egészségének helyreállításához is. A THERMAL CARE™ technológia percnként több mint 300 alkalommal ellenőzi és szabályozza a hő- és gőzkibocsátást, ezáltal kíméletes, mégis hatékony kezelést biztosít. A gyártói adatok szerint a készülék akár a sérült hajszálak 78%-át is képes regenerálni. A keratinnal bevont felület és a természetes sörték kombinációja elősegíti a haj simaságát és jobb kezelhetőségét, miközben enyhe fényt is ad a hajnak.

Rowenta X-Force Flex 14.80

A márka egyik zászlóshajója a vezeték nélküli porszívók között, amely akár 240 airwatt-os szívóteljesítményre is képes. A készülék automatikusan igazítja teljesítményét a padló típusához, így hatékonyan alkalmazkodik különféle felületekhez, beleértve a szőnyeget is. A készülékhez tartozó kivehető akkumulátor akár 90 perces üzemidőt biztosít, ami egy töltéssel elegendő lehet egy teljes lakás kitakarításához. A Flex technológia lehetővé teszi a bútorok alatti takarítást hajolás nélkül, miközben a LED-világítás segít a gyengén megvilágított területeken is észlelni a szennyeződések. A modell-

hez tartozik egy Aerospin felmosófej is, amellyel egyszerre lehet porszívózni és felmosni, így egy lépésben többféle tisztítási feladat végezhető el. A kézi egység súlya mindössze 1,8 kg, ami kényelmessé teszi a használatot, különösen a magasabbban vagy nehezen elérhető helyek tisztításakor.

Rowenta Nano hajszárító

Ez a kompakt méretű hajszárító mérete ellenére professzionális szintű teljesítményt kínál. A nanotechnológiának köszönhetően a készülék ionizációs rendszerrel működik, amely csökkenti a haj szállítását és a statikus feltöltődést, miközben hidratáltabbá és fényesebbé teszi a hajszálakat. Könnyű súlyának és ergonomikus kialakításának köszönhetően ideális társ utazások során is, miközben hatékonysága a szalonokban használt eszközökkel vetekszik.

Rowenta Air Motion Ultimate Experience (CF8C20E0)

A Rowenta a hajformázás egy új irányát képviseli az Air Motion Ultimate Experience készülékkel, amely nem hagyományos hővel, hanem irányított légmozgással formálja a haját. A modell egyik különlegessége, hogy nagy sebességű – akár 170 km/h-s – légáramot biztosít, így gyors és hatékony hajszárítást tesz lehetővé. A hajszárító ultrakönnyű és ergonomikus kialakítása megkönnyíti a használatot, a Coanda technológián alapuló fésű pedig segíti a haj egyenesí-





tését, csökkenti a gubancolódás esélyét, miközben sima és fényes felületet eredményez. A készülék emellett ionizációs funkcióval is rendelkezik, amely antistatikus hatása révén hozzájárul a haj könnyebb kezelhetőségéhez. A gyártó adatai szerint az Air Motion a korábbi Rowenta hajszárítókhoz képest 50%-kal könnyebb, ami különösen praktikus hosszabb szárítási folyamatok során.

Rowenta X-Clean 10 AI

A készülék egy vezeték nélküli porszívó, amely egyszerre képes a padló porszívózására és felmosására. Intelligens kialakításának köszönhetően nemcsak a folyékony és szilárd szennyeződések távolítja el hatékonyan, hanem az intuitív LED kijelző, a magyar nyelvű hangvezérlés és a szennyeződések valós idejű érzékelése is mind a kényelmes és eredményes használatot szolgálják. A készülék akár 60 percig is működik egyetlen töltéssel, ezalatt akár 400 m² felületet is



megtisztít. Egyetlen gombnyomással aktiválható az öntisztító üzemmód, amely során a készülék megtisztítja önmagát, majd meleg levegővel teljesen kiszárítja a rendszert – így sem baktériumoknak, sem kellemetlen szagoknak nem marad esélyük. A mikroszálas henger úgy lett kialakítva, hogy ne tekeredjenek bele a hajszálak vagy a házikedvencek szőrei, a tisztítás ezáltal zökkenőmentes és higiénikus marad. A készülék feje akár 180 fokban is elforgatható, így a nehezen hozzáférhető helyeken is könnyedén boldogul.



Rowenta Reverso CF9840

A készülék egy innovatív 2 az 1-ben hajápoló eszköz, amely hajszárítóként és meleglevegős hajformázó keféként is megállja a helyét. A hajszárító oldalt használva gyors és kényelmes előszárítást biztosít, majd egyetlen kapcsolással a készülék meleglevegős kefe üzemmódra vált. A légáramlás és a hő optimális kombinációja megkönnyíti a kívánt frizura kialakítását, legyen szó simításról, volumet adó szárításról vagy enyhe hullámokról.



Rowenta Twist Curl

Az L alakú hajsütővas a gyors és látványos hajformázás híveinek készült. A Twist Curl automatikusan felcsavarja a hajtincset, és tökéletes, ruganyos fürtöket készít percek alatt. A beépített időzítő és a három, állítható átmérő biztosítja,

hogy minden hajtípushoz igazítható legyen az eszköz. A használata egyszerű és biztonságos, így akár otthoni környezetben is professzionális eredményt érhetünk el vele.



Vízparti élmény, látványos csavarral

A termékbemutatók után egy látványos medencés show koronázta meg az estét, amely a víz és levegő látványelemeit ötvözve szimbolizálta a márka filozófiáját: természetes elemek és technológia harmonikus együttműködése. A vízen lebegő fényjáték, a zenei aláfestés és a művészi koreográfia méltó zárása volt az eseménynek.

A Rowenta – Air and Water rendezvény méltó példája volt annak, hogyan lehet egy márka múltját és jövőjét egyetlen esemény keretében megidézni – tartalommal, látvánnyal, és valódi élményekkel. A 141 éves Rowenta nemcsak emlékeztetett arra, honnan indult, hanem egyértelműen jelezte: a jövő is az ő kezükben van.

A Rowenta márkát 1884-ben alapították Németországban, és azóta is a prémium minőségű háztartási kisgépek egyik legismertebb európai képviselője. A márka neve egyet jelent az innovatív technológiával, a formatervezésre való igényességgel és a fenntarthatóság iránti elköteleződéssel.

A Rowenta a francia Groupe SEB tagja, amely a világ egyik legnagyobb háztartási gép-gyártó vállalata. A csoport olyan márkákat fog össze, mint a Tefal, Krups, Moulinex, WMF és Lagostina, és több mint 150 országban van jelen világszerte. A Groupe SEB évente több mint 350 millió készüléket értékesít, és mintegy 30 000 alkalmazottat foglalkoztat.



75 év örökség – Jubileumot ünnepelt a Gorenje a Várkert Bazárban

2025 május utolsó napjaiban a Gorenje 75 éves jubileumát ünnepelte a Várkert Bazárban megrendezett eseményen. A rendezvény nem csupán múltidéző alkalom volt, hanem a jövőbe mutató márkastratégia, pénzügyi eredmények és technológiai innovációk bemutatása is egyben. A Hisense-Gorenje csoport magyarországi leányvállalata közel 10%-os árbevétel-növekedéssel és egyre bővülő termékportfólióval zárta a 2024-es évet.

Egy szlovén faluból a világpiacig

A Gorenje története 1950-ben kezdődött egy azonos nevű szlovén faluban, ahol egy mezőgazdasági gépgyártó műhelyből nőtt ki magát a márka. 1958-ban kezdődött a háztartási gépek gyártása, szilárd tüzelésű kályhakkal, majd Velenjébe költözve gyors növekedésbe kezdett a vállalat. Az évtizedek alatt nemzetközi multicéggé vált, amelyhez mára több márka is tartozik – köztük a Mora, az Atag és az Asko is.

A Gorenje történetének mérföldkövei közé tartozik az 1961-es németországi piacra lépés, az első mosógép 1964-es, a hűtőszekrények 1968-as bemutatása, majd a modern beépíthető megoldások megjelenése. A vállalat 2018 óta a Hisense csoport tagja. A Gorenje hazai jelenléte 1991. október 26-án kezdődött, a Gorenje Budapest Kft. bejegyzésével.

Neves tervezők, zöld célok

Mára a Gorenje a háztartási gépek teljes spektrumát kínálja, és a dizájnról is kiemelt figyelmet fordít. A Gorenje történetéhez olyan neves formatervezők is kapcsolódnak, mint Pininfarina, Philippe Starck, Karim Rashid vagy Ora Ito, és több Red Dot Design díjas terméket is felvonultat.

A vállalat határozott lépéseket tesz a fenntarthatóság irányába, 2023-ban Green Star tanúsítványt, 2024-ben pedig Eco-Vadis ezüst minősítést nyert el. Stratégiai céljai közé tartozik a keletkező hulladék 96%-ának újrahasznosítása, valamint a teljesen újrahasznosítható csomagolások bevezetése..

A Hisense, mint globális háttér és technológiai óriás

A Hisense 1969-ben indult rádiógyárként Kínában, mára viszont 11 globális márkával és több mint 100.000 alkalmazottal működik, évi 30,1 milliárd dolláros árbevétellel. A vállalatcsoport jelenleg hat földrészen, 160 országban van jelen. Világszerte harminc kutatás-fejlesztési központtal rendelkezik, ahol több mint 16.000 mérnök és technikus dolgozik, emellett 36 ipari parkban folyik a gyártás. Európában három fő gyártóbázissal rendelkezik Szlovéniában (Velenje), Szerbiában (Valjevo) és Csehországban (Mariánské Údolí), míg fejlesztőközpontokat nemcsak Szlovéniában, hanem Hollandiában, Németországban és Svédországban is működtet.

A Hisense szponzori tevékenysége nemcsak globális márkamegjelenést, hanem bizalomgerjesztő hatást is jelent a fogyasztók felé. Az olyan csapatok és események támogatása, mint a Paris Saint-Germain vagy Real Madrid, az UEFA Euro 2024 vagy a FIFA Club World Cup, többről szól, mint logók megjelenítéséről – ezek révén a Hisense és a Gorenje neve olyan értékekhez kapcsolódik, mint a teljesítmény, a technológiai fejlődés, a szenvedély és a nemzetközi elismertség. A sporton keresztül a márka hitelesen szólíthatja meg a fiatalabb generációkat is.



Üzleti rekordok: 41,4 milliárd forinttal zárta 2024-et a Gorenje Magyarország

Füle Norbert ügyvezető igazgató az eseményen bejelentette, a Gorenje Magyarország Kft. 2024-ben 41,4 milliárd forintos árbevételt ért el, ami közel 10%-os növekedést jelent az előző évhez képest. A nagyháztartási gépek szegmensében 5,7%-os bővülés történt, amellyel a márka továbbra is piacvezető szerepet tölt be Magyarországon.

A legkeresettebb termékek a hűtők, sütők és mosógépek voltak, de látványos növekedést ért el a televíziók kategóriája is, 32%-os bővülés után a Hisense a harmadik legnagyobb szereplővé lépett elő a magyar piacon.

„A 75 éves Gorenje nemcsak múltjával, hanem a jövőbe mutató fejlesztéseivel is bizonyít: piacvezető növekedéssel zártuk itthon a 2024-es üzleti évet, miközben olyan innovációkat hozunk el Magyarországra, amelyek átalakítják a háztartások mindennapjait. Célunk, hogy a következő évtizedben is mi diktáljuk a tempót a dizájn, a fenntarthatóság és a technológia terén” – hangsúlyozta Füle Norbert.

Prémium tévék és konyhai újdonságok a fókuszban

A Gorenje márka mellett a Hisense szórakoztatóelektronikai megoldásait és televíziós stratégiáját is megismerhettük. A márka négy fókuszterületét részletezve bemutatták a 100 hüvelykes vagy annál is nagyobb képátlójú óriás TV-k előnyeit, az AI-alapú technológiai újításokat, a Mini LED ULED lenyűgöző képminőséget, valamint a 165 Hz-es képfrissítést kínáló gamer modelleket. A különösen nagy képernyős tévék hangsúlyos szerepet kaptak, mivel a Hisense globálisan is vezető szerepet tölt be ebben a szegmensben, és már 20 különböző modellje érhető el 75 hüvelyk feletti méretkategóriában.

Külön figyelmet kapott a világ első RGB Mini-LED tévéje, a Hisense ULED X Tri-Chroma modell, amely nem a megszokott kék háttérvilágítást alkalmazza, hanem piros, zöld és kék LED-eket, ez a fejlesztés nemcsak technológiai áttörés, hanem vizuálisan is új szintet jelent a színek és kontrasztok megjelenítésében. A game-rek számára is tartogatott újdonságokat a Hisense: a 165 Hz-es frissítési frekvenciát támogató Game Mode Ultra és a Dolby



Vision technológiával kiegészült játékmény különösen vonzó lehet az e-sport és konzoljátékos közösségek számára.

A rendezvény termékiállítási részén rendkívül sokféle Hisense készülék volt megtekinthető, köztük számos új modell és technológiai újdonság is bemutatkozott. Az esemény egyik legfontosabb bejelentése az volt, hogy 2025-ben a Hisense beépíthető konyhai készülékei hivatalosan is megjelennek a magyar piacon. A rendezvényen a márka már ízelítőt is adott a kínálatból, a bemutatott termékpalettán gőzpárolós sütők, mikrohullámú sütővel kombinált hagyományos sütők, borhűtők, indukciós főzőlapok és beépíthető mosogatógépek is szerepeltek.

A magyar csapat: logisztika, értékesítés, bevétámogatás

A Gorenje Magyarország mögött nemcsak egy erős márka, hanem egy elkötelezett, szakértői csapat is áll. A cég hazai működése kiterjed az értékesítéstől kezdve a logisztikai központ koordinálásán át az ügyfélszolgálati és szervizháttér biztosításáig. A több mint 14.000 m²-es raktárbázis garantálja a gyors szállítást és kiszolgálást.

2030-ig 60 milliárd forint árbevétel a cél

Míg 2003-ban mindössze 25.000 darab készüléket értékesítettek Magyarországon, 2024-ben ez a szám már elérte a 650.000-et. A Gorenje Magyarország Kft. árbevétele 2004-ben még csupán 1,9 milliárd forint volt, mára azonban ez több mint húszszorosára, 41,4 milliárdra nőtt. A cég ambiciózus tervei szerint a következő öt évben 60 milliárd forint fölé szeretnék emelni a forgalmat. A növekedés motorját elsősorban a beépíthető készülékek, az intelligens technológiai megoldások, valamint a fenntarthatóságot szem előtt tartó háztartási eszközök jelentik majd. A jubileumi rendezvényen elhangzott üzenet egyértelmű: a Gorenje múltja gazdag, a jelene stabil, a jövője pedig ambiciózus. A következő 75 év is épp olyan lendületes lehet, mint az eddigi.



Felülfagyasztós megoldások

A hűtőszekrény ma már minden modern háztartás alapkelléke, kérdés azonban, hogy milyen típust választunk. A két legnépszerűbb megoldás a mai napig az alul- illetve a felülfagyasztós készülékek. Az utóbbi valamivel kelendőbb, aminek az az oka, hogy a kínálatban több a kedvezőbb árfekvésű modell, mint az alulfagyasztós modelleknél.

A költséghatékonyság oka, hogy a felülfagyasztós hűtők gyakran egyszerűbb technológiát alkalmaznak. A hűtési körfolyamat szempontjából is könnyebb felépíteni egy olyan rendszert, ahol a fagyasztó van felül, mert a hideg levegő természetes módon lefelé áramlik. Kevesebb bonyolult alkatrészrel készülnek, így a gyártási költségük is alacsonyabb. Az alulfagyasztós hűtők gyakran tartalmaznak külön hűtőkört, több szellőzőcsatornát, külön fagyasztó kompresszor vezérlést, vagy extra szigetelést. Emellett a felülfagyasztós hűtők sokszor kisebbek, kompaktabbak, mint a nagy alulfagyasztós vagy side-by-side modellek, így kevesebb nyersanyagra és munkafolyamatra van szükség az előállításukhoz. Ez is hozzájárul az alacsonyabb árhoz. Mindenesetre a gyakran alacsonyabb árfekvés sok vásárló szempontjából fontos, ez pedig nagyban hozzájárul a termék kategória sikeréhez. Ugyanakkor, természetesen esetükben is beszélhetünk felső kategóriáról, melyek ugyanúgy hozzák azokat a technológiai megoldásokat, amit jelen idő szerint professzionális hűtésnek nevezünk.

Modern technológiák

A felülfagyasztós készülékeknél is egyre több modell rendelkezik No Frost technológiával, amely megakadályozza a jegesedést, így nem kell a hűtőt vagy fagyasztót rendszeresen leolvasztani. A modern felülfagyasztós hűtők sok esetben digitális vezérléssel, LED világítással és frissen tartó rekeszekkel is el vannak látva, amelyek hosszabb ideig biztosítják az élelmiszerek optimális állapotát. A levegőkeringetés, illetve a párástó rekeszek szintén elérhetők a terméksaládnál, ahogy a gyorsfagyasztás vagy a gyorsfűtés funkció is. Ritkán ugyan, de olyan modellekkel is találkozhatunk, melyeken van külső jégkocka vagy vízadagoló. Az egyik legújabb innováció, hogy a fagyasztórészt, hűtőrészt lehet alakítani, amennyiben erre szükség lenne. Az okoskészülékek is megjelentek a kategóriában vagyis azok a modellek, amelyek Wi-Fi kapcsolaton keresztül távolról is felügyelhetők, illetve különböző applikációkkal számos kényelmi szolgáltatást kínálnak. A legtöbb felülfagyasztós modell kiváló belső elrendezést biztosít: tágas polcokkal, állítható tárolókkal és ajtószelvényekkel optimalizálják a helykihasználást. Ez ideális megoldás kisebb konyhákba vagy olyan háztartásokba, ahol fontos, hogy minden centiméter számíton.

A jégemberek kora

A 19. század végén még „jégemberek” szállították a házakhoz a jeget lovaskocsival, hogy a családok frissen tarthassák az élelmiszereket, ami általában jégvermekben vagy a pincében történt. Az első elektromos hűtőt 1913-ban mutatták be Chicagóban, ami akkora volt, hogy egy egész szobányi helyet elfoglalt!





Praktikus hűtőszekrény a mindennapokra

A hűtőszekrény nélkülözhetetlen része egy modern háztartásnak. A hazai piacon különösen népszerűek a kombinált kialakítású változatok, amelyek a hűtő- és fagyasztószekrények előnyeit egyesítik magukban. Az amerikai gyökerekkel rendelkező Philco csendes és praktikus készülékkel kívánja megkönnyíteni a magyar háztartások mindennapjait.

A Philco évtizedek óta élenjár a hűtő- és fagyasztógépek terén. A márka 1951-ben mutatta be első kétajtós hűtő-fagyasztószekrényét, amely már automatikus leolvasztás funkcióval volt ellátva. 1998-ban ismét fontos innovációval jelentkezett, amikor piacra dobta az AquaPure jégkészítő és vízszűrő rendszert az úgynevezett side-by-side hűtőszekrényekben. A márka hosszú évek óta bizonyítja elhivatottságát a funkcionalitás és a megbízhatóság terén, így nem véletlen, hogy termékei világszerte kedveltek.

A Philco napjainkban is fontos fejlesztésekkel járul hozzá hűtés-sel kapcsolatos igények minél magasabb szintű kielégítéséhez. A PT 213 EMW típusú szabadon álló, fagyasztós hűtőszekrény ideális választás lehet a kisebb konyhák, otthonok számára. A 145 cm magas 54 cm széles és 57 cm mély készülék csendes, mindössze 41 dB működést biztosít, így nem zavarja meg a pihenéssel töltött időt.

Alul 170,5 literes tér áll rendelkezésre, amelyet a felhasználók tetszőlegesen variálhatnak. Mind az edzett üvegpolicok, mind pedig az ajtópolcok magassága tetszőlegesen állítható. Külön rekesz áll rendelkezésre a gyümölcsök és zöldségek tárolására,

elősegítve ezáltal a praktikus és higiénikus tárolást. Felül pedig 41,5 literes térfogatú fagyasztó található, amely 2,6 kg/nap fagyasztási kapacitással büszkélkedhet. Az ajtónyitás iránya mindkét ajtó esetében megváltoztatható, így nem jelent problémát a készülék konyhapult mellett történő elhelyezése.

A Philco PT 213 EMW innovatív, úgynevezett Low Frost technológiát használ, amely hatékonyabb fagyasztást és alacsonyabb energiafelhasználást tesz lehetővé. Fontos előnye továbbá, hogy nem igényel gyakori leolvasztást.



Az új PT 213 EMW készülék tehát nemcsak a kisebb konyhák praktikus ékköve lehet, hanem garanciát is jelent a különféle élelmiszerek, zöldségek, gyümölcsök frissességének megőrzésére, hogy a felhasználók bármikor hódolhassanak kedvenc ízeiknek.

A gyártó a törvényben foglaltak alapján termékeire két év garanciát vállal. A Philco azonban annyira meg van győződve készülékeinek minőségéről, hogy a kötelező jótálláson felül most plusz három évig ingyenes szerviz szolgáltatást kínál. Ez legalább öt gondtalan esztendőt jelent egy termék esetében. Az ezzel kapcsolatos promócióról a www.philco.hu weboldalon található több információ.





Beko B5RDNE504LDXB

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 354 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 123 liter**
- **Zajszintosztály: C**

A Beko 186,5 cm magas és 70 cm széles hűtőszekrénye No Frost rendszerű, hogy minél ritkábban legyen szükség manuális leolvasztásra. A nagyméretű modell olyan extrákkal rendelkezik, mint a HarvestFresh rekesz, amely 3 különböző színű fény és a sötétség váltakozásával szimulálja a napfény 24 órás ciklusát, így azok tovább frissek és vitamindúsak maradnak. Az AeroFlow technológia gyengéd légkeringtetésével biztosítja a hőmérséklet egyenletes elosztását. A EverFresh+ zöldségtartó rekesz hőmérséklete és páratartalma pontosan szabályozható. A jégadagolóval is rendelkező modell napi fagyasztási kapacitása 5,6 kg.

Candy CDG1S514EW

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 170 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 41 liter**
- **Zajszintosztály: C**

A Candy 142,8 cm magas és 54 cm széles kétajtós hűtőszekrénye az új besorolás szerint E energiaosztályzatot kapott. A hűtőtérben az élelmiszerek elhelyezését üvegpolek, három ajtórekesz és egy frissentartó rekesz segíti, melyet a belső LED világítás is támogat. A modell napi fagyasztási kapacitása két kilogramm élelmiszer, melyek a szegmentált fagyasztótérben kaphatnak helyet. Áramkimaradás esetén a hűtőszekrény 13 órán keresztül tudja biztosítani a megfelelő hőmérsékletet. A modell működési zajszintje 41 dB.



ETA 253990000EN

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 171 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 42 liter**
- **Zajszintosztály: C**

Az ETA felülfagyasztós hűtőszekrénye 3 db üvegpolek és 1 db kihúzható zöldségtároló rekeszt kapott az élelmiszerek praktikus elhelyezése érdekében, a pakolást pedig belső LED világítás is segíti. A fagyasztórész két részre oszlik, a kapacitása 2,6 kg naponta. A felszerelés része egy jégkockakészítő is. Az E energiaosztályú készülék leolvasztása manuálisan történik. Áramkimaradás esetén a visszamelegedési idő 9 óra. A 41 dB zajszinten működő hűtőszekrény külső paramétereit illetően 145 cm magas és 54 cm széles.

Gaba GH-240X

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 198 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 50 liter**
- **Zajszintosztály: C**

A Gaba 198 cm magas hűtőszekrényében 4 db üvegpolek, 3 db ajtórekesz és 1 db fiók könnyíti meg a termékek elhelyezését. Az 55 cm széles modell fagyasztórésze két szekcióra van osztva a praktikusum jegyében, a napi fagyasztási kapacitása pedig 2,5 kg. Az élelmiszerek elhelyezését LED világítás könnyíti meg. A statikus rendszerű modell leolvasztása hagyományosan történik. A készülék működési zajszintje 40 dB. Az ajtónyitás iránya megfordítható.





Csendes hűtés energiatakarékosan

A Gorenje név Magyarországon hosszú évtizedek óta ismert, mindenekelőtt hűtőszekrényeiről, mosógépeiről és egyéb háztartási nagygépeiről. Az 1950-ben alakult szlovén gyártó 2018 óta a Hisense leányvállalataként működik és kínálja megbízható, egyúttal kiváló minőségű termékeit a fogyasztóknak. A széles hűtőszekrény szortiment lehetővé teszi, hogy bárki megtalálhassa a számára leginkább ideális készüléket.

A Gorenje NRB620C61BX4WFE nevű modellje egy 2 méter magas, megnövelt űrtartalmú kombi hűtőszekrény, melynek megjelenése egyszerre modern és elegáns. A tetszetős külső szénacsiszolt inox felület és az ajtón elhelyezett kontroll panel teszi teljessé. A Total NoFrost rendszűrű készülék levegőcsa-tornás technológiájával MultiFlow 360 légáramlást biztosít a prémium hűtés érdekében.

AdapTech funkció

A hűtőszekrény intelligens, öntanuló kompresszorral rendelkezik, amely a felhasználó szokásaihoz igazítja a készülék működését. Az AdapTech funkció figyeli az ajtónyitási szokásainkat, majd ehhez igazítja a termék teljesítményét, így fenntarthatóbb atmoszférát biztosít a tárolt élelmiszerek számára, valamint energiatakarékosabban és hosszabb élettartammal működik.

Inverter technológia

A hűtőszekrény Inverter technológiával rendelkezik, ez egy olyan digitális rendszer, amely jól kontrollált határértékek között tartja a készülék elektromos ellátását. Ezzel energiatakarékosabb és halkabb működést tesz lehetővé. A hűtő zajszintje mindössze 34dB(A).

VonertZone

A hűtőtérben található VonertZone egy zöldségrekesz, amely külön páratartalom szabályzással rendelkezik. A megfelelő beállítással mind a gyümölcsök, mind pedig a zöldségek hosszabb ideig frissek maradnak.

Okos megoldások

A ConnectLife applikáció használatával számos okos funkciót kap a felhasználó.

- A tárolt élelmiszerlistához igazított receptajánló.
- A hűtőben lévő borok listája.
- Az élelmiszerek lejárat dátumának számontartása.
- Okos öndiagnosztika és szerviztámogatás.

Az applikáció segítségével azonban nem csupán okosfunkciók válnak lehetővé, de cross platform rendszert is létesíthetünk minden Hisense és Gorenje termék közt a háztartásunkban. Ezzel egy újabb lépést tehetünk az okos-ökoszisztéma kialakítására, mely lehetővé teszi az energiamonitorozást, a teljesítményszabályozást valamint minden háztartásgép szinkronban történő működtetését.

Technikai jellemzők:

„C” energiasztály (182 kWh/év)

Hűtőrésszel űrtartalma: 283 liter

Fagyasztórész űrtartalma: 130 liter

Fagyasztási kapacitás: 13kg/24óra

Működési zajszint: 34 db(A)

Méret: 203 x 59,5 x 65,8 cm



Hausmeister HM 3222E

- **Energiaosztály: F**
- **Nettó hűtőtér: 169 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 37 liter**
- **Zajszintosztály: C**

A Hausmeister 143 cm magas hűtőszekrényében 3 db üvegpole, 3 db ajtórekesz és 1 db fiók könnyíti meg a termékek elhelyezését. A 54,5 cm széles modell fagyasztórésze pedig 2 db rekeszrel rendelkezik, a napi fagyasztási kapacitás 2,6 kg. A manuális rendszerű modell áramkimaradás esetén 13,5 órán keresztül képes tartani az ideális belső hőmérsékletet. Nyitva felejtett ajtó esetén hanggal jelez a hűtő, melynek használatát a belső LED világítás könnyíti meg. A készülék működési zajszintje 40 dB.

LG

GTBV22PYGKD

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 161 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 51 liter**
- **Zajszintosztály: C**

Az LG 144,5 cm magas és 55,5 cm széles hűtőszekrényének fagyasztórésze két szekcióra oszlik az élelmiszerek könnyebb be- és kipakolása érdekében. A hűtőrészben 4 darab polec található, melyekből 3 áthelyezhető. Továbbá 1 zöldségtartó fiók, az ajtón pedig 3 tárolópolec kapott helyet benne. A hűtőben való pakolást belső LED világítás is segíti. A LinearCooling technológia csökkenti a hőmérséklet ingadozásokat a hűtőtérben, a Multi Air Flow rendszer pedig az ideális hőmérsékletért felel. A készülék működési zajszintje 35 dB.



Liebherr CTPe 251

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 219 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 52 liter**
- **Zajszintosztály: C**

A Liebherr 157,1 cm magas és 55 cm széles hűtőjében 4 db rakodópolec (ebből 3 állítható), tárolófiók és palacktartó is helyet kapott. A be- és kipakolást belső LED világítás segíti. A Smart Frost rendszerű (kevesebb jégképződés) fagyasztórész napi fagyasztási kapacitása 2,50 kg. A DuoCooling két teljesen elválasztott hűtőkörrel gondoskodik arról, hogy a hűtő- és fagyasztórész között ne történjen levegőcsere. A VarioSpace rekesz extra tárolóhelyet biztosít a nagyobb méretű élelmiszerek számára. A 37 dB zajszinten működő készülék áramkimaradás esetén 20 órán keresztül képes biztosítani az ideális hőmérsékletet.

Philco

PT 243 EMW

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 201 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 41,5 liter**
- **Zajszintosztály: C**

A Philco 161 cm magas és 54 cm széles hűtőszekrényének hűtőrészeben 4 db állítható magasságú polec található, illetve 1 db zöldségtartó rekesz. Az ajtón szintén 3 db tároló kapott helyet. A két részes fagyasztó napi fagyasztási kapacitása 2,6 kg. A Super freeze funkció az élelmiszerek hatékonyabb tárolását segíti, melyek ki- és bepakolását LED világítás könnyíti meg. A Less Frost technológiájú modell áramkimaradás esetén 20 órán keresztül képes biztosítani az ideális hőmérsékletet. A készülék 40 dB hangerőn működik.





Vitaminmegőrzés felsőfokon

– Bemutatkozik a Beko B5RDNE504LDXB

felülfagyasztós hűtő-fagyasztó

HarvestFresh™ technológiával

A Beko új, prémium kategóriás hűtő-fagyasztója, a B5RDNE504LDXB, tökéletes választás azoknak, akik nem hajlandók kompromisszumot kötni sem a frissesség, sem a kényelem terén. A modern formavilágot okos tárolási megoldásokkal és innovatív technológiákkal ötvöző készüléket úgy tervezték, hogy megőrizze az élelmiszerek természetes ízét, állagát – és ami még fontosabb: vitamintartalmát is.

Természetes frissesség napfény ihlette technológiával – HarvestFresh™

A Beko szabadalmaztatott HarvestFresh™ fiókja háromszínű fényciklus segítségével utánozza a nap természetes ritmusát, így hosszabb ideig megőrzi a zöldségek és gyümölcsök C- és A-vitamin tartalmát. Ez a forradalmi technológia a természetes fény erejét viszi be a hűtőszekrény belsejébe – hogy a tápanyag ne csak az első nap legyen jelen az ételekben, hanem akár napokkal később is.

Kettős hűtés, maximális hatékonyság – NeoFrost™ Dual Cooling

A készülék NeoFrost™ No-Frost technológiája két független hűtőkört alkalmaz a hűtő- és fagyasztótérben, így nemcsak a jégképződést akadályozza meg, hanem az élelmiszerek szagának keveredését is. Az AeroFlow™ légáramlás pedig egyenletes hűtést biztosít minden polcon, ezzel megőrizve az élelmiszerek természetes nedvességtartalmát és hosszabb eltarthatóságát.

Elegáns megjelenés, intelligens kezelhetőség

A B5RDNE504LDXB rozsdamentes, modern inox megjelenése tökéletesen illeszkedik a letisztult, kortárs konyhai enteriőrbe. A LED-es kijelzővel ellátott elektronikus vezérlés lehetővé teszi a pontos hőmérséklet-beállítást, míg a SlimTank™ vízadagoló kényelmes és higiénikus megoldást nyújt a friss ivóvíz eléréséhez – mindezt belső víztartállyal, külső vízbekötés nélkül.

Tágas, csendes és energiahatékony

A készülék 477 literes nettó kapacitása – ebből 354 liter hűtőtér és 123 liter fagyasztótér – bőséges tárolóhelyet kínál egy nagyobb család számára is. A 38 dB-es zajszintnek köszönhetően rendkívül csendes, így nyitott térbe, amerikai konyhába is ideális. A hűtő E energiaosztályú, éves fogyasztása mindössze 274 kWh, így hosszú távon is gazdaságos működést kínál.

Gyakorlatias funkciók a mindennapokhoz

A készülék praktikus szolgáltatásai között megtalálható:

- Gyorsfűtés és gyorsfagyasztás funkció a frissen betett élelmiszerek számára,
- Ajtónyitás-érzékelő hangriasztás, hogy elkerülje az energiavesztést és romlást,
- Reverzibilis ajtónyitás, amely a konyha adottságaihoz igazítható,
- LED világítás a hűtőtér teljes belső átláthatóságáért.

Kompakt külső, hatalmas belső világ

A B5RDNE504LDXB készülék 186,5 cm magas, 70 cm széles és 74,6 cm mély – így a kategóriájában kiemelkedő belső kapacitást kínál anélkül, hogy túl sok helyet foglalna el. A praktikus polc-rendszer, az ajtórekeszek és a zöldségfiók logikus elrendezése egyszerűvé teszi a mindennapi használatot.

A Beko B5RDNE504LDXB felülfagyasztós hűtő-fagyasztó nem csupán egy háztartási eszköz – hanem egy okos megoldás a friss, tápláló és jól szervezett otthoni élelmiszer-tárolásra. A természet, a technológia és a dizájn találkozása egyetlen készülékben.





Samsung RT53DG7A14S9EO

- Energiaosztály: E
- Nettó hűtőtér: 404 liter

- Nettó fagyasztótér: 126 liter
- Zajszintosztály: C

A Samsung hűtőszekrénye SmartThings AI energia üzemmód funkcióval rendelkezik, mellyel minimalizálódik az áramfogyasztás. Optimalizálja a kompresszor fordulatszámát is és a leolvasztási ciklusokat. A Twin Cooling™ technológiával 5 intelligens beállítási módot kínál, köztük olyan lehetőségeket, mint a fagyasztórész hűtővé alakítását. A Twin Cooling Plus rendszer független párologtatók és ventilátorok segítségével optimalizálja a hőmérsékletet és a páratartalmat a hűtőszekrényben és a fagyasztóban. A 37 dB zajszinten működő intelligens készülék okostelefonról is felügyelhető.

Smeg FAB28LBL5

- Energiaosztály: D
- Nettó hűtőtér: 244 liter

- Nettó fagyasztótér: 26 liter
- Zajszintosztály: B

A 153 cm magas és 60 cm széles hűtőszekrény hűtőterében üvegpolcok, zöldségtartó fiók, valamint ajtórekeszek segítik a termékek elhelyezését. A fagyasztórészben – melynek fagyasztási kapacitása 2,6 kg/nap – egy polc osztja ketté a rakodási területet. A 35 dB zajszinten működő, LED világítással rendelkező készülék áramkimaradás esetén 9 órán keresztül képes biztosítani az ideális hőmérsékletet. Az ideális hőmérsékletet és az egyenletes levegőelosztást a légkeveréses technológia biztosítja.



Tesla RD2100MSE

- Energiaosztály: E
- Nettó hűtőtér: 166 liter

- Nettó fagyasztótér: 41 liter
- Zajszintosztály: C

A Tesla 143 cm magas és 55 cm széles statikus hűtőszekrénye balra vagy jobbra is nyitható a kényelem jegyében. A hűtőtérben az élelmiszerek elhelyezését 3 üvegpolc, 3 ajtórekesz és 1 kihúzható fiók segíti, melyet a belső LED világítás is támogat. A modell napi fagyasztási kapacitása két kilógramm élelmiszer, melyek a két szekcióra osztott fagyasztórekeszben kaphatnak helyet. Áramkimaradás esetén a hűtőszekrény 13 órán keresztül tudja biztosítani a megfelelő hőmérsékletet. A modell zajszintje 41 dB.

Whirlpool WHD2 6473 X5E

- Energiaosztály: D
- Nettó hűtőtér: 354 liter (teljes)

- Nettó fagyasztótér: 123 liter (teljes)
- Zajszintosztály: C

Az Whirlpool felülfagyaszto hűtőszekrénye 6.Érzék szenzorokkal dolgozik, melyek automatikusan csökkentik a készülék belsejében lévő hőmérsékletet, amikor új élelmiszert raknak bele. A Space Management Suite rendszer maximalizálja a hűtő-fagyasztó tárolókapacitását. Olyan funkciókat tartalmaz, mint a rugalmas polcok, a sokoldalú fiókok és a mozgatható, ajtóban lévő polcok. A Total No Frost technológiájával manuális leolvasztásra sincsen szükség. A két független hűtőkör ideális hőmérsékletet biztosít, tovább frissen tartja az élelmiszereket és megakadályozza a szagok keveredését.





Okos hűtés prémium megoldásokkal

A magyar piacon csak nemrég debütált hűtőszekrényeivel a kínai Hisense, amely világszerte innovatív és kiváló minőségű készülékeiről ismert. Termékkínálatukban ugyanúgy megtalálhatók a prémiumkategóriás kétajtós modellek, mint a side by side készülékek vagy a négyajtós hűtők. A RQ5P605NSVE HSN vákuumos, akril bevonatú multidoor hűtőszekrény szeptembertől érhető el a hazai boltokban.

A négyajtós hűtőszekrény megjelenésében is a prémium termékek közé sorolható, amit mindenekelőtt az elegáns akril borítású ajtók és a rejtett érintőpanel fémjelez. Ugyanakkor a belső terek kialakítása is prémium anyaghasználatról árulkodik. A letisztult és modern megjelenés a MetalCooling technológiával párosul, amely magasabb hűtési teljesítményt biztosít a légcsatorna fém bevonatának köszönhetően. A kondenzációs rendszer talpba helyezésével pedig elérhetővé vált az alsó-felső szellőzés megvalósítása, így a termék szinte teljesen belesimul a konyha enteriörjébe. Ráadásul ez a megoldás nagyobb kapacitást is eredményez.

Speciális vákuum fiók

Az egyedülálló vákuum fiók egyike a Hisense innovációinak. A normál hűtőtérben elhelyezett hús, hal vagy sajttároló fiók egy delegált légmentesítő rendszerrel párosul, melynek használatával tovább eltárolhatók az élelmiszerek.

Átalakítható fagyasztórész

A hűtőtér jobb alsó részén található az úgynevezett My Fresh Choice rekesz, melynek hőmérséklete 0 és -18 Celsius között szabályozható. Ez a megoldás a kerti partik sztárja, segítségével a mélyhűtő egy részét extra hűtő rekeszé alakíthatjuk, amely optimális megoldás nagy mennyiségű ital tárolása esetén.

Maximális higiénia

Az ajtó mágneses profilgumija különleges higiéniai bevonattal rendelkezik, amely szenzoros Ion-tech rendszerrel felszerelt belső térrel párosul. Az okos technológia folyamatosan monitorozza a hűtő belsejében fennálló baktériumflóra állapotát. Ráadásul a felhasználó az ajtó mögött elhelyezett LED panelről folyamatosan tájékoztatást kap a baktériumflóra állapotáról.

Egyenletes páratartalom

A hűtő digitális páratartalom szabályozással rendelkezik, melyet a már említett ajtóba rejtett digitális panelről lehet vezérelni. A NoFrost rendszerű modell emellett egyenletes, légcsatornás hideglelvő keringtetést biztosít az élelmiszerek számára.

Okos megoldások

A ConnectLife applikáció használatával számos okos funkciót kap a felhasználó.

- A tárolt élelmiszerlistához igazított receptajánló.
- A hűtőben lévő borok listája.
- Az élelmiszerek lejárat dátumának számmentése.
- Okos öndiagnosztika és szerviztámogatás.

Az applikáció segítségével azonban nem csupán okosfunkciók válnak lehetővé, de cross platform rendszert is létesíthetünk minden Hisense és Gorenje termék közt a háztartásunkban. Ezzel egy újabb lépést tehetünk az okos-ökoszisztéma kialakítására, mely lehetővé teszi az energiamonitorozást, a teljesítményszabályozást valamint minden háztartási gép szinkronban történő működtetését.

Technikai jellemzők:

„E” energiasztály (318 kWh/év)
Hűtőrész űrtartalma: 381 liter
Fagyasztórész űrtartalma: 210 liter
Fagyasztási kapacitás: 8kg/24óra
Működési zajszint: 37 db(A)
Méretek: 190 x 91,1 x 60 cm

Hisense



Paolo Falcioni: A jelenlegi támogatás nem elég az európai gyártás megőrzéséhez – alapvető változásokra van szükség

A háztartási gépek iparága rendkívül dinamikus időszakon megy keresztül, amelyet nemcsak a világjárvány utóhatásai, a nemzetközi feszültségek, az új technológiák és az emelkedő energiaárak alakítanak, hanem az Európai Unió ambiciózus jogszabályi keretrendszere is. Paolo Falcionival, az európai háztartásgép-gyártók szövetsége, az APPLiA főigazgatójával beszélgettünk a jelenlegi kihívásokról – a körforgásos gazdaságtól és a javításhoz való jogtól kezdve a digitális termékútlevélig. Az interjúban hangsúlyozta a világos és működőképes jogszabályok szükségességét, és figyelmeztetett az ipar versenyképességét fenyegető lépésekre.



Milyen konkrét lépéseket tesz az APPLiA tagvállalataival együtt annak érdekében, hogy teljesítsék az EU ambiciózus körforgásos gazdaságra vonatkozó céljait, különös tekintettel a nemrég közzétett 2024–2029-es APPLiA Kiáltványra, amely „a válságálló európai körforgásos gazdaság kiépítését” sürgeti?

Először is fontos megjegyezni, hogy a háztartási gépek világa már eleve körforgásos jellegű. Ezeket a készülékeket nemcsak energiahatékonyságra tervezzük, hanem arra is, hogy életciklusuk végén másodlagos nyersanyagként hasznosíthatók legyenek. Azonban a valódi fenntarthatósághoz a készülékek mindhárom dimenziójával foglalkoznunk kell – környezeti, gazdasági és társadalmi szinten is. A fő kérdés az, hogyan biztosítható, hogy a környezeti és a gazdasági fenntarthatóság kéz a kézben járjon. Egy másik fontos lépés a jogszabályi környezet egyszerűsítése. Szükség van például a Fenntartható Termékek Ecodesign Rendeletére (ESPR), de nem szabad különböző jogszabályokat összekeverni. Minden jogi normának meg kell őriznie eredeti célját, hogy egyszerű és valóban működőképes maradjon.

Milyen szerepet játszanak az egyes nemzeti APPLiA-szervezetek ebben a folyamatban?

Nagyon szorosan együttműködünk velük, és tevékenységünkben kulcsfontosságú szerepük van, hiszen bár az EU-s jogszabályok Brüsszeltől indulnak, a nemzeti szinten kell azokat elfogadni. Ehhez helyi támogatás szükséges. Szerepük rendkívül fontos, és gondoskodnunk kell arról, hogy elegendő erőforrás álljon rendelkezésre helyi és uniós szinten is. Ha bármilyen jogszabályt bevezetnek, a helyi APPLiA-szervezet feladata a kommunikáció és a részvétel a folyamatban.

Az iparág jelenleg a jogszabályok be nem tartásával is küzd – különösen a kötelező díjak meg nem fizetése jelent problémát sok eladó részéről, legyenek azok kínai vagy európai online piactereken. Történt előrelépés ezen a téren?

Ezen a téren változásokat sürgetünk. Vannak országok, amelyek már léptek az ügyben – például Németországban nem lehet online értékesíteni, ha nem regisztrált az adott jogi személy, cég. A piactereknek ellenőrizniük kell, hogy az eladók be vannak-e jelentkezve a kiterjesztett

gyártói felelősségi (EPR) rendszerbe. Ez megakadályozza az ún. „potyautas” magatartást. Szeretnénk ezt uniós szinten szabályozni, mégpedig mielőbb. Ha nincs más felelős szereplő – sem az eladó, sem a forgalmazó – akkor a piacterek maguk viseljék a felelősséget.

Az új energiacímkék bevezetése óta eltelt néhány év. Milyen hatásai voltak eddig, és hogyan segíti az APPLiA az energiahatékonyabb készülékekre való átállást?

A gyártókra folyamatosan nyomás nehezedik, hogy minél nagyobb hatékonyságot érjenek el. Ami viszont ellentmondásos, az a digitális energiacímkék bevezetésének elmaradása. Mindenki kénytelen nyomtatott címkéket használni, ami uniós szinten óriási költséget jelent – éves szinten 20 millió eurót. Ráadásul e címkék közül csupán minden ezredik kerül ténylegesen kihelyezésre boltokban. Miért ne lehetne tehát digitálisan használni őket? Egyébként említést érdemel a MyApplia applikációnk is, amely mesterséges intelligenciával segít a felhasználóknak a hibák elhárításában vagy önálló javításban.

Új energiacímkék jönnek a szárítógépek-nél. Mi a helyzet a vezeték nélküli és robotporszívók kategóriájával? Milyen más kategóriák vannak napirenden?

Az Európai Bizottsággal együtt dolgozunk ezen, de még nem jelentettek be új címkéket ezekre a termékekre. Tudjuk, hogy a vezeték nélküli és robotporszívók piaca nő, de ezek energiafogyasztása nem jelentős. A Bizottság inkább azokra a termékekre koncentrálna, amelyek energiafelhasználása jelentősebb, és így nagyobb megtakarítás érhető el.

Az EU által nemrég elfogadott „Javításhoz való jogról szóló irányelv” új kihívásokat jelent a gyártók számára. Hogyan készül fel a háztartásgép-ipar erre a jogszabályra, és mik a legnagyobb gyakorlati akadályok a gyártók számára?

2023-ban felmérést végeztünk tagjaink körében, amely kimutatta, hogy a javításra beérkezett termékek 95%-át ténylegesen meg is javították. A készülékek ma már javíthatók. A probléma nem technikai akadály, hanem gazdasági jellegű. Minden attól függ, hogy a fogyasztó mennyire tartja értékesnek a terméket, és mennyibe kerül a javítás, mivel az alkatrészek a vállalatoknál rendelkezésre állnak. Gyakorlatilag minden megjavítható, de a kérdés az, megéri-e. A „Javításhoz való jogról szóló irányelv” jó irányba tett lépés – például bevezet egy szabványosított javítási árképzési formanyomtatványt, valamint egy olyan weboldalt, amely összekapcsolja a szervizeket az ügyfelekkel. A mi szektorunk ezen a téren nagyon fejlett. Jó pontnak tartom az irányelvben, hogy világos logikát vezet be: először a javításhoz van jogod, és csak azután a cseréhez – ez arra ösztönzi a felhasználót, hogy a javítást válassza. Mindenesetre a motiváció maximalizálásához a javításokat ösztönzőkkel kell támogatni.

A javításhoz való jog kapcsán gyakran emlegetik a magas költségeket. Ezt a gyártók fogják viselni, és emiatt drágulnak majd a készülékek?

Nem gondolom. A készülékek már most is javíthatók. Ha 15 euróért vásárolunk egy turmixgépet, valószínűleg nem fogjuk megjavíttatni – egyszerűen nem éri meg. Ez nem csak a gyártón múlik, hiszen ő képes megjavítani, hanem a fogyasztón is, neki kell mérlegelnie.

A Digitális Termékútlevél (Digital Product Passport, DPP) célja, hogy nagyobb átláthatóságot biztosítson a termékek életciklusára vonatkozóan, de az elektronikai ipar arra is figyelmeztet, hogy többet árthat, mint használ, ha nem tükrözi a valóságot, és túl bonyolult. Mik az APPLiA fő prioritásai a DPP háztartási gépekre való bevezetésével kapcsolatban?

Már most is hatékony eszközök állnak rendelkezésünkre, és az EPREL-adatbázis kiemelkedő példaként említhető. Egy külön Digitális Termékútlevél (DPP) bevezetése azt jelentené, hogy jelentős meglévő befektetéseket duplikálunk, és teljesen új digitális infrastruktúrákat hozunk létre olyan információkhoz, amelyek már most is könnyen elérhetők online. Ez nem hatékonyság, hanem redundancia. Ha az EU valóban adatvezérelt egységes piacot akar létrehozni, elengedhetetlen, hogy először teljes mértékben kihasználjuk és optimalizáljuk ezeket a meglévő, robusztus eszközöket, mielőtt újabbakat fejlesztenénk ki.

Határozottan támogatjuk a világos, ellenőrizhető és érvényesíthető információ-követelményeket. Az ágazatunk számára sok megbízható fenntarthatósági információt már a meglévő jogszabályok is biztosítanak. Évek óta széles körű uniós környezetvédelmi jogszabályok vonatkoznak a háztartási gépekre. Az energiacímke és a hozzá kapcsolódó termékinformációs adatlap már most is hatékonyan tájékoztatja a fogyasztókat a termék használati szakaszban jelentkező környezeti hatásáról, amely a legnagyobb hatással bír. 2019 óta a gyártók regisztrálják ezeket a készülékeket az EPREL-rendszerben, mielőtt belépnének az európai piacra.

Az energián túlmenően a fogyasztókat a „különös aggodalomra okot adó anyagokról” (Substances of Very High Concern, SVHC) is tájékoztatjuk a REACH rendelet 33. cikke alapján. A SCIP-adatbázis ezt tovább erősíti azzal, hogy kötelező SVHC-információt biztosít kifejezetten a hulladékkezelési szereplők számára.

Röviden, teljes összhangra és következetességre van szükség az összes információs rendszer között – az energiacímkézés, a teljesítménycímkézés és bármely jövőbeli DPP-követelmény tekintetében. Létfontosságú, hogy ezek a rendszerek kompatibilisek legyenek más meglévő nemzetközi információs keretrendszerekkel is, hogy

elkerüljük a kereskedelmi korlátozásokat. Enélkül fennáll a veszélye annak, hogy felesleges terheket rovunk az iparra, akadályozva a kereskedelmet, végső soron pedig épp a Zöld Megállapodás céljai ellen dolgozunk.

Az APPLiA hangsúlyozza az innováció és a beruházások támogatásának szükségességét Európában. Milyen konkrét lépésekre és intézkedésekre van szükség uniós szinten annak érdekében, hogy erősödjön az európai háztartásgép-gyártók versenyképessége a globális versenyben?

A legfontosabb tényező az egységes piac és az egyenlő versenyfeltételek megteremtése. Például a magas villamosenergia-árak miatt egyre több cég számára válik fenntarthatatlanná az európai gyártás. Vegyük például a szén-dioxid-határkiigazítási mechanizmust, ahogy a hazai hatóságok nevezik, az importárúk karbonintenzitását ellensúlyozó mechanizmust (Carbon Border Adjusting Mechanism, CBAM), amely jelenleg befejezetlen, és amíg ez nem rendeződik, addig nem válik valódi ösztönzővé. Egy másik fontos téma a különleges gazdasági övezetek szükségességének felismerése, valamint a munkavállalók adózásának kezelése. A kínai városok egymással versenyeznek – nulla adót, ingyenes áramot stb. kínálnak. Nekünk is hasonlóra lenne szükségünk, különben a gyártók másutt keresnek lehetőséget. A tagállamoknak el kell dönteniük, hogy több adót akarnak-e beszedni, vagy inkább több munkahelyet teremtenének. Ha munkahelyeket és értéket akarok létrehozni, biztosítanom kell ehhez a feltételeket. Vannak ugyan programok a gyártósorok megújítására, de ezek nem elegendők. Több pénz kell tennünk az asztalra – különben elveszítjük az európai gyártást.

Mik az APPLiA kulcsfontosságú jogalkotási prioritásai és elvárásai az újonnan megalakult Európai Bizottságtól a következő ciklusra vonatkozóan?

Fő prioritásunk a jogszabályok aktív egyszerűsítése. Úgy véljük, ez a helyes irány. Emellett kiemelten fontos számunkra az egységes piac megerősítése. Az Európai Unió nem maradhat fenn kizárólag a vegyiparra és az autóiiparra támaszkodva. Más ágazatokra is összpontosítania kell, és gondoskodnia kell arról, hogy az ipar Európában maradjon.



Aiwa PAC-10000P Yukiair

A nagyméretű digitális kijelzőről minden hasznos információ leolvasható, többek között az aktuális hőmérséklet is. A mobil klíma Wi-Fi kapcsolaton keresztül távolról is vezérelhető. Teljesítményénél fogva a készülék a 25 négyzetméteres helyiségekhez ideális. A programozható időzítés 24 órán belül lehetséges. A modell funkciói közé tartozik a párásítás, az automatikus leolvasztás és a csendes, éjszakai üzemmód is. A tiszta levegőt a mosható légszűrő biztosítja.



Berdson BD-581

Okostelefonról is vezérelhető a Berdsen 4kW hűtőteljesítményű mobil klímája. A készülék a hűtés mellett fűtésre és párásításra is alkalmas, az utóbbi 36 l/24 h hatékonysággal. A kapacitásából adódóan a modell elsősorban 30–40 m³ alapterületű helyiségekbe ajánlott. A beépített hőmérséklet-kijelző mindig pontosan mutatja a beállított hőfokot. A tiszta és egészséges levegőért az antibakteriális, részecskeszűrő gondoskodik.

HARCOSOK A FORRÓSÁG ELLEN

Köszönhetően az egyre forróbb nyaraknak szárnyalnak a mobilklíma eladások. Ami a teljes mobil léghűtés piacot illeti 2023-tól gyakorlatilag duplázódik az értékesítés. A fali klímák után a lakás hűtésére a leghatékonyabb megoldás pedig a mobil klímák alkalmazása. Legfőbb előnyük a hordozhatóság, pontosabban, hogy nincs szükség bonyolult és költséges telepítésre. Irodákba vagy albérletben élőknek különösen előnyös lehet ez a fajta hűtéstechnológia, ahogyan azokban a helyiségekben is, ahol nem megoldható a fix telepítés. Persze a technológiai fejlesztések sem kerülnek el a termékcsaládot. Egy jobb készülék ma már rendelkezik Wi-Fi vezérléssel, okosotthon-integrációval (pl. Google Home, Alexa), automatikus párátlanító üzemmóddal, HEPA-szűrőkkel és csendes éjszakai üzemmóddal is. Ráadásul egyre több modell energiatakarékos kompresszort használ, télen pedig alkalmas fűtésre is.



ETA Freezy 1578 90000

Az ETA mobil klímája sokoldalú megoldást kínál a nyári hőség enyhítésére, hiszen a hűtés mellett szellőztető és párátlanító funkcióval is rendelkezik. A 2,6 kW-os hűtési teljesítménye révén ideális választás 30–40 m²-es helyiségek klimatizálására. A készülék LED kijelzővel és 24 órás időzítővel van felszerelve. A biztonságos működésről a túlterhelés elleni védelem gondoskodik. A levegőfűvása ereje két szinten szabályozható, a maximális légáramlási sebesség pedig 350 m³ / h. A modell működési zajszintje 65 dB.



Gorenje KAM35 BHP

A Gorenje mobil klímája képes hűteni és fűteni is. A készülék működése programozható és 24 órás időzítővel rendelkezik. A LED kijelzős modell Smart módban automatikusan vált az üzemmódok között, a Super üzemmód pedig gyors lehűtést biztosít az adott helyiségben. A 3,5 kW hűtőteljesítménnyel rendelkező klíma beépített görgőkkel rendelkezik a kényelmesebb mozgathatóság érdekében. A 34 kg súlyú modell működési zajszintje 64 dB.



Felfrissülés görög istenek módjára

A görög mitológiában Aiolosz a szél isteneként szerepel. A monda szerint a szélfújásokat saját szigetén, egy barlangban őrizte. Az ókori görögök úgy tartották, hogy jelentős hatása volt az emberi életre, hiszen a szél gyakran szimbolizálja a változást, a kalandokat és a mozgást. Kétség nem fér hozzá, hogy ha lenne rá mód, sokan fordulnának Aioloszhoz is napjainkban a fülledt nyári estéken, amikor a kánikula nehézségeket gördít a nyugodt alvás elé. Kész szerencse, hogy az ő ereje ma már helyettesíthető!

A Sencor kétféle, könnyen telepíthető megoldást is kínál azért, hogy elviselhetővé tegye a forró napokat. Az egyik ilyen az SFN 3040BK 3D Ultra Silent álló ventilátor, amely - ahogyan a neve utal rá - csendben gondoskodik a helyiség levegőjének felfrissítéséről. A 26 W teljesítményű készülék maximális ventilátor áramlás mellett (32,4 m³/perc) legfeljebb 48 decibeles zajszinten dolgozik. Halk karakterisztikája a forradalmian új BLDC-motornak is köszönhető.

A felhasználók többféle üzemmódban használhatják a 90 cm magas készüléket. A normál mellett rendelkezésre áll a „természetes szellő” beállítás, amely enyhe szellőt hoz létre az előre beprogramozott ciklusok szerint. A Smart Eco üzemmódban a készülék automatikusan, a helyiségben uralkodó levegő hőmérséklet alapján állítja be a ventilátor sebességét. 26 Celsius fok alatt például egyes, 35 Celsius fok felett pedig nyolcas fokozatban üzemel. Ha valaki szeretné, akkor a Turbó beállítást is aktiválhatja, ebben az esetben a szoba hőmérsékletétől függetlenül a legmagasabb fokozatban működtethető.

A ventilátor vezérlése távirányítóval, vagy közvetlenül a talpazaton lévő kijelzőn is végezhető. Sőt, akár a kanapé kényelméből működtethető a Bluetooth-kapcsolaton keresztül, a Sencor Home okostelefonos alkalmazás révén. Időzítés funkció aktiválásával az is gombnyomásra meghatározható, mikor kapcsoljon ki a készülék.



A Sencor mérnökei nemcsak ventilátorral kívánják megidézni Aiolosz erejét. Jó példa minderre SAC MT1803CH típusú mobil klíma, amely kellemes környezetet teremt legyen szó nappaliról, iroda helyiségről, vagy hálószobáról. Hűteni, szellőztetni is lehet vele, de páramentesítésre, vagy fűtésre is alkalmas. A ventilátorhoz hasonlóan Sencor Home alkalmazással is üzemeltethető a 17-30 Celsius fok közötti tartományban.

A Sencor tehát igyekszik befogni a mitológiai istenségek erejét, hogy azokat a 21. századi ember szolgálatába állítsa a kánikulai napokon.

+1 ÉV
KITERJESZTETT
GARANCIA

A Sencor úgy döntött, hogy megajándékozza vásárlóit egy extra évvel. A vállalat hisz abban, hogy a készülékei hosszú időn keresztül megbízhatóan szolgálják a felhasználókat, ezért a jogszabályban meghatározott kötelező és az önkéntesen biztosított jótállási időn felül további egy éves időszakra kiterjesztett garanciát biztosít a vásárlók részére. Fontos azonban figyelembe venni, hogy ezzel a lehetőséggel kizárólag magánszemélyek élhetnek. Az ingyenes kiterjesztett garancia igénybevételéhez a vásárlóknak 30 napon belül regisztrálni kell a terméket a www.sencor.hu-n a vásárlást igazoló blokk segítségével. Ezt követően a felhasználók elektronikus úton megkapják a +1 év kiterjesztett garancia igénybevételéhez szükséges tanúsítványt.

SENCOR



Heylo AC 35

A Heylo mobil klímája négy különböző funkciót kínál a légkezelésre: hűtés, fűtés, páratlanítás valamint szellőztetés. A 3,5 kW hűtési teljesítménnyel rendelkező modell elsősorban 18 - 23 m² méretű helyiségekbe ajánlott. A készülék programozható és 24 órára időzítő, a beállításokat LCD kijelző könnyíti meg. A hosszú élettartamról az automatikus diagnosztikai funkció és a hibaérzékelés gondoskodik. A modell kondenzvíz-visszavezetéssel rendelkezik. A páratlanítási kapacitása: 28,8 l/24h. A 65 dB zajszenzen működő klíma súlya 30 kg.



Hisense APH12QC 20011352

A Hisense mobil klímaberendezés több, mint egy egyszerű légkondi, használható ventilátorként a forró nyári napokon, fűtésre, ha hideg van, illetve páratlanítóként a lakás nedves helyiségeiben. Az intelligens üzemmód automatikusan beállítja a működést a környezeti hőmérséklet alapján, például a hűtést. Az okostelefonról is vezérelhető modell hőmérséklete több szinten szabályozható. 24 órás időzítésre és éjszakai üzemmód használatára is van lehetőség. A készülék természetesen manuálisan is programozható.



Honeywell HJ12CESAWK

A Honeywell „A” energiasztályzatú mobil klímája a lakás hűtése mellett alkalmas páratlanításra is. A hűtési teljesítmény 3,5 kW, így a kisebb alapterületű lakásokba javasolt a használata. A 65 dB zajszenzen működő készülék ventilátor üzemmód használatával keringeti és frissíti fel a levegőt az adott helyiségben. A modell időzítő funkcióval, illetőleg alvó móddal is rendelkezik. Biztonsági funkcióként túlmelegedés elleni védelemet kapott a könnyen összeszerelhető mobil klíma. A készülék súlya 36 kg.



Klarstein ACO8-ArR7-PAC-BI Aero Ring 7K

A modell 2,45 kW (7000 BTU) hűtési kapacitással rendelkezik, amely megközelítőleg a 25 m²-es helyiségekhez ideális. A készülék a hűtés mellett fűtés, páratlanítás és ventilátor üzemmódot kínál. A páratlanító képessége mintegy 0,8 l/h. Az Aero Ring légterelő technológia biztosítja az egyenletes légeloszlást és a kiegyensúlyozott klímát, míg a LED érintőpanel és a 24 órás időzítő kényelmessé teszi a használatot. A modell automatikus kondenzvíz-párologtatással dolgozik, zajszenzije 64 dB, a súlya pedig 27,5 kg.



Mobil komfort, egész évben – Whirlpool PACW212HP mobil légkondicionáló 6. Érzék Technológiával

A Whirlpool PACW212HP mobil légkondicionáló a négyévszakos kényelem tökéletes megtestesítője: kompakt, mobil kialakításával, intelligens működésével és négyfunkciós teljesítményével a lakás bármely helyiségében garantálja az optimális hőmérsékletet és friss levegőt – nyáron hűt, télen fűt, és közben páratlanít, valamint tisztítja a levegőt. Mindezt a Whirlpool ikonikus 6. Érzék Technológiájával vezérelve, a lehető legnagyobb energiahatékonysággal.

4 az 1-ben funkcionalitás – egyetlen mobil egységben

A PACW212HP egyszerre hűtő-, fűtő-, páramentesítő- és ventilátor funkciókat is ellát.

- **12 000 BTU (3,5 kW) hűtési kapacitása** ideális akár 30 m²-es helyiségek komfortos lehűtésére a nyári hőségben.
- **2,8 kW fűtési teljesítményével** a hűvösebb napokon is megbízható meleget biztosít, így tökéletes átmeneti megoldás tavaszi vagy őszi időszakban.
- A **páratlanító és szellőztető módok** javítják a beltéri levegő minőségét és megakadályozzák a penészképződést, különösen párás környezetben.

Automatikus klímavezérlés – 6. Érzék Technológia

A Whirlpool exkluzív **6. Érzék** érzékelőrendszere automatikusan felismeri a helyiség aktuális hőmérsékletét és páratartalmát, majd ehhez igazítja az üzemmódot és a teljesítményszintet. A felhasználónak csupán a kívánt célhőmérsékletet kell megadnia – a készülék minden mászt önállóan szabályoz, maximális kényelem mellett minimális energiafogyasztással.

Környezetbarát és energiatakarékos működés

A PACW212HP **A energiaosztályú hűtés**, valamint **A+ fűtési hatékonysága** biztosítja, hogy hosszú távon is fenntartható megoldást kínáljon. A készülék a **környezetbarát R290 hűtőközeget** használja, amely rendkívül alacsony globális felmelegedési potenciállal (GWP) rendelkezik, ezzel csökkentve a környezeti terhelést.

Okos részletek a maximális kényelemért

- **LED kijelző és távirányító** segítik a könnyű kezelhetőséget akár távolról is.
- **Jet (Turbo) üzemmód** az azonnali teljesítménynövelésért extrém hőség vagy hideg esetén.
- **Sleep mód**, amely éjszaka csökkenti a zajszintet és az energiafelhasználást.
- **Alacsony, 48–52 dB-es zajszint**, ami ideális akár hálószobában vagy otthoni irodában is.
- **Önbeálló kerekek** és kompakt méret (74,4 × 44,8 × 40 cm), így könnyedén mozgatható a lakáson belül.

Tisztább levegő minden nap

A PACW212HP levegőtisztító rendszerét **Silver-ion antibakteriális szűrő**, valamint **HEPA szűrő** egészíti ki, amelyek hatékonyan szűrik ki a levegőből a port, polleneket és egyéb allergéneket. A készülék különösen ideális allergiások vagy kisgyermekes családok számára, akik a beltéri levegő minősége iránt is kiemelten érzékenyek.

A Whirlpool PACW212HP a sokoldalú komfort megtestesítője: hatékony, intelligens és mobil klímamegoldás, amely egész évben tökéletes beltéri környezetet teremt – ott, ahol csak szüksége van rá.



Whirlpool

Lifetime Air 19587



A Lifetime Air 19587 mobilklíma megbízható és hatékony működést kínál akár 96m³ alapterületű helyiségekbe is. A háromfunkciós kialakítás lehetővé teszi a levegő hűtését, ventilátorként való használatát, valamint a párátlánítást. A mobilklíma könnyen mozgatható a görgőknek köszönhetően, és távirányítóval is működtethető, így kényelmesen irányítható. A készülék LED kijelzővel és három sebességi fokozattal rendelkezik, a hőmérséklet 16-31 fok között állítható. Alvó üzemmódban a működés halkabb a pihentető alvás érdekében.



Sencor SAC MT9079CH

A Sencor mobil klímája a hűtés mellett képes fűteni és páramentesíteni is. A 9000 BTU/óra hűtési teljesítménye miatt a modell akár 35 m² alapterületű helyiségekbe is hatékonyan működik. A készülék programozható, rendelkezik 24 órás időzítővel, a beállításokat pedig okostelefonon keresztül is el lehet végezni. A levegő áramlása állítható, a hőmérséklet pedig 18 és 33 C között szabályozható. Az éjszakai SLEEP üzemmód az energiatakarékos, csendes működést biztosítja. A hűtés közbeni zajszintje 64 dB, a készülék súlya pedig 33 kg.

Whirlpool PACW212HP



A Whirlpool mobil klímája 6.érvék technológiával dolgozik, ez azt jelenti, hogy a hőmérséklet szenzor automatikusan értékeli a helyiség hőmérsékletét, és ehhez képest végzi el a beállításokat. A hűtés mellett fűteni és párátlánítani is képes a modell. A klíma Autoclean funkciót kapott, ami megakadályozza a káros mikroorganizmusok elszaporodását. A HEPA-szűrő a 0,3 µm-nél nagyobb részecskék 99,9% -át képes eltávolítani, hogy mindig egészséges és tiszta legyen a levegő. A készülék 20-30 m²-es helyiségekbe ajánlott.



Tesla TTMYW-12CHW

Az „A” hűtési energiaosztállyal rendelkező mobil klíma nagyméretű LED kijelzővel rendelkezik, melyről minden fontos információ leolvasható. A hűtés mellett fűteni és párátlánítani is tud a sokoldalú eszköz. A Drain Free technológiának köszönhetően hűtési módban a folyadék visszakerül az elpárologtatóba, így nincs szükség kondenzvíz-elvezető csőre. A távirányítóval is vezérelhető modell alvó üzemmóddal is rendelkezik, aminek a lényege, hogy az éjszaka folyamán a hőmérséklet fokozatosan emelkedik.

Márka	Modell	Max. hűtő teljesítmény (kW)	Fűtő funkció	Távirányító	Zajszint (dB)	Súly (kg)
Aiwa	PAC-10000P Yukiair	2,6	nincs	igen	65	23
Berdsen	BD-581	4	igen	igen	65	31
ETA	Freezy 1578 90000	2,6	nincs	igen	65	24,48
Gorenje	KAM35 BHP	3,5	igen	igen	64	34
Heylo	AC 35	3,5	igen	igen	65	30
Hisense	APH12QC 20011352	3,5	igen	igen	64	31,6
Honeywell	HJ12CESAWK	3,5	nincs	igen	65	36
Klarstein	AC08-ArR7-PAC-BI Aero Ring 7K	2,45	igen	igen	64	27,5
Lifetime	Air 19587	4,1	nincs	igen	65	28
Sencor	SAC MT9079CH	2,3	igen	igen	64	33
Tesla	TTMYW-12CHW	3,5	igen	igen	65	31
Whirlpool	PACW212HP	3,5	igen	igen	51	35



Apple Shop nyílt az Alza Róbert Károly körúti bemutató- termében

„Shop in shop” vagyis „bolt a boltban” – ezzel a koncepcióval várta vásárlóit az Alza.hu a június 21-i Apple Shop megnyitón. A rendezvényen az érdeklődőket nemcsak a teljes magyarországi Apple portfólióval, hanem akár 99 000 forintos kedvezménnyel és iPhone 16-os nyereményjátékkal is csábították. A reggel 7 órára meghirdetett sajtóbejáráson a SELL magazin is részt vett.

A korai boltnyitás ellenére már 8 óra előtt hosszabb sor alakult ki az üzlet előtt. Sokan szerették volna elsőként megtekinteni a vadonatúj bemutatóteret, valamint élni az Alza által kínált nyitási kedvezményekkel. Az áruház három kedvezmény szintet kínált: 33 000, 66 000 és 99 000 forintot lehetett megtakarítani a vásárlás végösszegétől függően. Az ajánlat különlegessége az volt, hogy a kedvezmények nem egy konkrét termékre, hanem a teljes kosárra vonatkoztak – így az többféle Apple-termék kombinációjára is érvényes volt. A nyitási akció ideje alatt emellett 10 darab iPhone 16 is kisorsolásra került a helyszínen vásárlók között.

„A vásárlóknak lehetősége nyílik a teljes Apple választékot kipróbálni, elérhetőek lesznek az iPhone, MacBook, Apple Watch, Magic Mouse és AirPods termékek legfrissebb modelljei is” – mondta el Forrás Ákos, az Alza.hu ügyvezetője, hozzátéve: „A termékek személyes megtapasztalásának lehetősége, a szakmai tanácsadás és a vonzó üzletdízajn – amely tükrözi a nemzetközi Apple Store-ok stílusát – mind nyomós okok arra, hogy a vásárlók ellátogassanak hozzánk.”

Az Alza anyavállalata már sikerrel alkalmazta a shop-in-shop koncepciót Csehországban, a budapesti üzletnyitást

pedig hosszabb előkészítés és egyeztetés előzte meg. A jövőben ez a bolt kiemelt szerepet kap majd az Apple termékek hazai bevezetésekor is. Az Apple-termékekre az Alza áruhitel-konstrukciói is elérhetők, és további exkluzív promóciók is várhatók.

Az Apple Shop mintegy 70 négyzetmétert foglal el az Alza bemutatóterméből. A legfrissebb prémium dizájn jegyében berendezett térben a teljes aktuális Apple-termékválaszték megtekinthető és kipróbálható. A látványos, 4,5 méter széles, több ezer wattos LED-fal vizuálisan is kiemeli az üzlet részt. A konzultációs térben dedikált Apple-szakértők nyújtanak segítséget a készülékvásárláshoz, beüzemeléshez és applikációk elindításához – hétköznapiakon személyesen is.

A megnyitó nap mérlege: több mint félezer látogató, sikeresen kisorsolt 10 darab iPhone 16 – kizárólag a helyszínen vásárlók között. Szélsőséges példák is akadtak: volt, aki egy töltőkábel vásárlásával, más pedig egy iPhone 16 megvásárlásával nyerte meg az ajándék készüléket.

A legnagyobb érdeklődés az iPhone 16 és a MacBook Air 13” M4 iránt mutatkozott – ezekből fogyott a legtöbb.



Kínai márkák Európában: fenyegetés vagy új realitás?

Kerekasztal-beszélgetés Huczka Istvánnal (Haier-Europe magyarországi ügyvezetője), Magyar Norberttel (SharkNinja regionális vezetője), Tóth Péterrel (Electrolux kereskedelmi igazgatója) és Azurák Zsolttal (Euronics kereskedelmi igazgatója).

Haidar Roland: Egyértelműen látszik, hogy a kínai márkák az elmúlt években komoly térnyerést értek el a magyar és európai műszaki piacon. Miből ered ez a lendület? Árverseney, gyártási előny, szervezeti kultúra vagy valami más lehet a háttérben?

Huczka István: Úgy gondolom mindegyik igaz. A kínai márkák térnyerése több tényező eredménye. Kezdetben az olcsó munkaerő és a nagy volumenű termelés miatt vonzották be a nyugati gyártókat, de azóta Kína technológiai nagyhatalommá vált. Az állami támogatás, a nyersanyag-hozzáférés és bizonyos esetekben a közvetlen állami tulajdon is hozzájárult ehhez a fejlődéshez. Mára eljutottunk oda, hogy a kínai cégek technikai tudásuk révén már nemcsak jelen vannak, hanem meghatározó szereplővé váltak a gyártásban és a kereskedelemben is. Termékeik kifejezetten magas minőséget képviselnek, megjelentek a prémium szegmensben – mindezt rendkívül versenyképes áron.

Tóth Péter: A kínai márkák sikerét leginkább a költséghatékonyság, a gyors reagálás és a technológiai fejlődés alapoza meg. Ezek teszik lehetővé, hogy ambiciózus, hosszú távú növekedési stratégiákat valósítsanak meg. Ma már nem olcsó, gyenge minőségű termékekkel lépnek piacra – ők diktálják a technológiai tempót, miközben Európa követi őket. Emellett kiválóan kihasználják az iparágak közötti szinergiákat, legyen szó háztartási gépekről, autókról vagy szórakoztató elektronikáról.

Magyar Norbert: Ma már a világ legismertebb márkáinak – így például a Sharknak vagy a Ninjának – túlnyomó része is Kínában gyártat, még akkor is, ha amerikai cégekről beszélünk. Míg Európa és az USA a gyártás optimalizálására és költségcsökkentésre törekedett, Kína valóban beruházott a gyártási kapacitások fejlesztésébe – ennek eredményeként technológiai értelemben mára több lépéssel megelőzte Európát. A minőség elsődleges prioritássá vált, a gyártási színvonal pedig sok esetben felülmúlja a nyugatit. A kínai márkák dinamikusán bővítik portfóliójukat: a Xiaomi például a mobilpiacról kiindulva előbb kisgépekkel, mostanra pedig nagygépekkel, hamarosan pedig az elektromos autói-val is megjelenik Európában. Ez olyan komplex működést igényel, amelyet a cég meglepően hatékonyan és költségkorlátok nélkül képes kezelni. Noha a szállítás még jelenthet kihívást, ezen a területen is gyors ütemű fejlődés zajlik – ami azt vetíti előre, hogy az európai gyártás versenyképessége egyre inkább háttérbe szorulhat.

Azurák Zsolt: Ha nagyon őszinték akarunk lenni magunkkal szemben akkor bizony be kell látnunk, hogy a kínai márkák térnyerésének hátterében ott van a globalizáció kíméletlen kihasználása is. A gyártás és technológia kiszervezésével párhuzamosan számos ipari tudást sajátítottak el, gyakran kérdéses módszerekkel. A megszerzett ismeretekre építve tudatosan fejlesztették saját oktatási rendszerüket, technológiai bázisukat és mérnöki hátterüket. Emellett a kínai

vállalatok olyan állami támogatásban részesülnek, amely más országokban elképzelhetetlen lenne. Ez egy jól felépített, geopolitikailag is támogatott offenzíva. És amit még látunk: a kínai márkák kiválóan értik az üzletet – tudják, hogyan kell egyszerre megnyerni a retail partnert és a fogyasztót is.

Haidar Roland: A kínai márkák nemcsak betörték a piacra, de egyre inkább dominálják is azt. Hol hibáztak az európai szereplők, és van-e még esélyük a fordításra?

Magyar Norbert: Az elmúlt 2–3 évben – különösen a Covid után – drámaian felgyorsult a kínai márkák térnyerése. Korábban is szó volt róla, de most már valóban érezzük a hatását. Kína tudatosan támogatja saját márkáit, amelyek a belföldi piacuk hatalmas volumenére támaszkodva komoly nemzetközi sikereket érnek el. Emellett olyan eszközökkel élnek, mint a konténerárak vagy a logisztikai szolgáltatások befolyásolása, amivel jelentős előnyhöz jutnak új piacokon. Ha ez a tudatos stratégia folytatódik, néhány éven belül akár további tradicionális európai márkák is eltűnhetnek.

Tóth Péter: A változások gyorsaságát ma már a saját bőrünkön érezzük. Míg 4–5 éve az IFA-n az európai márkák még kissé lenézően figyelték a kínai gyártók látványos bemutatóit, ma teljesen más a helyzet. Akkor nem vettük komolyan a fenyegetést, lassan reagáltunk, és kényelmesen kezeltük a helyzetet, most ennek az árát fizetjük meg. Közben az európai fogyasztók is nyitottabbá váltak

az új márkák iránt, a gazdasági környezet pedig jelentősen átalakult, különösen Kelet-Európában. Ami korábban kísérletnek tűnt, mára beérett, a kínai márkák egyre tudatosabban tanulják és hódítják meg a piacot.

Huczka István: A fogyasztói társadalmak felépítése Európában és Amerikában előkészítette a terepet a kínai tömeggyártás megerősödésének. A 'vegyél újat, cseréld le gyorsan' szemlélet ösztönözte a volumenalapú gyártást, amit a kínai cégek remekül ki tudtak használni. Már a 2000-es évek elején is látszott, hogy a kínai vállalatok európai gyárakat vásároltak fel, gyakran csak azért, hogy bezárják azokat, és saját gyártásukat hozzák előtérbe. Ma viszont már egy új stratégia is megjelent, ahogy a Volvo példája mutatja, a kínai befektetők nem minden esetben akarják megváltoztatni a márkákat – inkább megtartják azok presztízsét, és hatékonyan működtetik tovább. A fejlesztési szintjük elképesztő, sokszor úgy érezzük, mintha teljesen más dimenzióban gondolkodnának. Kína belső piacának mérete lehetővé teszi új márkák gyors felépítését, miközben az állami támogatások már nemcsak az exportra, hanem a belföldi fogyasztás ösztönzésére is koncentrálnak, ami Kína jövőjének az egyik fontos eleme.

Azurák Zsolt: A kínai belső fogyasztás kulturálisan eltér, nem érte el azt a szintet, amit Európában vagy Amerikában látunk. Mivel Kína hatalmas kapacitással termel, de döntően exportra, az exportlehetőségek beszűkülése komoly problémát jelent. Ezért is nehezedik egyre nagyobb nyomás Európára: ha az amerikai piac vámokkal zár, nálunk értékesítési kényszer alakul ki. Ez a kényszer alacsony árakat, állami támogatásokat, árversenyt és logisztikai nyomást eredményez. A kérdés az, hogy az európai piac képes-e ezt felszívni. Kereskedői oldalról ez óriási kockázat, nem az a kérdés, hogy jó-e Kína, hanem az, hogy meddig engedjük be. A kontrollnak nálunk kell maradnia, különben az egyoldalú függés könnyen problémákat tud okozni az adott pénzügyi évben egy esetleges késői szállítás miatt például.

Haidar Roland: A kínai márkák technológiai és minőségi fejlődése mellett



Magyar Norbert



Huczka István

hogyan változott a fogyasztói bizalom és megítélés? Mennyire nyitottak ma a vásárlók ezekre a márkákra, és érzékelhető-e már egyfajta minőségtársítás?
Tóth Péter: Gyártói oldalról egyértelműen azt látjuk, hogy a kínai márkák elfogadottsága jelentősen megnőtt. Ez részben annak köszönhető, hogy az IT, a telekommunikáció és a szórakoztatóelektronika területén már bizonyítottak fenntartható, jó minőségű termékekkel. Ha egy márka ismertsége elér egy bizonyos szintet, azt könnyebb más termékkategóriákba – például a háztartási gépek



Tóth Péter



Azurák Zsolt

világába – is átvinni, ezért is a vásárlók ma már sokkal nyitottabbak a kínai márkák felé.

Azurák Zsolt: Ha egy márka technológiai területen – például mobiltelefonok vagy televíziók révén – már bizonyított, akkor a megszerzett pozitív fogyasztói élményt könnyen át tudja vinni más termékkategóriákba is, például a háztartási gépekbe. A kínai márkák ezt tudatosan építik, kiváló ár-érték arányt kínálnak, miközben jelentős forrásokat fordítanak marketingre – olyan volumenben, amelyet sok piaci

szereplő nehezen tud követni. Ráadásul nemcsak a végfelhasználókra, hanem a kereskedelmi partnerekre is fókuszálnak. Olyan üzleti, jogi és kereskedelmi feltételeket kínálnak, amelyek a retailerek számára is kifejezetten vonzóak, így könnyen piacra jutnak és képesek formálni a keresletet. A kínai gyártók kiváló üzleti érzékkel és rugalmassággal dolgoznak: pontosan tudják, mire van szüksége a vásárlóknak és a kereskedőknek, és ehhez igazítják stratégiájukat. Ez a tudatosan felépített win-win modell mára több szegmensben is piaci fölényhez segítette őket.

Huczka István: Korábban egyértelmű volt, melyik márka hol helyezkedik el a piacon – az AEG, Bosch, Siemens, Electrolux vagy Whirlpool mind struktúráltan, lépésről lépésre építkezett. Ma azonban egyre inkább összemósodnak a márkák, és sokszor nem világos, mit képviselnek. Régen a nyugati cégek az olcsóság miatt vitték Kínába a gyártást, a minőség vagy a funkció kevésbé számított. A kínaiak legyártották, amit kértek, de az eredmény gyakran gyenge volt. Ma már fordult a kocka, Kína technológiai fölényrel és feltételrendszerrel rendelkezik és a gyártás már sokkal inkább erre a bázisra épül. A magyar piacon bizonyos kínai márkák jelentős részesedést érnek el, de ha azt nézzük mennyi a kínai gyártás aránya, a szám többszöröződik – függetlenül a márkától. Ez az irányvonal tovább gyorsítja a piaci átrendeződést.

Magyar Norbert: Korábban lehetőség nyílt több európai nagy gyárban akár saját márkás termékek gyártására is, de sajnos egyre világosabbá vált, ma már nem lehet Európában ugyanazt a minőséget biztosítani, mint Kínában. Az árverseny miatt valahol mindig kompromisszum születik – gyengébb elektronika, olcsóbb alapanyag, rövidebb élettartam. Ki kell mondani, Kína ma olyan gyártási színvonalat képvisel, amit Európában nem tudunk utolérni, különösen a meghibásodási arány tekintetében. Az amerikai gyártók is ezt látják – hiába vinnék vissza, vagy hoznák Európába a termelést, nem tudják garantálni ugyanazt a minőséget. Ez egy komoly csapda. A kérdés az, meddig tud egy kereskedő ellenállni és más irányba terelni a vásárlót, amikor a fogyasztó ma

már gyakran a kínai gyártáshoz köti a megbízható minőséget, függetlenül attól, milyen márkanév szerepel a terméken. Ez óriási kockázat mindannyiunk számára.

Haidar Roland: Milyen lehetőségei maradtak az európai márkáknak a kínai versenytársak térnyerése mellett? Van még esély a felzárkózásra, vagy struktúráisan új korszak kezdődött a piacon?

Huczka István: A Haier képviselőjében számomra a korrekt verseny a legfontosabb. Nem lehet általánosítani, hogy minden kínai gyártó azonos módon kívánja megszerezni a számára kijelölt piaci nagyságrendet – vannak, akik gyorsabb felfutással és vannak, akik hosszú távra terveznek, és valódi értéket akarnak építeni. Én az utóbbiban hiszek. Bízom benne, hogy a piac nem pusztán az árversenyről fog szólni, ami ugyan nagyon fontos, de fogyasztók minőségi kiszolgálása még inkább az és reméljük a kereskedelmi közeg nem válik egyszerű közlekedőedénnyé, ahol az értékeremtés háttérbe szorul. A Haier egy fejlett, belső rendszerrel támogatja a munkánkat, amely lehetővé teszi a tudatos, fenntartható építkezést. A kínai márkák előretérése nem jelenti azt, hogy a piac fekete-fehérré válik. Van hely a racionális, felelős gondolkodásnak és van remény a kiegyensúlyozott fejlődésre minden stratégiával rendelkező cég számára.

Magyar Norbert: Bár nem tudhatjuk, a politikai erőviszonyok mennyiben alakítják majd ezt a folyamatot, abban bízom, hogy eljutunk oda, ahol az innováció nem kizárólag Kínából érkezik. Hiszen az új ötletek a világ bármely pontjáról jöhetnek – megfelelő minőségű gyártással és új termelési helyszínekkel kombinálva csökkenhet a Kínával szembeni versenyhátrány. Ez nem feltétlenül menekülőút, inkább egy hosszú távú, logikus gondolkodás iránya. Kérdés persze, hány vállalat rendelkezik valós jövőképpel vagy lehetőséggel például Afrikában ebbe az irányba lépni. De közös érdekünk, hogy valamilyen megoldás szülessen.

Tóth Péter: Az Electroluxnál a költség-tudatosság és -hatékonyság továbbra is kiemelt stratégiai cél, de ez önmagában nem elég. Szemléletváltásra és új vállalati kultúrára van szükség – mélyen beépülve a szervezet struktúrájába és működésé-

be. Az európai gyártóknak tempót kell váltaniuk, különben hosszú távon nem tudják megőrizni piaci pozícióikat. Szerintem a következő 3–5 év lesz a döntő: ez alatt dől el, hogy az évtized végére mely európai márkák maradnak talpon, és kik tudnak alkalmazkodni az új piaci környezethez. Egyre fontosabbá válik a márkák pozicionálása. Korábban világos volt, ki hol helyezkedik el a piacon, ma ez sokkal kevésbé átlátható. Az európai szereplőknek tudatosan kell hangsúlyozniuk azt, amiben mások – vagy jobbak –, mint a kínai versenytársaik. A globális politikai és gazdasági folyamatokra kevés ráhatásunk van, de helyi szinten igenis van mozgásterünk. Ezt kell kihasználnunk és ebben kell előre lépünk.

Azurák Zsolt: Biztosan lesznek törekvések – főként politikai alapon – a helyi gyártás, a munkahelyteremtés és a szabályozott környezet előtérbe helyezésére. Már most is látunk ilyen jeleket. Az európai gyártók is kezdik felismerni, hogy csak minőséggel versenyezhetnek. Jó példa erre a Philips, amely nem Kínába vitte, hanem visszahozta Európába a hajápolási termékek gyártását – még ha ez szűk keresztmetszetet is jelent az életmunka oldalán. Jelenleg még van mozgástér: tudunk lavírozni, kockázatot kezelni, és nem engedni, hogy egy márka túlnőjön. De ha minden márka kínai lesz, és a logisztika is tökéletesen működik, más szabályrendszer fog érvényesülni.

Ez nem érzelmi, hanem racionális kockázatkezelési kérdés. Most még tudunk egyensúlyozni – de pár év múlva lehet, hogy már nem. Egy tényezőről ritkán beszélünk: a politikáról. A jelenlegi gondolkodás még mindig a globalizáció logikáját követi, ahol mindent Kínából hozunk. Közben azonban a geopolitika radikálisan változik. Amerika nyíltan szembe megy Kínával, és Európában is átrendeződnek a pozíciók. Ha az Egyesült Államok felismeri, hogy nem Európa az ellenfél, hanem Kína, új szövetségi együttműködések jöhetnek létre. A globalizációt felválthatja a lokalizáció: visszahozott autógyárak, hadiipari létesítmények, újraépülő infrastruktúra.

Nem tudjuk, merre indul a világ: marad-e a dömping, vagy jön a visszaszorítás. Egy azonban biztos: bármerre mozdul is a rendszer, mindenképpen borítani fogja a jelenlegi status quo-t.

Mindenhol biztonságban: IMILAB

Alig tíz évvel ezelőtt, 2014-ben alapították meg a biztonsági kamerákat gyártó IMILAB nevű vállalatot és máris több mint 75 millió ember választotta a termékeit, hogy biztonságban érezhesse magát az otthonában. A márka startup cékként kezdte meg a pályafutását, majd csakhamar a Xiaomi egyik stratégiai partnerévé nőtt ki magát a kameragyártásban. Az IMILAB évek óta jelen van saját márkaként is a globális piacokon. A vállalat célja, hogy innovatív és könnyen használható okos otthoni megoldásokat kínáljon, amelyek megfizethetők és széles körben elérhetők. Fő termékei közé tartoznak a különböző beltéri és kültéri IP kamerák, amelyek nagy felbontású videofelvételt, mozgásérzékelést és akár éjszakai látást kínálnak. A hazai vásárlók örömeire a cégnek mostantól elérhető a magyar nyelvű weboldala is www.imilab.hu néven. kibővített funkciókat is kínál felhő tárhely előfizetés ellenében. Mindez nem csak versenyelőnyt jelenthet a piacon, de új modelleket is eredményez.



IMILAB C22 biztonsági kamera

Az IMILAB C22 360°-os forgathatóságot biztosít az átfogó beltéri megfigyeléshez. A továbbfejlesztett 3K felbontással és széles dinamikatarományú (WDR) üzemmóddal a C22 beltéri kamera kiváló képminőség mellett rögzíti, ami a lakásban történik. A négy 850 nm-es infravörös éjszakai fénnel és F2.0 objektív rekesznyílással a kamera élénk, színes, élő képet biztosít még gyenge fényviszonyok között is.

Riasztás AI alapon

Amennyiben a készülék személyt, hangot vagy mozgást érzékel, azonnali értesítést küld a telefonra. A mesterséges intelligencia követés és a testreszabható mozgási zónák biztosítják, hogy csak a fontos eseményekre küldjön riasztást.

Nem csak lát beszél is

A Mi Home App valamint a beépített kétirányú audio átvitel segítségével a kamerán keresztül beszélgetni is lehet bárkivel, aki arra jár. Valós időben kommunikálhatunk a gyermekeinkkel vagy éppen az otthon lévő kutyával. Mindezt okostelefonon, táblagépen vagy hangalapú asszisztens eszközökön, például Alexán és Google Assistanton keresztül.

IMILAB EC6 kültéri biztonsági kamera

A gyártó kültéri kamerája 5MP/3K UHD felbontásban rögzíti a felvételeket 360 fokban, vagyis a készülék szemmel tart mindent. Az EC6 ráadásul integrált LED reflektorokkal valamint három éjjellátó üzemmóddal rendelkezik, hogy éjszaka is megvilágítsa otthonunkat és színes felvételeket rögzítsen.

Azonnali riasztás és nyomon követés

Veszélyes szituációban a kamera automatikusan elriasztja a gyanúsítottakat sziréna, villogó vagy akár egyéni hangjelzés segítségével. Az okos eszköz letölthető alkalmazás segítségével bármikor értesítést tud küldeni a felhasználónak egy adott problémáról. Az applikációval pedig akár külön megfigyelési zónák is beállíthatók. A kamera az okostelefon mellett tableten, illetve Alexa és Google Assistant segítségével is vezérelhető.

Telepítés és MI funkciók

A 2,4 GHz-es Wi-Fi 6 router segítségével az eszköz bárhová könnyen telepíthető. A kamera nem csak az emberi alakokat, de a gépjárműveket is felismeri, illetőleg értelmezi. Bármilyen probléma esetén bekapcsol a 100 dB hangerejű sziréna, ami bizonyosan távol tartja az illetékteleneket az értékeinktől.

IMILAB EC6 Dual Pro kültéri biztonsági kamera

Az IMILAB EC6 Dual 3K+3K rendszerrel nem egy, hanem két kamerát kapunk. A kétlencsés megoldás mindegyike 3K felbontású felügyeleti adatfolyamot biztosít intelligens alkalmazáson keresztül. Az alsó lencse 360°-os megfigyelési szöveget kínál az események automatikus követéshez, míg a felső lencse rögzített marad, hogy elkerülje a zavaró tényezőket. A felvételek nappal és éjjel is kifogástalan minőségben történnek.

Duplán okos

A készülék önmagától elriasztja a gyanús alakokat szirénával, villanással vagy akár az előre felvett hangoddal. A letölthető alkalmazás nem csak távolról történő vezérlést tesz lehetővé, de számos plusz funkciót kínál. Ilyen a dupla mozgási zóna beállítása vagy az értesítések kérése bármilyen esemény kapcsán.

Könnyű telepítés

A kamera támogatja a Wi-Fi és a vezeték hálózati kapcsolatokat is. A felső lencse manuálisan 120°-ban forgatható és 10°-ban dönthető a tökéletes szög-beállítás érdekében, ami leegyszerűsíti a falakra, mennyezetekre vagy oszlopokra történő rögzítést.



Acer

Series 3 Advance (GP.ESC11.011)

Az Acer alumínium vázas, összecusukható, elektromos rollere maximálisan 25 km/h sebességre képes. A gyorsaság mértéke pedig négy különböző szinten szabályozható, a beállításokat az LCD kijelző könnyíti meg. A modellen elől elektromos, hátul pedig tárcsafék található. A biztonságos közlekedés érdekében a rolleren elől és hátul is irányjelző kapott helyet, valamint hangjelzést is adhatunk a készülékkel. A 60 cm hosszú taposólemez elegendő helyet biztosít a stabil lábtartáshoz valamint kényelmesebb közlekedést tesz lehetővé. A 42V/3.0 Ah akkumulátor töltési ideje 3 óra.



GoGen
S801B

A GoGen 500 Wattos elektromos rollere 10 colos gumikat kapott, melyek defektmentes védelemmel vannak ellátva. A 25 km/h sebességre képes modell Eco és Sport üzemmódban használható, emellett pedig tempomat funkcióval is rendelkezik. A hátsó felfüggesztésnek köszönhetően a rosszabb állapotú utakon is kényelmes a közlekedés. A hátsó lábfék és az első elektronikus fék könnyű és mindenekelőtt biztonságos megállást kínál. A többfunkciós kijelzőről számos információ olvasható le. A 17 kg súlyú modell városi közlekedésben is mobilisan használható.

ROLLER, SZERELEM, SZÁGULDÁS

Érdekes képet fest az elektromos rollerek piaca. Európa legtöbb országában a maximálisan engedélyezett sebesség 25/km óra, ennek ellenére bőven találunk modelleket, amelyek 50km/óra vagy akár 80km/óra sebességre képesek. Ráadásul a sebesség jelentősen befolyásolja a vásárlói döntést, főleg a fiatalok körében, a célcsoport pedig az ifjabb korosztály. Sajnos balesetekről is egyre többet hallani, amit persze befolyásol az is, hogy mind többen közlekednek ezekkel az eszközökkel. Mindenesetre a piac bővül, ami a környezettudatosság szempontjából üdvözlendő. Európában tavaly 9% körüli volt az eladások növekedése, ami várhatóan tovább fog emelkedni. Magyarországon is már bőven 100 000 felettire teszik a modellek számát, a legtöbben pedig munkába- és iskolába járásra használják a készülékeket. Ez érthető is, hiszen nem csak gyorsak, de praktikusak is, főleg a nagyvárosi közlekedésben.



Ducati

Pro-II Evo Advanced Safety

A Ducati rollere 350 Wattos motorral és 374 Wh-s akkumulátorral van felszerelve, amely a magnézium váz könnyűségével kombinálva akár 40 km megtételét is lehetővé teszi egyetlen feltöltéssel. A teljes töltéshez szükséges idő pedig 7 óra. A 10 col átmérőjű defekttűrő, tömlő nélküli kerekek és a dupla fék – elektromos első és hátsó tárcsafék – fékezéskor nagy biztonságot, vezetésnél pedig kényelmet garantál. A 3,5 colos LED-kijelző a beállításokat, illetőleg az információk leolvasását könnyíti meg. A letölthető alkalmazáson keresztül a felhasználó tájékozódhat a jármű teljesítményéről, tartózkodási helyéről, és valós időben segítség is kérhető chaten keresztül.



KuKirin

G3 PRO (KKG3PRO)

A KuKirin elektromos rollere összecusukható, így kényelmesen szállítható. Az alumínium vázas modell akár 65 km/h óra sebességre is képes, a gyorsasága pedig három szinten szabályozható. Az első és hátsó kerekek rugós felfüggesztésűek, az előbbi hidraulikus, az utóbbi tárcsafékkal van ellátva. Egy töltéssel megtehető távolság a gyári adatok szerint 80 km, a töltési idő pedig 10 óra. A 10 colos kerekek dupla felfüggesztésűek, a modellen elől és hátul is erős LED világítás található. Az eszköz maximális terhelhetősége 120 kg.

Messze jutsz ezzel az elektromos rollerrel

Az elektromos rollerek egyik legfontosabb előnye, hogy határtalan szabadságot, továbbá hatékony mobilitást nyújtanak. Egy korszerű példánnyal már akár két város közötti táv is megtehető biztonságosan.

A Sencor Scooter X70-es elektromos roller a kiváló teljesítmény és a csúcstechnológia tökéletes ötvöze. Hajtásáról két darab, 1000 W összteljesítményű villanymotor gondoskodik, így speciális körülmények között akár 40 km/órás sebességgel is haladhat. A felhasználók egy-, illetve kétmotoros hajtás között választhatnak. Előbbi esetén 65, utóbbinál pedig 45 kilométeres hatótáv állhat rendelkezésre egyetlen töltéssel.

Ezek igazán impozáns paraméterek, ha azt vesszük, hogy teherbírása eléri a 120 kilogrammot. Összecsukott állapotban mindössze 125 cm hosszú, 66 cm széles és 56 cm magas, tehát könnyedén elfér egy autó csomagtartójában. A Sencor mérnökei tisztában vannak vele, hogy nem minden út egyforma és az egyenletes haladást gyakran a terep-, valamint az időjárási viszonyok is befolyásolják. Éppen ezért a Scooter X70-es négyféle üzemeltetési módot kínál. A Walk („Séta”) beállítás rendkívül alacsony, 6 km/órás haladási sebességet tesz lehetővé, az Eco pedig gazdaságos, 10 km/órás tempót kínál. A Drive módban 20 km/óra, a Sport fokozatban pedig 25 km/óra sebességgel közlekedhetnek vele a felhasználók.

Egy ilyen járműnél kiemelt figyelem hárul a biztonságra. A Scooter X70-esnek nincs szégyenkezni valója ezen a téren. A külső LED-világítás, valamint az irányjelző lámpák maximális láthatóságot biztosítanak még éjszaka is. A precíz irányíthatóság érdekében a rollert mechanikus és elektronikus féktárcsák előnyeit kombináló fékrendszerrel szerelték fel. Ennek köszönhetően minden helyzetben stabil és gyors megállást biztosít. A 10 colos, tömlő nélküli abroncsok speciális gélöltéssel rendelkeznek, amely minimalizálja a defektek bekövetkezésének esélyét. Az első és hátsó kerék rugózása még egyenetlen útfelületeken is kiváló menetkomfortot nyújt.

Modern, LED-kijelzője minden fontos információt megjelenít, így többek között a 864 Wh kapacitású lítiumion akkumulátor töltöttségi szintjét is. Lemerülés esetén mindössze 10 óra alatt feltölthető. A könnyebb kezelhetőség érdekében a Scooter X70-es akár iOS, vagy Android rendszerű okostelefonokkal is csatlakoztatható a Sencor Home alkalmazás révén. A felhasználók emellett pedig nagy hasznát fogják venni a beépített tempomatnak, amely biztosítja az egyenletes sebességet a hosszabb utakon.

A Sencor Scooter X70 minden fontos igényt kielégít, amire csak egy rollerezőnek szüksége lehet, emellett biztonságos és hatékony közlekedési alternatívát jelent a mindennapokban.

+1 ÉV
KITERJESZTETT
GARANCIA

A Sencor úgy döntött, hogy megajándékozza vásárlóit egy extra évvel. A vállalat hisz abban, hogy a készülékei hosszú időn keresztül megbízhatóan szolgálják a felhasználókat, ezért a jogszabályban meghatározott kötelező és az önkéntesen biztosított jótállási időn felül további egy éves időszakra kiterjesztett garanciát biztosít a vásárlók részére. Fontos azonban figyelembe venni, hogy ezzel a lehetőséggel kizárólag magánszemélyek élhetnek. Az ingyenes kiterjesztett garancia igénybevételéhez a vásárlóknak 30 napon belül regisztrálni kell a terméket a www.sencor.hu-n a vásárlást igazoló blokk segítségével. Ezt követően a felhasználók elektronikus úton megkapják a +1 év kiterjesztett garancia igénybevételéhez szükséges tanúsítványt.

SENCOR



Lamax E cruiser-Sc30

A LAMAX elektromos rollere 400 Wattos motorral működik, ami akár 50 kilométeres hatótávot is lehetővé tesz egyetlen töltéssel. Az áttekinthető, nagyméretű LCD kijelző folyamatosan tájékoztat a sebességről, a sebességfokozat kiválasztásáról (ebből négy áll rendelkezésre), illetőleg az akkumulátor állapotáról is. A 10 hüvelykes gumibroncsok extra tapadással rendelkeznek, így biztonságos közlekedést tesznek lehetővé a kevésbé ideális útszakaszokon is. A roller 120 kg súlyig terhelhető. A Bluetooth kapcsolaton keresztül telefonról is ellenőrizhető a rollerrel kapcsolatos minden információ.



Motus Scooty 8.5 Lite (AKC028-2)

Az összehajtható és könnyű súlyú elektromos roller egy töltéssel 19 km megtételére képes, így elsősorban rövidebb távokra van tervezve. Az akkumulátor állapotáról és a sebességről – melynek maximuma 20 km/h – az LCD kijelző nyújt információt, amely nappali fényben is jól látható. A roller legfeljebb 15 fokos emelkedővel tud megbirkózni, legnagyobb terhelése pedig 100 kg lehet. Elöl és hátul is LED világítás található rajta. A készülék ideális a városi közlekedésre, mivel a súlya mindössze 12,5 kg és egy pillanat alatt összehajtható. A biztonságos megállásról a tárcsafékek gondoskodnak. A készülék töltési ideje 4 óra.



Navee ST3

A NAVEE ST3 elektromos roller kétoldalas polimer felfüggesztési rendszert kapott, amely hatékonyan elnyeli az ütdéseket az egyenetlen felületeken. A 120 kg teherbírású jármű gyalogos, standard és sport üzemmódban használható. A robusztus BMS akkumulátor-rendszer lehetővé teszi, hogy egy töltéssel akár 75 km is képes legyen megtenni. A modell fejlett hármas fékrendszerrel rendelkezik, amely még nagyobb biztonságot nyújt az úton. A fényszórók automatikusan állítják a fényerőt, optimális láthatóságot nyújtva és növelve a biztonságot, különösen éjszakai vezetés közben. A NAVEE APP mobilalkalmazással bármikor nyomon követhető a roller.



Razor E200 HD (13173887)

A Razor rollere 200 Wattos motorral van felszerelve, amely a könnyű (14,1 kg) vázzal kombinálva akár 14 km megtételét is lehetővé teszi egyetlen feltöltéssel. A teljes töltéshez szükséges idő 12 óra. A 10 col átmérőjű defekttűrő, tömlő nélküli kerekek és a dupla fék biztonságos használatot garantál. A városi használatra tervezett modell egy pillanat alatt összehajtható és kényelmesen szállítható. Mivel rezgéscsillapítás nem érhető el az eszközön, így a simább utakon javasolt a használata.



SEGWAY

Ninebot MAX G3 E (05.16.01.0004)

A SEGWAY elektromos rollere akár 130 kilógrammig is terhelhető és képes 30 fokos emelkedőkkel is megbirkózni. Maximális sebessége 25 km/h, a kettős tárcsafékrendszer pedig biztonságos megállást kínál. Az első és hátsó lámpa mellett reflektort is kapott a készülék. A különféle információk a 2,4 colos TFT kijelzőről olvashatók le, de akár navigációs útvonaltervezésre is van itt lehetőség. A modell gyorsfeltöltés funkcióval is rendelkezik, melynek az ideje 2 óra. A 12,75 Ah akkumulátor kapacitás akár 80 km távolság megtételét is lehetővé teszi.



W-Tec

Lambreto Max III 10 (26381)

A 10"-os felfújható kerekek ideális megoldást jelentenek a városi közlekedésre, a megállást elől és hátul is tárcsafékek segítik. A roller maximális sebessége 35 km/h, a gyorsaság pedig négy pozícióban szabályozható. A tempomat néhány másodpercnyi sebességtartás után automatikusan elindul. A nagyméretű digitális kijelző erős napfénynél is jól látható, az aktuális akkumulátor töltöttségi szint illetőleg a sebesség üzemmód is ellenőrizhető rajta. Egy töltéssel a modell 50 km távolságot tud megtenni.



Sencor

SCOOTER

Az 1000 Watt összteljesítményű, dupla motoros roller bár 25 km/h óra maximális sebességgel halad, adott esetben képes felgyorsulni 40km/h sebességre is. A prémium alumínium szerkezet garantálja a modell masszivitását és tartósságát. A 10 colos gumik speciális gélöltéssel vannak ellátva, ami minimalizálja a defekteket. A biztonságos használatról a mechanikus és elektronikus tárcsafékek gondoskodnak. A LED kijelző minden hasznos információról tájékoztatja a felhasználót. A rolleren négy különböző vezetési mód érhető el 6 és 25km/h között.



Xiaomi

BHR9615GL

Az első hidraulikus-rugós és hátsó rugós felfüggesztés a nehezebb útszakaszokon is zökkenőmentes közlekedést tesz lehetővé. Az 1000 Watt teljesítményű motor lendületes gyorsulást biztosít, illetőleg ennek köszönhető, hogy 22 fokos emelkedőkkel is képes megbirkózni a modell. A 10 colos kerekek tubeless gumiból készültek. A csúszásgátló bevonatnak köszönhetően esőben is biztonságos a közlekedés. Elöl dobfelek, hátul elektromos fék található a készüléken. Bár a modell töltési ideje 9 óra, de lehetőség van 3 órás gyorsfeltöltésre is. A kijelzőről a sebesség, az akkumulátor állapota, de a kerekekben lévő nyomás is leolvasható.

Márka	Modell	Terhelhetőség	Maximális sebesség	Maximális hatótávolság	Töltési idő	Súly
Acer	Series 3 Advance (GP.ESC11.011)	120 kg	25 km/h	25 km	3 h	16 kg
Ducati	Pro-II Evo Advanced Safety	100 kg	25 km/h	40 km	7 h	16,7 kg
GoGen	S801B	120 kg	25 km/h	35 km	5,5 h	17 kg
Kugoo	KuKirin G3 PRO (KKG3PRO)	120 kg	65 km/h	80 km	10 h	39 kg
Lamax	eCruiser SC30	120 kg	25 km/h	50 km	8 h	16 kg
Motus	Scooty 8.5 Lite (AKC028-2)	100 kg	20 km/h	19 km	4 h	12,5 kg
Navee	ST3	120 kg	25 km/h	75 km	6 h	24,8 kg
Razor	E200 HD (13173887)	80 kg	20 km/h	15 km	12 h	14,1 kg
Segway	Ninebot MAX G3 E (05.16.01.0004)	130 kg	25 km/h	80 km	3,5 h	24,6 kg
Sencor	SCOOTER X70	120 kg	25 km/h	65 km	10 h	30,5 kg
W-Tec	Lambreto Max III 10 (26381)	120 kg	35 km/h	50 km	6 h	20 kg
Xiaomi	BHR9615GL	120 kg	25 km/h	60 km	9 h	22,3 kg



Történet és fejlődés – tíz év alatt regionális sikersztori

Az elem6 története 2012-ben indult, amikor a vállalat még elsősorban akciókamerák disztribúciójára koncentrált. Már a kezdetektől cél volt, hogy a cég ne csupán forgalmazóként, hanem értéket teremtő márkaként jelenjen meg a piacon. Azóta saját márkákat hoztak létre – TrueCam, LAMAX, TrueLife –, majd 2018-ban elindították a dizájnra és funkcionalitásra egyaránt fókuszáló Lauben márkát is.

Az elem6 mára több exkluzív partnermárka kizárólagos forgalmazását is ellátja: ilyen a Kodak PixPro, a Tineco, a Mobvoi vagy a Gel Blaster. A vállalat növekedési pályája világosan kirajzolódik, 2021-re az árbevétel elérte a 20 millió eurót, 2023-ban pedig átlépte a 27 milliós határt. A munkatársak száma meghaladja a 80 főt, jelenlétük pedig több mint húsz országra terjed ki.

Több mint disztribúció – teljes szolgáltatási ökoszisztéma

A TechKóstoló során bemutatott prezentációk rávilágítottak arra, hogy az elem6 tevékenysége messze túlmutat a hagyományos disztribúciós modellen. A vállalat integrált működési struktúrája lefedi a termékfejlesztést, a minőségellenőrzést, a raktározást és logisztikát, a marketinget,

TechKóstoló a nagykövetségen – elem6: dizájn, technológia, életstílus

2025. június 11-én igazán különleges helyszínen, a Cseh Köztársaság Budapesti Nagykövetségén tartotta meg zártkörű TechKóstoló eseményét az elem6. A Sell Magazin is meghívást kapott a rendezvényre, melynek célja nem csupán a cég és saját márkái bemutatása volt, hanem az is, hogy a résztvevők testközelből ismerhessék meg azokat az innovatív technológiai megoldásokat, amelyek a LAMAX, Lauben és TrueLife brandeket az elem6 zászlóshajóivá tették.

Egy falat Csehország – kötetlen, mégis professzionális környezetben

A budapesti Szegfű utcai Konzuli Osztály patinás környezetében megrendezett esemény stílusosan ötvözte a szakmaiságot és a cseh vendégszeretetet. A meghívottak hagyományos cseh fogásokkal és frissítőkkel kísért, informatív előadásokon keresztül ismerhették az elem6 jelenlegi működését, stratégiáját, márkáépítési filozófiáját és a legújabb termékújonságait.

Az eseményt Eva Dvořáková, Csehország magyarországi nagykövete nyitotta meg, kiemelve a cseh–magyar üzleti kapcsolatok fontosságát és az innovációban rejlő közös lehetőségeket. Ezt követően Markéta Chaloupková, az elem6 Export és B2C értékesítési igazgatója mutatta be a cég történetét, fejlődési mérföldköveit és nemzetközi ambícióit. Szabados Tamás, magyarországi értékesítési igazgató részletesen ismertette az elem6 saját márkáinak – LAMAX, Lauben és TrueLife – erősségeit, piaci pozícióját, valamint betekintést adott a 2025-ös termékfejlesztési irányokba is.





az értékesítést, valamint az ügyfélszolgálatot is. Kiemelt szerepet kapnak az úgynevezett értéknövelt szolgáltatások: lokalizált kézikönyvek, egyedi csomagolás dizájn, kampánytervezés, POS-eszközök, promóciós csomagok – minden olyan tevékenység, amely a termékek piacra vitelét gördülékennyé és hatékonyá teszi.

Saját márkák: modern életstílus, technológiai élmény

Az esemény fókuszában az elem6 három saját márkája állt, amelyek különböző vásárlói igényekre reflektálnak, de közös bennük a modern életminőség iránti elkötelezettség, a dizájn és a technológiai innováció összehangolása.

LAMAX – Szórakoztató és aktív életformát támogató technológiai megoldások. A márka kínálatában szereplő hangszórók, TWS fülhallgatók, akciókamerák, elektromos rollerek és gyermekeknek szánt e-mobilitási eszközök (quadok, motorok) nemcsak fiatalos megjelenésükkel, hanem kiemelkedő funkcionalitásukkal is kitűnnek. Az akciókamerák kategóriájában a LAMAX már piacvezető Magyarországon, míg audio és gaming területen folyamatosan bővül a portfólió.

Lauben – Letisztult dizájn, stílusos megjelenés és praktikus funkcionalitás egyesül a Lauben konyhai és háztartási kisgépeiben. A márka célja, hogy kényelmesebb és harmonikusabb tegye a modern otthonokat, legyen szó kávé- és italkészítésről, főzésről, takarításról vagy az otthoni kényelem megteremtéséről. A Lauben a komfort, a funkcionalitás és az egészségtudatosság jegyében született.

TrueLife – Az egészséges és kiegyensúlyozott életmód támogatója. A TrueLife portfóliója az egészségmegőrzés, a babaápolás, a szájhigiénia és a szépségápolás területén kínál megbízható, felhasználóbarát termékeket – mint például párástók, digitális hőmérők, bífonok, szónikus fogkefék vagy masszírozók. A minőség, a biztonság és az egyszerű használat itt alapértékek.

A három márkában közös a törekvés: egyszerűbbé, kényelmesebbé és szebbé tenni a mindennapokat. A termékek a „simplify modern life” szellemiségét követik – ötvözve az esztétikát, a technológiát, az innovációt és a felhasználói komfortot.

A rendezvény üzenete: technológia emberközpontúan

A TechKóstoló egyszerre volt inspiráló szakmai fórum, exkluzív márkabemutató és kapcsolatépítési lehetőség. A rendezvény tanulsága, hogy az elem6 nemcsak termékeket forgalmaz, hanem jövőképet kínál, emberközpontú technológiai megoldásokat, fenntartható növekedést és partnerségen alapuló üzleti modellépítést.

A márkák mögött egy lendületesen fejlődő, nemzetközi szinten is aktív vállalat áll, amely stabil háttérrel és magyarországi csapattal dolgozik a helyi piac igényei szerint. Az elem6 esetében a megbízhatóság és a rugalmasság nem zárják ki egymást – a vállalat útja még korántsem ért véget, és további növekedésre készül.

A nagykövetség sége által készített kostolók természetesen a Lauben saját termékeiben készültek.

Lauben Low Sugar Rice Cooker 3000AT

A Lauben speciális rizsfőzője különleges technológiájának köszönhetően főzés közben elválasztja a rizsben található keményítőtől a felesleges cukrokat. A leválasztott szénhidrátok az alsó edényben csapódnak ki, és a főzési ciklus végén egyszerűen leönthetők a vízzel együtt. Ennek a megoldásnak köszönhetően akár 40%-kal kevesebb szénhidrátot tartalmazó rizs készíthető, ezáltal ideális választás azoknak, akik figyelnek az étrendjükre. A felhasználói igényekhez igazodva a készülék 3 literes belső űrtartalmat kapott, belseje pedig tartós és higiénikus kerámia bevonattal rendelkezik.

Lauben Smart Sous Vide 1200SB

A Lauben sous vide főzője kompakt, esztétikus és könnyen kezelhető konyhai eszköz. A letisztult formavilág és a kis méret nemcsak látványos, hanem praktikus is, hiszen kevés helyet foglal a konyhában. A készülék Tuya vagy Smart Home alkalmazásokon keresztül is vezérelhető, így a precíz hőmérséklet-szabályozás és az okoseszközökkel való integráció modern, kényelmes főzési élményt biztosít.

Lauben Glass&SteamAir® Fryer 4500BG

A prémium kategóriás forrólevegős fritőz üvegkosaras kialakításával nemcsak látványos, de rendkívül praktikus is, hiszen főzés közben folyamatosan nyomon követhetjük az ételkészítést. Az érintőképernyős vezérlőfelület, a belső világítás és az infravörös fűtés a kényelmet és a hatékonyságot szolgálják. A Glass&SteamAir® technológia különlegessége a gőzölés funkció, amely segít megőrizni az ételek szaftosságát és tápanyagtartalmát – így egyszerre egészséges és ízletes fogások készíthetők.



Üzletágak és specializáció

Az ASBIS üzletágai az informatika és a fogyasztói elektronika köré szerveződnek. Az IT-disztribúcióban olyan partnerekkel dolgozik, többek közt, mint az Intel, AMD, ASUS, MSI, Micron, vagy a Seagate, lefedve a teljes PC-alkatrész, háttértár és hálózati eszköz kínálatot. A fogyasztói elektronika terén az ASBIS egyszerre épít saját márkákat és képvisel vezető nemzetközi brandeket. Saját márkái az Aeno, Canyon és Lorgar. Az ASBIS disztribúciós tevékenységében a prémium audiovizuális vonalat a Bang & Olufsen, Devialet és Loewe képviselik, míg a tömegpiaci igényeket többek közt az LG, Philips, TCL, JVC, Logitech és Razer termékei szolgálják ki. A cég emellett aktív szereplő a háztartási eszközök, a gaming perifériák és a kiegészítők piacán is.

AENO – okos háztartás, saját kézben

Az ASBIS egyik kulcsmárkája az AENO, amely intelligens háztartási készülékeket kínál – Red Dot-díjas dizájnnal és gyorsan bővülő portfólióval. Az AENO 32 országban van jelen, és kínálatában szerepelnek légtisztítók, elektromos fűtőtestek, robot- és állóporszívók, konyhai robotgépek, mikrosütők, hajformázók, okosmérlegek, sőt, mesterséges intelligenciával vezérelt hajszárítók is. A márka célja, hogy prémium technológiát tegyen elérhetővé megfizethető áron, miközben nagy hangsúlyt fektet a dizájnnra és a funkcionalitásra.

ASBIS: disztribúcióból globális márkaépítés – partnernap a jövő technológiáiról

Harmincöt évnyi működés, leányvállalatok 48 országban, 24 ezer aktív partner 56 országban, és 3 milliárd dolláros éves árbevétel – az ASBIS Group mára nem csupán egy IT és elektronikai disztribútor, hanem egy technológiai ökoszisztéma-építő vállalat is, amely saját márkákkal, innovatív üzletágakkal és erős nemzetközi kapcsolatrendszerrel formálja a piacot. A 2025-ös partnertalálkozón a vállalat bemutatta legújabb fejlesztéseit, márkastratégiáit, és a jövő fogyasztói igényekre adott válaszait.

Disztribúciós központok, globális hálózat

Az ASBIS csoport mára 48 országban rendelkezik leányvállalattal, termékeit pedig több mint 65 országban értékesíti – főként Európa, a Közel-Kelet és Afrika területén. A közép–kelet európai régióban szinte minden országban jelen van. Öt elosztóközpontjából, több mint 240 beszállító márkától származó, 110 ezer SKU-t tartalmazó portfóliót menedzsel. A cégcsoport magyarországi tevékenysége kiterjed az IT termékek disztribúciójától a szórakoztató elektronikáig, az értéknövelt disztribúciótól a robotikáig. A varsói tőzsdén jegyzett vállalat 3500 fős globális csapattal dolgozik, és 2024-ben 3 milliárd dolláros árbevételt ért el.

A partnertalálkozónak helyt adó bemutatóteremben prezentálásra kerültek a saját- és forgalmazott márkák termékeinek széles kínálata is.

Az AENO HD5 egy intelligens, prémium kategóriás hajszárító, amely AI-alapú hőmérséklet-szabályozással és automatikus működésérzékeléssel óvja a haját. Az érintőképernyős vezérlés, amely okostelefon-szerű élményt nyújt a „Soft–Hot–Cold” hangutasítások, valamint az ionizációs és infravörös technológia gyors, kíméletes szárítást biztosít. Brushless motorja halk, mégis erőteljes (110 000 ford./perc), a mágneses fejekkel pedig bármilyen frizura elkészíthető. Könnyű, hordozható, és a Gravity funkciónak köszönhetően automatikusan leáll, ha letesszük – így ideális otthonra és útközben is.

Buydeem OTEM 01 egy kompakt, hordozható kávéfőző, mindössze 670 g tömegű és rozsdamentes acélból készül. A készülék akkumulátorával akár 5 adag hideg vizes készítésére képes egy töltéssel, a hidegvizet körülbelül 200 másodperc alatt melegíti fel. A 20 bar nyomással dolgozik, 2 in 1 rendszerének köszönhetően kompatibilis őrölt kávéval és kapszulákkal. A készülék univerzális USB-C csatlakozóval is tölthető, így használata bárhol megoldható.



CANYON – kiegészítők mindenkinek

A 2003-ban alapított Canyon mára több mint 31 országban van jelen, több mint 600 termékkel. A kínai gyártópartnerekkel együttműködve készülő brand gyors logisztikai reakcióidejével, széles választékával és megfizethető technológiájával szólítja meg a vásárlókat. A termékkategóriák eladási megoszlása jól mutatja a kereslet súlypontjait: 35% a mobil kiegészítőké, 25% a PC perifériáké, míg a gaming termékek és az okosórák egyaránt 20%-ot képviselnek. A Hexagon széria például díjnyertes dizájnnal készült okosórákat, vezeték nélküli töltőket, TWS fülhallgatókat és hordozható hangszórókat kínál.

LORGAR – a gamer ökoszisztéma

A Lorgar a cég saját márkája a gaming és streaming piacra. A márka nemcsak

komplett megoldásokat kínál játékosoknak – kezdőktől a profi versenyzőkhig –, hanem egy egyedülálló platformot is épít, amely ötvözi a statisztikai elemzést, a technikai tanácsadást és a tartalomgyártás támogatását. A portfólió részei: gaming PC-k, székek, asztalok, headsetek, egerek, billentyűzetek, mikrofonok, sőt, teljes cockpitok is. A termékek három szintre tagolódnak (Advanced, Pro, Elite), így mindenki megtalálhatja a számára megfelelő konfigurációt.

Erős partneri márkák: Razer, JVC, Bang & Olufsen, Logitech

Az ASBIS disztribúciós tevékenységében fontos szerepet játszanak a nemzetközi márkapartnerek is. A Razer a világ vezető lifestyle gaming márkája, amelynek termékei – egerek, fejhallgatók, billentyűzetek,

hangrendszerek – a legigényesebb felhasználóknak készülnek. A JVC a közép-kelet-európai régióban az ETA Csoport licencpartnerként működik, és aktív növekedési stratégiát folytat. A Bang & Olufsen pedig a hangzás és dizájn művészetét képviseli. A dán márka már 1925 óta gyárt prémium audioszervezőket – saját tervezés, fenntartható anyaghasználat és kézzel készített BeoLab hangsugárzók jellemzik kínálatát. A Logitech a világ egyik legismertebb perifériagyártója, amely széles portfóliójában egereket, billentyűzeteket, headseteket, webkamerákat és professzionális videokonferencia-megoldásokat kínál, különösen erős jelenléttel a gaming, home office és produktivitás területein.

Innovációval a jövő disztribúciójáért

Az ASBIS prezentációja világosan jelezte: a cég nem csupán kiszolgálni akarja a piacot, hanem alakítani is. A saját márkás portfólió erősítése, az IoT és AI-megoldások integrálása, a specializált szegmensek (pl. gaming, szépségápolás, okosotthon) célzott fejlesztése mind azt mutatja, hogy az ASBIS a disztribúciót már nem logisztikai, hanem stratégiai szerepként értelmezi. A partnernap előadásai nemcsak a jelenlegi termékkínálatról adtak átfogó képet, hanem arról is, hogyan kíván az ASBIS reagálni a változó piaci igényekre – legyen szó a technológia fejlődéséről, a vásárlói elvárások átalakulásáról vagy a fenntarthatóság iránti növekvő elkötelezettségről.





Stílusosan pontos

A Hama, mint a világ egyik legnagyobb Fotó-, Audió-, Videó-, GSM-, és Multimédia tartozékok gyártója bemutatta legújabb óráit. A termékek a praktikum és a stílus jegyében szölitják meg a felhasználókat. A nagy számlapos óráktól a projektoros készülékekig több készülék is szerepel a gyártó portfóliójában, így mindenki megtalálhatja a számára legszimpatikusabb készüléket.



A legnagyobb tudású modellt Santa Cruz névre keresztelte el a Hama. Ez az óra 32 x 10 centiméteres kijelzővel rendelkezik, így az idősebbek vagy a gyengén látók is kényelmesen leolvashatják róla a pontos időt: a számok körülbelül 9 cm magasak. A kényelmes láthatóság mellett ez az óra több extra funkciót is kínál. A kijelző bal oldalán például a hét napjait, a jobb oldalán pedig a szoba hőmérsékletét és az aktuális dátumot lehet leolvasni. Emellett olyan funkciókat tartalmaz, mint a visszaszámláló és stopper, amely jól jöhet főzéskor vagy otthoni sportolás során. A készülékhez távirányító is tartozik, amivel szabályozható a kijelző fényereje, de programozható vele az ébresztő is.

Letisztult elegancia

A Hama kínálatában szereplő Bali nevű óra mindenekelőtt elegáns megjelenésével hívja fel magára a figyelmet. A 18 × 8,5 centiméteres kijelző szintén kiváló láthatóságot kínál a felhasználóknak. A fekete borítás és számlap, valamint a fehér számok remek kontrasztot adnak, illetőleg remekül illeszkednek bármilyen stílusú lakásba. Az óra mindenben a praktikumot követi: számlapján például alapesetben csak az idő látszik, de ha szeretnénk, akkor gombnyomásra meg tudja mutatni a dátumot, a hőmérsékletet és az ébresztés időpontját is. Ebből kettőt is megadhatunk. A háttérvilágítás szabályozható, hogy az éjszakai pihenés zavartalan legyen. Emellett funkciói között az éjszakai üzemmód is elérhető.



Egy klasszikus felpörgetve

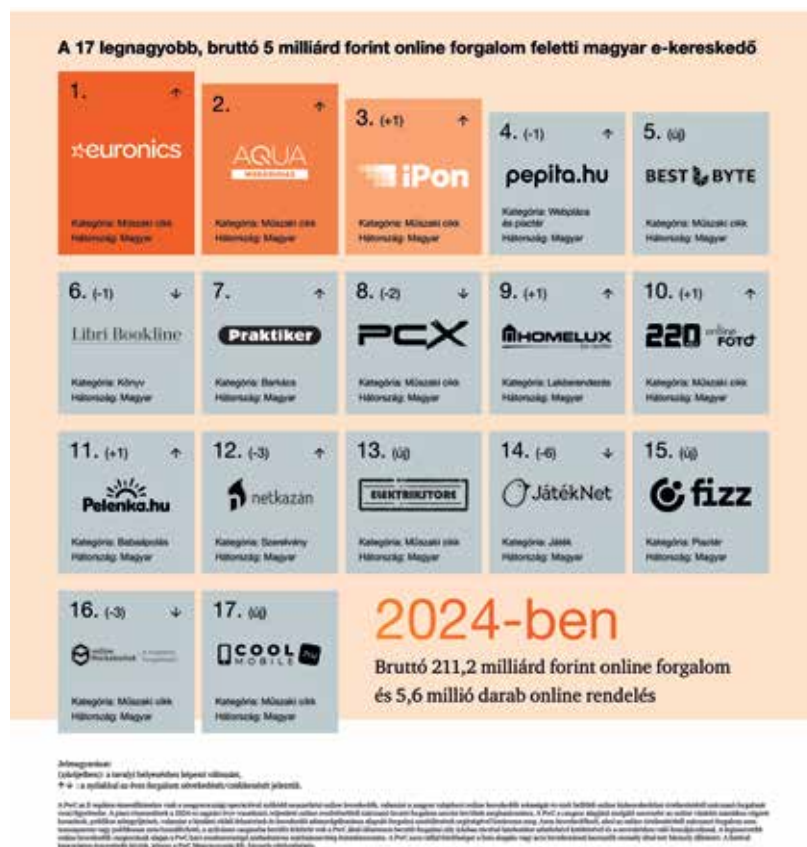
A Hvar nevű óra leginkább a klasszikus formavilágot követi, de egy kis extrát is ad a megjelenéséhez. Az óra jobb oldalára egy projektor került, így az információkat a falra is tudja vetíteni az okos készülék. A projektor 180 fokban mozgatható, ezért teljesen mindegy, hogy hova tesszük az órát, be lehet állítani a vetítés legideálisabb helyét. Ez a megoldás nagyon hasznos lehet például gyerekszobában, ha a gyermek emeletes ágyon alszik; hiszen a plafonra vetített számok a sötétben is remekül látszanak! A modell az idő mellett a dátumot, a hét napját és a szobahőmérsékletet is mutatja, valamint ébresztő funkcióval is rendelkezik. Az utóbbiból két különböző időpont is megadható. Az LCD kijelzőn extra funkció a DCF rádiójel támogatása: az óra e jel alapján képes saját magát beállítani, így a pontossága miatt sosem kell aggódni.



Fiatalosan vidáman

Az Ibiza fantázianevű óra háromféle színben is választható, így ugyanúgy megcélozza a kisebbeket, mint a nőket és férfiakat. Legfontosabb extrája, hogy a számlapon változtathatók a színek, így a pontos idő kék, zöld, piros és színátmenetes változatban is leolvasható. Emellett három szinten programozható a kijelző fényereje is. Ez az óra is hatalmas méretű kijelzővel és számokkal rendelkezik, így messziről is remekül látható. Az extra funkciók között a dátum kijelzése az ébresztő és a szundi mód is elérhető. További különlegessége, hogy a készüléken van egy USB csatlakozó, amely segítségével telefont vagy bármilyen más eszközt fel lehet tölteni. Fotó_04_Ibiza





Bővült az 5 milliárd feletti magyar e-kereskedők mezőnye

Míg az elmúlt két évben nem került be új szereplő a legalább 5 milliárd forint éves forgalmat elérő magyar e-kereskedők körébe, 2024-ben jelentős bővülés történt: három új vállalat – a BestByte, az Elektrik Store és a Coolmobile is csatlakozott a rangsorhoz. Emellett egy új piactér, a Fizz.hu is felkerült a listára, amely az OTP Csoport 2024-ben indított webáruháza. A Fizz.hu különösen figyelemre méltó teljesítményt nyújtott: alig fél éves nyilvános működés után máris a 15. helyen debütált a hazai toplistán. A platform sikere nemcsak saját eredményének köszönhető, hanem annak is, hogy közvetetten több száz magyar kereskedő számára nyit új értékesítési csatornát a digitális térben.

Továbbra is az Euronics vezeti a legnagyobb magyar online kereskedők rangsorát

2024-ben is az Euronics őrizte meg vezető helyét a legnagyobb online forgalmat bonyolító magyar tulajdonú webáruházak listáján, immár negyedik éve megszakítás nélkül. A második helyen változatlanul az Aqua áll, míg a dobogó harmadik fokára egy év kihagyás után ismét az iPon tértetherett vissza. Az iPon nemcsak a rangsorra tért vissza, hanem a hazai mezőny legnagyobb éves forgalomnövekedését is produkálta. A rendelések számát tekintve pedig a Homelux érte el a legnagyobb százalékos bővülést, ami jól jelzi a vásárlói aktivitás erősödését bizonyos szegmensekben.

Legismertebb online kereskedők

Az E-toplista részeként a PwC ezúttal is összegyűjtötte a legnagyobb spontán márkaismertséggel rendelkező webáruházakat. A képzeletbeli dobo-



gón a 2023-as listához képest nincs változás annak ellenére, hogy a TOP 15 legnagyobb online kereskedők között nem szerepelt, az eMAG még mindig elővas ismeretségben, míg az Alza.hu második a Temu pedig harmadik helyét stabilan megőrizte. A Temu mellett másik két kínai óriás is magas ismerettséggel büszkélkedhet, a Shein negyedik, míg az AliExpress ötödik helyen áll, ezzel 3 kínai szereplő található az első öt helyen.

Módszertan és háttér

A PwC Magyarországi Digital Commerce csapata immár tizedik éve állítja össze a legnagyobb forgalmú e-kereskedők rangsorát. A PwC E-toplista kutatás kizárólag azokat a magyarországi operációval rendelkező, nemzetközi vagy hazai tulajdonú online kereskedőket veszi figyelembe, amelyek belföldi online kiskereskedelmi értékesítésből származó forgalmat generálnak. A piaci részesedések meghatározása a 2024-es naptári évben teljesített online rendelésekből származó bruttó forgalmi adatok alapján történt. A rangsor alapjául szolgáló sorrendet az online vásárlói mintákon végzett kutatások, publikus adatgyűjtések, valamint a kínálati oldali felmérések és kereskedői adatszolgáltatáson alapuló forgalmi modellezések segítségével határozza meg a PwC. Azoknál a kereskedőknél, ahol az online értékesítésből származó forgalmi adatok nem transzparenssek vagy nem érhetők el nyilvánosan, a rangsorba történő bekerülés feltétele a PwC által előzetesen becsült forgalmi súly írásos hitelesítése, amelyhez az adatbekérő kitöltése és a nevesítéshez való hozzájárulás is szükséges volt. A legismertebb kereskedők rangsora a PwC által végzett, havi rendszerességgé, szabadszavas márkaismertség-kutatássorozat eredményein alapul.



Legyen buli vagy lazulás a LAMAX téged vár

A LAMAX a vezeték nélküli, hordozható hangszórók terén is rendkívül széles termékkínálattal rendelkezik. Ennek köszönhetően ugyanúgy meg lehet találni a tökéletes eszközt az otthoni lazulás zenehallgatásra, mint nagyobb partikra, vagy a szabadban történő zenélésre.



A **LAMAX PartyKing1 Play** hangszórója egyaránt remek választás az otthoni lazuláshoz, mint ahogy az edzőtermi kondihoz, fő profilja azonban a bulizás. Erről a **80 Watt** hangteljesítmény gondoskodik, ráadásul a kisméretű készülékház mobilissá is teszi az eszközt. A hangulatot az állítható LED világítás is fokozza. Az igazi koncert-hangzásért pedig a BeatBass® technológia felel. A hangszóró karaoke partira is lehetőséget kínál a vezeték nélküli mikrofonnal. A modellen FM rádió is elérhető. A hangszóró számos csatlakozási lehetőséget kínál – Micro SD, USB-A, AUX –, beleértve a legújabb Bluetooth 5.3 technológiát. A lejátszási idő akár 13 óra is lehet, a töltés pedig USB-C csatlakozón keresztül lehetséges.



Felturbózott teljesítmény

LAMAX PartyKing1 sorozatának másik darabja az **Plus**, amely már **100 Watt** teljesítményt kínál. A modell Bluetooth 5.3 kapcsolattal, TWS funkcióval, kétirányú hangszórókkal, állítható hangszínszabályzóval, valamint BeatBass funkcióval érkezik. A jó hangulatot az állítható LED világítás is fokozza. A tökéletes partikat a csatlakoztatható mikrofon és gitár támogatja, ráadásul a produkciók rögzíthetők is. A hangszóró a Micro SD, USB-A, AUX bemenetnek köszönhetően számos formátumban (MP3, WAV, FLAC, AAC) és különféle forrásokból játszsa le a zenét. Extraként FM-rádió is elérhető a készüléken. A lejátszási idő akár 14 óra is lehet, a töltés USB-C csatlakozón keresztül lehetséges.



Igazi nagygagyú

LAMAX PartyKing1 hangszóró család legerősebb modellje az **Max**, amely **200 Watt** teljesítményt kínál a szórakozni vágyóknak. A BeatBass® technológia a maximálisan ütős hangzást és a kiváló hangminőséget támogatja. A True Wireless Stereo (TWS) funkció pedig lehetővé teszi egy további hangszóró csatlakoztatását. A karaoki módban a modellhez gitár és mikrofon kapcsolható, ráadásul rögzíteni is lehet a produkciókat. A hangulatot az állítható LED világítás fokozza. Az IPX4 védelem a kinti bulizást is lehetővé teszi. A hangszóró Micro SD, USB-A, AUX bemenetekkel rendelkezik, így számos formátumban (MP3, WAV, FLAC, AAC) és különféle forrásokból játszsa le a zenét. Extraként FM-rádió is elérhető a készüléken. A lejátszási idő akár 15 óra is lehet, a töltés USB-C csatlakozón keresztül lehetséges.



Kicsiben nagy

A **LAMAX Waver1** kisméretű hangszórója megbízható Bluetooth 5.3 kapcsolat mellett kínál tiszta és kiegyensúlyozott hangzást. A **20 Watt** teljesítményű modell 10 órás akkumulátor-üzemidővel rendelkezik. A töltés USB-C csatlakozóval lehetséges. A külső designt a LED világítás fokozza. Mivel a hangszóró IP65 vízállósággal rendelkezik, így utcára is nyugodtan vihetjük. A TWS (True Wireless Stereo) funkció lehetővé teszi egy másik hangszóró csatlakoztatását a még jobb hangélmény érdekében. A készülékházon Micro-SD kártyahely található.



Végtelenített zene

A **LAMAX StarCube1** modern hengeres házat kapott, stílusos megjelenését pedig az állítható LED világítás erősíti. A **40 Watt** teljesítményű modell akár 18 órnyi zenehallgatást is lehetővé tesz. A töltés egyszerűen, USB-C csatlakozóval lehetséges. A TWS funkcióval egy másik hangszóró is csatlakoztatható a modellhez a még erőteljesebb hangzásért. A modell számos fájlformátumot támogat, beleértve az MP3, WAV és FLAC fájlokat. Csatlakozási lehetőségei között a Micro SD, USB-A, AUX bemenetek egyaránt elérhetők. A problémamentes zenehallgatást a Bluetooth 5.3 kapcsolat biztosítja.



Design és erő

A **LAMAX CyberWave1** egy ízig-vérig modern hangszóró, amely otthon és bulikban is remek zenei élményt kínál. Az IPX6 védelemmel pedig a kinti zenélés sem lesz probléma. Az **50 Watt** teljesítmény, akár 20 órás lejátszási idővel párosul. A töltést USB-C csatlakozó biztosítja. Az igazi koncert-hangzásért a BeatBass® technológia felel. A TWS (True Wireless Stereo) funkció lehetővé teszi egy másik hangszóró csatlakoztatását a még jobb hangélmény érdekében. A hangulatot az állítható LED világítás is fokozza.

Az okos eszközökkel való zökkenőmentes kapcsolatot a Bluetooth 5.3 technológia biztosítja. A hangszóró számos fájlformátumot támogat, beleértve az MP3, WAV és FLAC fájlokat. Csatlakozási lehetőségei között a Micro SD, USB-A, AUX bemenetek egyaránt elérhetők. A hordozhatóságot a készülékházon található fogantyú könnyíti meg.



Gyere a disco club elé...

...este tíz felé – éneкли népszerű slágerében Szűcs Judith. Egy jó kis disco vagy bármilyen zenés bulihoz azonban ma már nem kell más, elég csupán egy Bluetooth hangszóró. A termékcsalád mára a modern zenehallgatás elengedhetetlen kellékévé vált, köszönhetően mindenekelőtt a kiváló hangminőségnek és a számos szórakoztató funkciónak.

A Bluetooth hangszórók története a 2000-es évek közepére nyúlik vissza, amikor az első hordozható modellek megjelentek a piacon. Ezek még alapvető funkciókat kínáltak, kis hatótávval és közepes hangminőséggel. Ennek ellenére mégis hatalmas áttörést jelentetett a zenehallgatás történetében a megjelenésük, hiszen innentől nem volt „konnektor” függvénye a zene élvezetének lehetősége. Persze walkman (és későbbi társai) már évtizedekkel korábban is létezett, de a fülhallgatós zenélés azért mégiscsak egy más ügy. Az évek során a Bluetooth technológia – főként az alacsony energiafogyasztású és nagy sávzsélességű szabványok (Bluetooth 5.0, 5.1, 5.2, 5.3) – ugrásszerű fejlődésen ment keresztül, ezzel együtt pedig a hangszórók is intelligensebbé, erősebbé és sokoldalúbbá váltak. Elég, ha csak a többirányú hangszórókra gondolunk, melyek kiváló térhangzást tudnak nyújtani egyetlen – kisebb vagy nagyobb – készülékházban. Egy mai jobb minőségű modell már mindenképpen profi hangminőséget tud kínálni a felhasználóknak.

Dobozba zárt világ

A Bluetooth hangszórók sikere annak is köszönhető, hogy számos plusz lehetőséget és szolgáltatást tudnak kínálni a zenehallgatáshoz. Ilyen például a mikrofon vagy a gitár csatlakoztatási lehetőség, melyekkel kiváló karaoki bulikat lehet tartani. Szintén az extrák közé sorolható a rögzítés lehetősége, vagyis akár egy demo felvételt is készíthetünk egy BT hangszóró használatával. Egyre több modell kínál fényeffekteket, amely szinkronizál a zene ritmusával, így kiválóan alkalmasak bulikhoz vagy egy sima esti lazuláshoz. Szerencsés, ha az adott készülék rendelkezik IP67 vagy magasabb védelemmel, mert így az eső vagy az erősebb por sem okozhat problémát. A kompatibilitás modellenként változik, de a Micro SD kártya, az USB vagy az AUX bemenet már számos eszközön elérhető. Az átlagos teljesítmény 5 és 200 Watt között mozog. Érdemes megjegyezni, hogy a minőséget nem a nagy teljesítmény befolyásolja és nem feltétlenül fontos a giga hangerő – ez annak függvénye, hogy mire szeretnénk használni az adott modellt.



A kávézás előnyei

A modern dinamikus hangszórót Edward Kellogg és Chester Rice szabadalmaztatta 1925-ben. A történet szerint a két feltaláló gyakran találkozott egy bostoni kávéházban, és ott beszéltek át a mechanikai rezgések és elektromos áramkörök lehetőségeit. Állítólag a dinamikus hangszóró ötlete egy szalvétára firkált rajz formájában született meg egy ilyen beszélgetés során.



Egy ideális eszköz kedvenc zenédhez

Mindenkinek van kedvenc zenéje vagy előadója. A kedvenc dallam egyik legfontosabb ismérve, hogy bármikor, bárhol szívesen meghallgathatjuk. Szeretett előadónk elűzi a rossz kedvet, jó hangulatot teremt, vagy éppen segít feldolgozni a történéseket, dalszövegei tovább gördítenek a mindennapok nehézségein.

Ahhoz, hogy kedvenceink bárhol és bármikor megszólalhassanak ideális választás lehet egy Sencor Sirius 2 Bluetooth hangszóró. Ez a vezeték nélküli eszköz méretéből adódóan könnyen elfér egy táskában, amellyel egy feltöltéssel akár hét órán keresztül is élvezhetjük kedvenc dallamainkat, 50 százalékos hangerő mellett.

Vízpartra vinnéd? A Sencor Sirius 2 számára ez sem akadály, mivel IPX7 védelemmel is el van látva, ami azt jelenti, hogy fröccsenhet rá víz, sőt legfeljebb egy méteres vízbe való merítésnek is képes ellenállni anélkül, hogy károsodna. Nem kell tehát pánikba esni akkor, ha esetleg a Sencor Sirius 2-es hangszóró a vízbe pottyanna.

Méretéhez képest tiszta és nagy, 20 W összteljesítményű hangzásra képes köszönhetően a két közép hangszórónak, valamint a két passzív sugárzónak. „Ha két hangszórót összepárosítunk, akkor a True Wireless Stereo (TWS) funkciónak köszönhetően a felvétel bal és jobb csatornáját szinkronban, késedelem nélkül, kimagasló minőségben lehet lejátszani”- jegyezte meg Sztrakovics Péter, a Sencor márkamenedzsere. Töltését könnyedén, USB-C típusú töltővel lehet elvégezni és a 3600 mAh kapacitású lítiumion akkumulátorának töltése mindössze 3 órát vesz igénybe. A Bluetooth vezeték nélküli



kapcsolatnak köszönhetően akár 10 méter távolságból is lejátszhatjuk segítségével az okostelefonon, vagy táblagépen tárolt zeneszámainkat. A kihangosító funkció révén pedig akár telefonhívásokat is bonyolíthatunk rajta.

A Sencor Sirius 2 Bluetooth hangszóró négyféle színben – fekete, rózsaszín, zöld és mentakék – színben érhető el.

+1 ÉV
KITERJESZTETT
GARANCIA

A Sencor úgy döntött, hogy megajándékozza vásárlóit egy extra évvel. A vállalat hisz abban, hogy a készülékei hosszú időn keresztül megbízhatóan szolgálják a felhasználókat, ezért a jogszabályban meghatározott kötelező és az önkéntesen biztosított jótállási időn felül további egy éves időszakra kiterjesztett garanciát biztosít a vásárlók részére. Fontos azonban figyelembe venni, hogy ezzel a lehetőséggel kizárólag magánszemélyek élhetnek. Az ingyenes kiterjesztett garancia igénybeviteléhez a vásárlóknak 30 napon belül regisztrálni kell a terméket a www.sencor.hu-n a vásárlást igazoló blokk segítségével. Ezt követően a felhasználók elektronikus úton megkapják a +1 év kiterjesztett garancia igénybeviteléhez szükséges tanúsítványt.

SENCOR

Aiwa BSTU-750BK

- Hangteljesítmény: 50 Watt
- Üzemidő: 10 h
- Kapcsolat: Bluetooth 5.0
- Súly: 3,2 kg

Bluetooth 5.0 kapcsolatot használ az Aiwa hangszórója, melynek töltési ideje 4,5 óra. A retro rádiók hangulatát idéző készülékházon USB, AUX, optikai és HDMI ARC bemenet is található. Az 50 Watt RMS teljesítmény épp elegendő hangerőt biztosít egy jó bulizáshoz. A készüléken FM rádió is elérhető. A használatot digitális kijelző könnyíti meg. A modellhez távirányító van mellékelve a kényelmesebb használat jegyében. A 3,2 kg súlyú hangszóró IPX6 védelemmel van ellátva vagyis szabadban is nyugodtan használható.



Bang and Olufsen Beosound A5 Dark Oak

- Hangteljesítmény: 280 Watt
- Üzemidő: 12 h
- Kapcsolat: Bluetooth 5.3
- Súly: 3,7 kg

Bár a hordozható hangszóró megjelenése mondhatni csajosan csinos, mégis egy erőművet kapunk a gyártótól. A 280 Watt hangteljesítmény mélysugárzóból, teljes tartományú hangszóróból és magassugárzóból tevődik össze. A 9000 mAh kapacitású akkumulátor egy töltéssel 12 óra lejátszásra képes. A vezeték nélküli zenei streaming Wi-Fi-n keresztül Airplay 2 vagy Chromecast segítségével lehetséges. A RoomSense funkció használatával a hangzást automatikusan a helyiséghez igazítja az intelligens készülék. Az IP65-ös szabvány szerinti a modell víz- és porálló kialakítású.

Bose SoundLink MAX 883848-0010

- Hangteljesítmény: 50 Watt
- Üzemidő: 20 h
- Kapcsolat: Bluetooth 5.3
- Súly: 2,13 kg

A Bose könnyen hordozható hangszórója Sztereó és Parti módban egyaránt használható. Az erőteljes basszus hangzás tovább fokozza a zenehallgatás élményét. A zeneszámok közötti váltást a gyorsfunkció gomb segíti. Egy töltéssel a modell 20 órányi használatot tesz lehetővé, a teljes feltöltéshez pedig 5 óra szükséges. A készülékházon található USB-C porton keresztül akár a telefon is feltölthető, emellett AUX bemenet is van a készüléken. A víz- és porálló kialakításnak köszönhetően kedvezőtlen időjárás mellett is nyugodtan használható a modell.



Canyon OnFun 5

- Hangteljesítmény: 40 Watt
- Üzemidő: 4 h
- Kapcsolat: Bluetooth 5.0
- Súly: 1 kg

A Canyon hangszórója integrált erősítővel rendelkezik, amelynek köszönhetően egyenesen a forrásról is lejátszza a zenét. Bluetooth technológiával pedig bármilyen kompatibilis eszközről megszólalhatnak a tartalmak. A 40 W összteljesítménye alapján háziulikon is ideális társ lehet a modell. Az RGB világítás pedig csak fokozza a hangulatot. A 3600 mAh akkumulátor kapacitás egy töltéssel körülbelül 4 óra használatot tesz lehetővé. A készülékházon MicroSD kártyahely, AUX bemenet és USB csatlakozó egyaránt megtalálható.

Hama 188232

- Hangteljesítmény: 120 Watt
- Üzemidő: 24 h

Az IPX6 védelemnek köszönhetően erős vízsugárnak is ellenáll a Hama hangszórója vagyis kültéri használatra is tökéletesen alkalmas. A 120 Watt összteljesítmény kiváló hangzást tesz lehetővé, amely nagyobb összejöveteleken is megállja a helyét. A modell egyetlen töltéssel akár 24 órán keresztül is bírja energiával. Az USB-C csatlakozón keresztül gyorsfeltöltésre is van lehetőség. A készülékhez gitár vagy mikrofon is csatlakoztatható. A Bluetooth hangszóró mobiltelefonon keresztül is irányítható.



JVC S-EP314B

- Hangteljesítmény: 80 Watt
- Üzemidő: 15 h
- Kapcsolat: Bluetooth 5.3
- Súly: 7,59 kg

A hordozható hangfal mikrofon- vagy gitárbemenettel rendelkezik, így bármelyik parti méltó kelléke lehet, a jó hangulatot pedig az LED világítás is fokozza. A True Wireless Stereo (TWS) technológia révén összekapcsolható két JVC XS-EP314B hangfalat, így még erősebb térhangzást hozhatunk létre, amely bármekkora helyiséget megtölt. Egyetlen töltéssel akár 15 óra zenelejátszásra is képes a modell. A készülékházon AUX és USB bemenet is található. A Bluetooth 5.3 technológia biztonságos és zökkenőmentes átvitelt tesz lehetővé.

Lamax CyberWave1

- Hangteljesítmény: 50 Watt
- Üzemidő: 20 h
- Kapcsolat: Bluetooth 5.3
- Súly: 1,9 kg

A LAMAX CyberWave1, 4 állítható Cyber LED effektussal rendelkező party hangszóró, amely 50 Watt hangteljesítményen dübörög. A BeatBass technológia pedig tovább erősíti a profi hangzást. Az IPX5 védelem miatt kültéri használatra is alkalmas, a Bluetooth 5.3 kapcsolat pedig zökkenőmentes lejátszást tesz lehetővé, akár 15 méteres hatótávon belül. A kevesebb, mint 2 kilós készülékházon Micro SD, USB-A, USB-C és AUX bemenet egyaránt található. Egyetlen töltéssel 20 órányi zenehallgatás érhető el.



LG XB00M Go DXG2T

- Hangteljesítmény: 5 Watt
- Üzemidő: 10 h
- Kapcsolat: Bluetooth 5.3
- Súly: 280 g

Az aprócska Bluetooth hangszóró Sound Boost funkcióval rendelkezik, szabályozható a hangszín és személyre szabható vele a hangélmény. Az LG továbbfejlesztett algoritmusának köszönhetően alacsony hangerő mellett is egyenletes, basszusban gazdag hangzást kapunk. A modell hívásfogadásra is alkalmas. Négy óra töltéssel, tíz óra használat érhető el. A tartózsínórának köszönhetően táskára vagy biciklire is rögzíthető a modell. Az amerikai katonai szabványnak megfelelő XG2T védelem rendkívül ellenállóvá teszi a hangszórót, nem csak az eső bírja, de akár vízbe is meríthető.



Panasonic SC-BMAX10E-K

- Hangteljesítmény: 150 Watt
- Üzemidő: 15 h

- Kapcsolat: Bluetooth 5.0
- Súly: 9,3 kg

Igazi parti hangszórót kínál a Panasonic, lévén a modell két 14 cm-es mélysugárzóval, két magassugárzóval és két mélyhang-reflex csatlakozóval rendelkezik. A teljes basszustól a kristálytisztá énekhangig minden kiváló minőségben szólal meg az eszközön. A 12 különböző világítási mintával pedig csak fokozódik a buli hangulat. A használatot nagy kerek gombok, tárcsák, és LED kijelző könnyíti meg. A készülékházon USB, AUX, LAN csatlakozók és Jack dugó is található. A teljes töltéshez 4 óra szükséges.

Sencor SIRIUS 2 MAXI BLACK

- Hangteljesítmény: 30 Watt
- Üzemidő: 8 h
- Kapcsolat: Bluetooth 5.0
- Súly: 998 g

A Sencor Sirius 2 Maxi vízálló hangszóró (IPX7 védelem) méretéhez képest nagy teljesítményt és tiszta hangzást kínál, amit három hangszóró és kettő passzív sugárzó biztosít. A TWS technológia lehetővé teszi két hangszóró összecsatolását, mellyel tovább nő a teljesítmény. Az 5000 mAh kapacitású akkumulátor egy töltéssel 8 órányi zenelejátszást tesz lehetővé. A teljes feltöltéshez maximum 3 óra szükséges. A kevesebb, mint 1 kg súlyú készüléken az USB-C csatlakozó mellett a Jack dugó is megtalálható.



Sony ULT TOWER 9

- Hangteljesítmény: 153 Watt
- Üzemidő: 25 h

- Kapcsolat: Bluetooth 5.3
- Súly: 33 kg

A Sony nagyméretű és nagy teljesítményű party hangfala lenyűgöző 360°-os hangzást és látványos fényjátékot kínál minden bulihoz. A készülék egy 320 mm-es X-Balanced mélynyomóval, négy magas- és két középsugárzóval biztosítja a mély, erőteljes basszust és a torzításmentes, tiszta hangzást. A két ULT mód lehetővé teszi a basszus személyre szabását, míg a beépített 10-sávú equalizer a hangélmény finomhangolását segíti. A modellhez mikrofón vagy karaoki gitár is csatlakoztatható. A készülékházon az USB, az AUX bemenet és a Jack dugó egyaránt megtalálható.

Xiaomi Bluetooth Speaker (QBH4275GL)

- Hangteljesítmény: 40 Watt
- Üzemidő: 17 h
- Kapcsolat: Bluetooth 5.3
- Súly: 660 g

A Bluetooth mellett NFC kapcsolattal is rendelkezik a Xiaomi hordozható hangszórója, amely 40 Watt teljesítményre képes. A kompakt méretű készüléket bárhová kényelmesen elvihetjük. A TWS kapcsolattal rendelkező modell vízálló (IP67 védelem) kialakítású, így kültéri használatra is alkalmas. A 4800 mAh kapacitású akkumulátor egy töltéssel 17 órányi zenehallgatást tesz lehetővé. A partihangulatot az RGB LED világítás is fokozza. Az 5 egységből álló akusztikus konfiguráció 360 fokos hangzást tesz lehetővé.



Sikertörténet TCL módra



A TCL márkát 1981-ben alapították, a több ezer saját szabadalommal rendelkező elektronikai vállalat székhelye Huizhouban található. Mára a gyártó a világpiac egyik leginnovatívabb márkájává nőtte ki magát és közel 160 országban van jelen.

A TCL sikerét mindenekelőtt televízióinak köszönheti, de eredményesen vannak jelen az audió technológiában és a háztartási elektronikában is. A márka jelmondata, hogy innovatív technológiával javítsák az emberek életét és szórakozási élményeit.

Megállíthatatlan fejlődés

A TCL 1981-es megalapítása óta folyamatosan fejlődött, 1994-ben lépett be a Vietnámi piacra és ekkoriban vásárolta meg a Thomson színes TV üzletágát valamint az Alcatel mobiltelefon üzletágát. Az európai piacon 2018-tól erősödött meg, amikor Varsóban megalapította K+F központját.

A világ első Mini LED tévét 2019-ben mutatták be. Ezt követően pedig hamarosan világszerte lett a 98"-as TV-k eladásait tekintve. A gyártó 2022-ben pedig globálisan TOP 2 TV márka lett, valamint bejelentették a karbonsemlegességgel kapcsolatos célkitűzéseiket.

A 2024-es év ugyancsak sikeres a márka életében: világszerte a 85 inches és nagyobb méretű TV-k eladásában, világszerte a Mini LED TV-k eladásában, valamint világszerte Google TV márka lett. 2025-ben a NOB (Nemzetközi Olimpiai Bizottság) és a TCL bejelentette a 8 évre szóló, világszerte TOP partnerséget. Emellett a márka televízióival olyan elismert design díjakat söpört be, mint a Red Dot Design Awards 2025, vagy az iF Design Awards 2025.

A TCL Mini LED tévéi – a televíziózás csúcsa

A Mini-LED technológia lényege, hogy a LED-ek mérete jelentősen csökkentett, így sokkal több fényforrás helyezhető el ugyanazon a területen. Az egyes zónák fényereje külön szabályozható attól függően, hogy az adott képrészlet világos vagy sötét, amivel tovább javul a képminőség. További előnye, hogy a kicsi LED-ek keskenyebb készülékházba is elférnek.

A TCL QD-Mini LED technológia felülmúlhatatlan fényerőt és kontrasztot biztosít, mélyebb feketét, világosabb kiemeléseket és gazdag, dinamikus színeket eredményezve. A precíz háttérvilágítás-vezérlésnek köszönhetően a TCL QD-Mini LED javítja a gyors mozgású jelenetek tisztaságát, élesebbé téve az akciójeleneteket és élethűbbé a sportokat. Emellett a növekvő energiaárakra tekintettel a szelektív világítási zónák nemcsak a hatékonyságot javítják, hanem meghosszabbítják a panel élettartamát is – környezettudatos teljesítményt kínálva a képminőség csökkenése nélkül.

A C-sorozat

A TCL C-sorozatú tévéit 2025 márciusában mutatták be Európában. A legújabb generációs készülékek prémium képminőséget kínálnak, legyen szó mozizásról vagy videójátékokról. A sorozat a TCL elkötelezettségét képviseli, hogy a nagy teljesítményű kijelzők még hozzáférhetőbbé váljanak. Finomított esztétikájával és fejlett technológiájával a készülékek új mércét állítanak fel az otthoni szórakoztatás terén, megerősítve a TCL vezető szerepét a Mini LED innovációban. Ezek a televíziók a legmodernebb kijelzőtechnológiát – 7. generációs Mini LED, HDR Premium teljesítmény és AI-alapú képoptimalizálás – ötvözik a precízen hangolt hangzással. Bár a TCL televíziói már eleve számos fejlett hangtechnológiát tartalmaznak, a Bang & Olufsen-nel való együttműködés különleges precizitást és kifinomultságot hoz a hangzásvilágba.



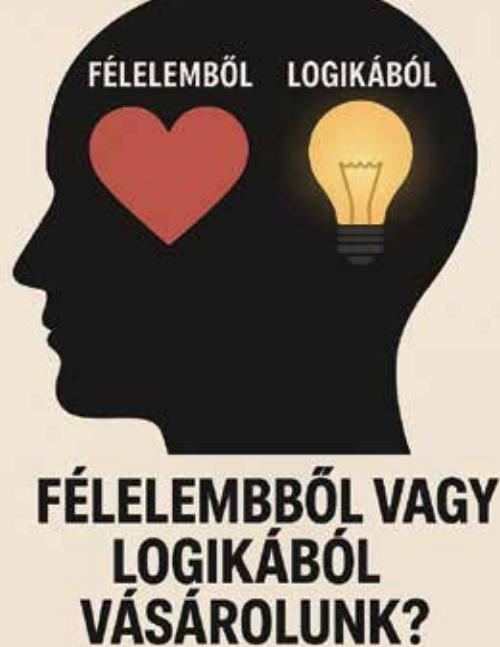
Worldwide Olympic Partner

INSPIRE GREATNESS

PROUD TO BE WORLDWIDE OLYMPIC PARTNER



A közösségi médiában minap látott egyszerű videófelvétel különös jelenségre világított rá. Egy vásárlónak két termék közül kellett választania, az egyikhez 1 év, a másikhoz 3 év garancia járt. Az illető habozás nélkül a hosszabb garanciás készüléket választotta, és döntését egyetlen mondattal indokolta: „Ez így logikus.” Ám egy pszichológus szerint ez nem logika volt, hanem félelem. A félelem attól, hogy a termék elromlik. A jelenet jól szemlélteti, hogy a vásárlói döntések háttérében sokszor nem racionális mérlegelés, hanem mélyen gyökerező érzelmek állnak. A hosszabb garancia választása valójában nem a termék valós minőségére, hanem a fogyasztó belső bizonytalanságára és a jövőtől való félelmére adott válasz.



Jegyzet

A garancia, mint biztonsági háló

A garancia az egyik legerősebb pszichológiai garancia is, nemcsak azt üzeni, hogy „jó a termék”, hanem hogy „ha baj van, nem maradsz egyedül.” Ez különösen akkor fontos, ha az adott eszköz technikai tudása a vásárló számára nehezen értelmezhető. A félelem egyfajta „tudáshiányos” helyzetet kompenzál, ha nem tudom megítélni, melyik tévé a jobb, választok inkább olyat, amelyhez több év garancia jár – hiszen az biztosabbnak tűnik.

A kereskedelem világában ezt jól ismerik. Nem véletlen, hogy a garanciával való kommunikáció gyakran nem a konkrét műszaki megbízhatóságra épít, hanem a bizalom megteremtésére. A vásárlók pedig gyakran nem azért döntenek a hosszabb jótállás mellett, mert az „megéri”, hanem mert csökkenti bennük a szorongást.

Érzelem, nem ész – és nem csak garanciánál

A fogyasztói magatartáskutatók régóta tudják, hogy a vásárlói döntések több mint 80%-át érzelmek vezérlik. Ez nemcsak a garanciára igaz, hanem szinte minden más tényezőre is. Vannak egyéb példák is, ahol az érzelmek háttérbe szorítják a logikát.

Márkahűség: Sokan ragaszkodnak egy-egy márkához, függetlenül attól, hogy az adott pillanatban van-e nála jobb ajánlat. Ez gyakran a márka üzenetéhez vagy imidzséhez kapcsolódik, azaz érzelmi kötődésről van szó, nem racionális összehasonlításról.

„Megérdemlem” vásárlások: Az ún. jutalmazó típusú vásárlás (pl. prémium kávéfőző, drágább telefon, designer termék) nem a szükségletek kielégítéséről, hanem az önjutalmazásról szól. Egy néhez hét után a vásárló nem ár-érték arányt számol – hanem úgy érzi, „megérdemlek valami jót.”

FOMO (Fear of Missing Out): A „csak ma érvényes” akciók, „utolsó darab” feliratok vagy a visszaszámláló webes ajánlatok nem azért működnek, mert az ajánlat valóban kivételes, hanem mert a fogyasztó nem akar kimaradni. Ez a félelem az elmulasztás veszélyétől gyakran azonnali vásárlást vált ki.

Csomagolás és dizájn: Kutatások szerint a termék csomagolása gyakran jobban befolyásolja a vásárlási döntést, mint maga a termékjellemzők. Egy prémium hatású csomagolás vagy egy elegáns dizájn érzelmileg azt sugallja: ez magasabb minőség – függetlenül a belső tartalomtól.

Fenntarthatóság és etikus fogyasztás: A vásárlók egyre gyakrabban választanak környezetbarát vagy társadalmilag felelős termékeket. Ezek nem feltétlenül a legolcsóbbak vagy legjobb teljesítményűek, de a vásárló azonosulni tud az értékekkel – és ezzel a döntésével „jó embernek” érezheti magát.

Az iparág válasza: érzelmi marketing

A gyártók és kereskedők jól tudják, hogy az érzelmekre épülő marketing a legerősebb. Nem csupán termékeket árulnak, hanem érzéseket: biztonságot, presztízt, boldogságot, vagy éppen a különleges élményt. A kampányok sokszor nem a termékelőnyöket sorolják, hanem történeteket mesélnek, amelyekkel a vásárló azonosulni tud.

Racionalizáljuk a döntést – utólag

A legérdekesebb azonban talán az, hogy az érzelmi döntéseket gyakran utólag „logikus” köntösbe öltöztetjük. Ahogy a tévét választó vásárló is azt mondta: „Ez így logikus.” A valóságban a félelem, az aggodalom vagy a biztonságvágy vezette, de ezt utólag a racionalitás nyelvén fogalmazta meg. Ez az utólagos racionalizáció az egyik leggyakoribb öngazolási mechanizmus a vásárlás után.

Következtetés: érzelmi térképen mozgunk

A garancia esete csupán egy a sok közül, amely rávilágít, hogy a fogyasztói döntések mélyén nem pusztán racionális számítások húzódnak, hanem érzések, benyomások, vágyak és félelmek is. A jó értékesítő, a hatékony kampány, vagy az igazán működő márka nemcsak meggyőző, hanem megérint. Éppen ezért az iparág szereplőinek nem elég a terméktudás, érteniük kell a fogyasztói lélekhez is.

Gondtalan nyár

Minden
háztartási készülékre
2025.06.01-től 2025.07.31-ig

10 év
gyártói garancia

Még több felhőtlen pillanatot:
Bízzon a Liebherrben és az ingyenes
10 éves gyártói garanciában.

 **German
Engineering**

További részletek a Liebherr által képviselt
minőségről: home.liebherr.com/guarantee





Világszintű Olimpiai Partner

C7K

C9K

C8K



INSPIRE GREATNESS

A JÖVŐ TECHNOLÓGIÁJA MEGÉRKEZETT

Új TCL C széria úttörő Mini LED technológiával és prémium funkciókkal

QD-MiniLED

Audio by
BANG & OLUFSEN



144Hz VRR

Dolby
VISION·ATMOS