

# SELL

KERESKEDELEM • HÁZTARTÁSI KI... AKOZTATÓ ELEKTRONIKA • PIAC

**A HÁZTARTÁSIGÉP-IPAR VILÁGÁNAK  
TEKTONIKUS ÁTALAKULÁSA**

**MÁR NEM A NÖVEKEDÉS A KÉRDÉS,  
HANEM AZ, KINÉL MARAD A VEVŐ**

**INTERJÚ DR. MÁRTON ANDRÁS  
JÖVŐKUTATÓVAL**

**A TEMU EURÓPÁBAN IS  
HELYET KÉR**

**INTERJÚ MADAR NORBERTTEL,  
A PWC MAGYARORSZÁG DIGITÁLIS KERESKEDELM  
ÉS PIACKUTATÁSI SZOLGÁLTATÁSOK ÜZLETÁGÁNAK VEZETŐJÉVEL**

**A MAGYAR E-KERESKEDELEM  
MÁR NEM BELFÖLDI PÁLYÁN VERSENYEZ**

**„MA MÁR NEM ELÉG KLASSZIKUS  
ÉRTELEMBEN JÓL KERESKEDNI”**



**TCL**

INSPIRE GREATNESS



Valódi színek. Valódi fény.

**SQD-Mini LED**



C7L



X11L



C8L

# KEDVES OLVASÓ!

**A MŰSZAKI KERESKEDELEMBEN egyre kevesebb kérdés értelmezhető kizárólag hazai keretek között. A piacot egyszerre formálják a globális platformok, a régiós szereplők, a változó fogyasztói elvárások, az új szabályozási környezet és azok a technológiai fejlesztések, amelyek ma már nemcsak a termékeket, hanem a kereskedelmi működést is átalakítják. Ez a lapszám is több oldalról közelíti meg ezt a változást.**

Címlapinterjúkban Madar Norberttel, a PwC Magyarország Digitális Kereskedelmi és Piackutatási szolgáltatások üzletágának vezetőjével be-

sélggettünk arról, hogy a magyar e-kereskedelem miért nem tekinthető többé zárt, belföldi piacnak. Szó esik a régiós és globális platformok erősödéséről, a Temu hatásáról, az E-toplista tanulságairól, valamint arról is, milyen mozgásteret maradhat a hazai kereskedőknek egy egyre élesebb versenyben.

A hazai e-kereskedelem aktuális állapotát és a régiós folyamatokat vizsgálja a Már nem a növekedés a kérdés, hanem az, kinél marad a vevő című írásunk is. A PwC E-toplista tanulságai mellett cseh piaci adatok is segítenek megmutatni, hogyan változik a verseny, és miért kerül egyre inkább előtérbe a vásárlók megtartása, a bizalom és az ügyfélművelés. A piac bővülése önmagában már nem elég, a következő időszak egyik kulcskérdése az lesz, ki tud tartós kapcsolatot építeni a vevőivel.

Külön cikkben foglalkozunk a Temu európai terjeszkedésével is, amely ma már nemcsak távol-keleti importtermékek értékesítéséről szól, hanem a helyi eladók bevonásáról is. Ez a modell új lehetőséget kínálhat egyes kereskedőknek, ugyanakkor tovább erősíti a globális platformok nyomását az európai és a hazai piacon. A kérdés ezért nem pusztán az, mekkora forgalmat visz el a Temu, hanem az is, hogyan alakítja át a kereskedelem működési logikáját.

A nemzetközi folyamatokat vizsgálja a háztartásgép-ipar átalakulásáról szóló cikkünk is. A gyártás földrajza, az európai kapacitások szerepe, az ázsiai márkák előretörése és a beszállítói láncok újrendeződése ma már közvetlenül befolyásolja azt is, milyen termékek, milyen áron és milyen feltételekkel jelennek meg a kereskedelemben.

Beszélgetést közlünk Dr. Márton András jövőkutatóval is, aki arra hívja fel a figyelmet, hogy a jövőkutatás nem jóslás, hanem felkészülés. Ez a gondolat a kereskedelemben is különösen aktuális. Aki időben felismeri a változás irányát, nemcsak reagálni tud a folyamatokra, hanem alakíthatja is saját lehetőségeit.

A lapszámban ezúttal is helyet kaptak a termékkategóriák és piaci válogatások. Foglalkozunka felülfagyasztós hűtőszekrényekkel, a légtisztítókkal, a Bluetooth hangszórókkal és az elektromos rollerekkel. Ezek a kategóriák jól mutatják, hogy a vásárlói döntésekben ma már az ár mellett egyre nagyobb szerepet kap az energiahatékonyság, a kényelmi funkciók, a mobilitás, az egészségtudatosság és az okosmegoldások jelenléte.

A mostani lapszám hírei, interjúi és termékösszeállításai ezért ugyanabba az iránybamutatnak. A piac változik, a verseny tágabb térben zajlik, a fogyasztó pedig egyre tudatosabb és egyre több alternatíva közül választ. A kérdés ma már nem pusztán az, ki tud jelen lenni ebben a környezetben, hanem az, ki tud alkalmazkodni hozzá elég gyorsan.



**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, SÁFRÁN LEVENTE,  
KRISTINA T., ZAVAROS MÓNIKA  
**GRAFIKA:** VIG TAMÁS,  
**KIADVÁNYSZERKESZTÉS TÖRDELÉS:** VIG TAMÁS,  
**SZERKESZTŐSÉG:** 1052 BUDAPEST ARANYKÉZ UTCA 2.,  
**WEB:** WWW.SELLMAGAZIN.HU,  
**E-MAIL:** INFO@SELLMAGAZIN.HU,  
**TELEFON:** +36 30 6018505,  
**NYOMDA:** GIGEL KFT.,  
MEGRENDELHETŐ A SZERKESZTŐSÉG CÍMÉN.

14



# Tartalom

2026/4

**06 Hírek, érdekességek**

**10 Újdonságok a háztartási gépek világából**

**12 Érdességek a szórakoztató elektronika világából**

**14 A magyar e-kereskedelem már nem belföldi pályán versenyez**

Interjú Madar Norberttel, a PwC Magyarország Digitális Kereskedelmi és Piackutatási szolgáltatások üzletágának vezetőjével

**18 A háztartásigép-ipar világának tektonikus átalakulása**

Hogyan rajzolódik át az európai háztartásigépgyártás térképe?

**22 Hűtés energiatakarékosan**

Termékcsoport bemutatás a felülfagyasztós hűtőszekrényekről

18



22



**30 PwC E-toplista**

**32 Miele újdonságok testközelből**

**34 Már nem a növekedés a kérdés, hanem az, kinél marad a vevő**

**36 Tiszta levegő, egészségesebb mindennapok**

Termékcsoport bemutatás a légtisztítókról

**42 A jövő kutatás nem jóslás, hanem felkészülés**

Beszélgetés Dr. Márton András jövőkutatóval

**46 Koncert a kézben**

Termékcsoport bemutatás a Bluetooth hangszórókról

**54 A Temu Európában is helyet kér**

**56 A mobilitás favoritjai**

Termékcsoport bemutatás az elektromos rollerekről



34



42



54

## Az AI mondja meg mit vegyünk

A generatív mesterséges intelligencia egyre inkább megváltoztatja a fogyasztók vásárlási döntését. Az olyan alkalmazásokat, mint a ChatGPT vagy a Gemini, egyre gyakrabban használják termékek összehasonlítására, technikai különbségek megértésére vagy megfelelő ajánlatok megtalálására. A jelenlegi NIQ adatok szerint a mesterséges intelligencia által támogatott termékkeresés egyre jelentősebb lesz, különösen az összetett vagy drága technológiai termékek esetében. A ChatGPT jelenleg vezető szerepet tölt be a mesterséges intelligencia által vezérelt termékkeresésekben: a Tech & Tartós Eszközök kategóriában a mesterséges intelligencia által keresők 84



százaléka erre a platformra támaszkodik. A Gemini alkalmazás jelentős lemaradással követi öt 22 százalékkal. Más mesterséges intelligencia által nyújtott szolgáltatások, mint például a Copilot, a Perplexity és a Meta AI, jelenleg viszonylag kisebb szerepet játszanak.



## Új fizetési opció az Alzánál

Az Alza.hu BNPL (Buy Now, Pay Later) szolgáltatást vezetett be a vásárlói számára. Nagy Dávid, az Alza.hu PR managere elmondta: „a Klarna egy rugalmas fizetési szolgáltatás, amivel lehetőség van azonnal vásárolni, és később fizetni. A regisztráció egyszerű, csak pár percet

vesz igénybe. A három részletben fizetés előnye, hogy így a pénz nálunk kamatozik, miközben a kiszemelt áru megvásárlását sem kell elnapolni.” A Klarna felületén a regisztrációhoz ezeknek a feltételeknek kell teljesülniük: magyarországi lakcím, betöltött 18. életév, érvényes bankkártya, pozitív hiteltörténet és képesség az SMS-ben küldött hitelesítő kódok fogadására.



## Vásárlókra fókuszál a Haier

A magyar otthonokban ma már a hűtő, a mosógép, a mosogatógép vagy a légkondicionáló nem kényelmi extra, hanem a mindennapi életünk alapja. Egy 2025-ös, tíz, európai országra kiterjedő háztartásigép-felmérés szerint a válaszadók 64,5 százaléka valamilyen meghibásodás miatt cserélte le korábbi készülékét. A Haier Hungary Kft. megújult, közvetlen, országos lefedettségű szervizhálózata éppen erre a problémára kínál választ. A modern szervizstruktúra célja, hogy a javítás egyszerűbb, átláthatóbb és gyorsabban elérhető legyen. háztartások nemcsak a készülékek teljesítményét, energiafogyasztását vagy ár-érték arányát figyelik, hanem azt is, hogy a vásárlás után milyen gyors és átlátható ügyintézésre számíthatnak. Különösen igaz ez egy olyan piacon, ahol a háztartásokfogyasztása újra élénkül: a KSH szerint 2024 első három negyedévében a háztartásoktényleges fogyasztása 3,2 százalékkal, a háztartások fogyasztási kiadása pedig 4,1 százalékkal nőtt az előző év azonos időszakához képest. A gyors és kiszámítható javítás azért is kulcskérdés, mert a meghibásodás sok háztartásban ma még gyakran készülékcserehez vezet. A szervizháttér minősége tehát nemcsak kényelmi kérdés, hanem a készülékek élettartamát és a vásárlói döntéseket is befolyásoló tényező.



## Nyereséges a MediaMarktSaturn

A Ceconomy AG féléves bevétele elérte a 13,1 milliárd eurót (+4,0%), a második negyedévben pedig 4,9%-os növekedést mutatott. Minden stratégiai növekedési terület ösztönzi ezt a pozitív üzleti fejlődést, az online értékesítés az első félév 28,5%-át teszi ki.

Ez erős pozícióba helyezi a vállalatot ahhoz, hogy elérje a 2025/26-os pénzügyi évre kitűzött középtávú céljait.

A Ceconomy további előrelépést tesz az Élményelektronikai stratégia megvalósításában: az ügyfél-elégedettség (NPS) 2 ponttal 62-re emelkedett a pénzügyi év első felében. Ugyanakkor az online üzletág a második negyedévben elérte a 26,3 százalékot, az év első felében pedig összesen 28,5 százalékot tett ki. Az olyan piacok, mint Törökország és Spanyolország, nyereségesen fejlődnek,

és ellensúlyozzák a gyengébb fogyasztói kereslettel küzdő régiók terhelését. Ez a nemzetközi jelenlét kevésbé teszi a Ceconomy-t függővé az egyes piacoktól. A Szolgáltatások és Megoldások szegmensben a bevételek szinte minden kínált kategóriában meghaladták az előző évi adatokat. Különösen a garanciabiztosítások közvetítése folytatta pozitív fejlődését. Továbbá a Retail Media csaknem megdupláztta bevételét. A piactér továbbra is dinamikus növekszik, több mint 2600 eladóval és körülbelül 4,0 millió termékkel. A bevétel magas, kétszámjegyű növekedést mutatott, ami a stratégiai platformalakítás hajtóereje. A piacteret a második negyedévben indították el Svájcban, ami azt jelenti, hogy mostanra lefedi azokat az országokat, amelyek a Ceconomy bevételének körülbelül 98 százalékát generálják.

## Hódít az Nvidia

Az eddig főként grafikus gyorsítóról ismert Nvidia idén ősztől hivatalosan is belép a konsumer PC-processzorok piacára – jelentették be a 2026-os Computexen. A gyártó ráadásul nem aprózza el a dolgot: az ARM-architektúrára épülő RTX Spark lapkák a laptopok és a mini számítógépek komplett vezérlését átveszik, így egyetlen chipbe sűrítik a központi és a grafikus számítási feladatokat. A hardver alapjait a tavaly bemutatott DGX Spark miniszuperszámítógép GB10-es processzora adja, ezt gyúrták most át egy teljes termékcsaláddá a MediaTekkel közösen, a TSMC három nanométeres gyártástechnológiájára támaszkodva. A zászlóshajó modell papíron egészen brutális számokat produkál: 20 processzormag (CPU), 6144 CUDA-mag (GPU) és 128 gigabyte LPDDR5X memória dolgozik benne, bár a vállalat megerősítette, hogy később érkeznek a pénztárcabarátabb, akár 16 gigabyte memóriával szerelt verziók is.





## Gaming monitorok a Samsungtól

A Samsung bejelentette a legújabb Odyssey gaming monitorok és a ViewFinity S8 termékcsalád bevezetését, amivel új határokat jelöl ki a felbontás és a teljesítmény terén a gamereknek és szakembereknek kínált kijelzők piacán. A 6K felbontás kivételes tisztaságot és részletgazdagságot kínál, fokozva a játékélményt, miközben nagyobb képernyőfelületet kínál, legyen szó játékról, vagy intenzív, többablakos munkavégzésről. A készülék ultranagy 6K felbontást nyújt 165 Hz képfrissítési rátával, miközben a Dual üzemmód akár 330 Hz-es képfrissítést is lehetővé tesz 3K felbontás mellett, így a felhasználók megtalálhatják az egyensúlyt a

magával ragadó vizuális részletek és az ultragyors válaszidő között.

## Cristiano Ronaldo a Dreame színeiben játszik

A Dreame Technology történelmi jelentőségű globális partnerséget jelentett be Cristiano Ronaldo futball legendával. Az együttműködés meghatározó mérföldkövet jelent a vállalat életében, egyesítve a világ egyik legnívósabb sportolóját egy olyan márkával, amelyet a technológiai tökéletesség és a minőségi fölény iránti szüntelen törekvés jellemez. Saját területén Cristiano Ronaldo rendíthetetlen önfegyelmező, kitartásának és a szakmai korlátok áttö-

rése iránti elkötelezettségének köszönhetően vált globális ikonná. Ugyanezek az elvek alkotják a Dreame vállalati filozófiájának gerincét: a tartós jövőképre való összpontosítás, a technológiai vezető szerep és a felhasználói élmény folyamatos finomítása. A partnerségről szólva Cristiano Ronaldo megosztotta: „Mindig olyan partnereket keresek, akik osztoznak a kiválóság iránti törekvésben és a kemény munka iránti elkötelezettségben. A Dreame egy olyan márka, amely innovál és első osztályú teljesítményt nyújt, megkönynyítve és jobba téve az életet. Izgatottan várom, hogy csatlakozhassak a Dreame családhoz, és támogathassam küldetésüket, hogy vezető szerepet töltsenek be a globális piacon.”





## Frissít az LG

Az LG 2026-os televíziós kínálata jól mutatja, hogy a prémium tévékategoría már nem egyetlen fejlesztési irányról szól. Az OLED tévék között a Wallpaper TV a formatervezés és a vezeték nélküli szabadság irányából közelít; az OLED evo AI G6 a fényerő és a képpontszintű kontraszt új szintjét képviseli; az OLED evo AI C6 a magasabb kategóriák innovációit szélesebb közönség számára teszi elérhetővé. Az LCD TV-kínálatban a QNED evo Mini LED AI modellek az ultranagy, sokoldalú képernyőélményt teszik elérhetővé sporthoz, gaminghez és streaminghez; a Micro RGB evo pedig az LG eddigi legfejlettebb LCD tévéjeként kínál csúscategóriás képminőséget. Az új készülékek már megtekinthetők az LG

budapesti Bemutatótermében, és fokozatosan a márka hivatalos partnerüzleteinek kínálatában is elérhetővé válnak.

## Közbelép az EU

A robbanásszerűen fejlődő e-kereskedelem alapjaiban alakította át a vásárlási szokásokat, emellett azonban új vámjogi, gazdasági és termékbiztonsági problémákat is felszínre hozott. Az EU eddig a gyors és egyszerű online rendeléseket támogató szabályozást alkalmazott, miközben ez egyre nagyobb versenyhátrányt okozott az uniós kereskedőknek az EU-n kívüli szereplőkkel szemben, és megnehezítette a közterhek beszedését is. A július 1-jén hatályba lépő uniós vámreformmal megszűnik a kis értékű csomagok

vámmentessége, bevezetik a kezelési díjat, az EU-n kívüli e-kereskedelmi platformoknak – mint a Shein, Temu, AliExpress – bizonyos feltételeket kell teljesíteniük annak érdekében, hogy jelen tudjanak lenni az uniós piacon. A reform célja egyszerre a tisztességebb verseny megteremtése, a fogyasztóvédelem erősítése és az uniós vámrendszer hatékonyabb működésének biztosítása. Az átalakítás ugyanakkor komoly kihívások elé állíthatja az e-kereskedelmi szereplőket, a vámügynököket és a logisztikai szolgáltatókat is. A vámjogszabályok az e-kereskedelem vonatkozásában arra törekedtek, hogy a termékek a végfogyasztóhoz a lehető leghamarabb és a végfogyasztó számára a lehető legkisebb adminisztrációval jussanak el.



# Újdonságok N!qou29δ0K

## Televíziók a Sonytól



A True RGB képernyőtechnológia a Sony otthoni televízióinak történetében a legnagyobb színgazdagságot éri el. Az új zászlóshajó tévé, a Bravia 9 II (akár 115 hüvelykes képernyőmérettel) mellett a Sony bemutatja a Bravia 7 II tévét (50 és 98 hüvelyk közötti méretben). Az új True RGB tévéket a Sony saját fejlesztésű RGB Backlight Master Drive Pro technológiája hajtja. Ez lehetővé teszi a vörös, zöld és kék fényforrások független vezérlését, így a tévék nagyon nagy színgazdagságot és pontos színvisszaadást érnek el – még széles betekintési szögekből és erősen megvilágított lakókörnyezetben is. Az integrált szélessávú hangszórók erőteljes hangzást biztosítanak, míg a mesterséges intelligencia által vezérelt Voice Zoom 3 fokozza a beszédérthetőséget, továbbá a fejlett 3D surround felskálázás a hagyományos sztereó hangzást.

## Zene a kézben

A Marshall új Stockwell III egy hordozható Bluetooth hangszóró, amely nemcsak stílusos megjelenésű, hanem csúcskategóriás hangzást is biztosít. A True Stereophonic 360° technológiával felszerelt hangszóró kiegyensúlyozott, teljes körű zenei élményt kínál. A Dynamic Loudness technológiának köszönhetően a hangprofil bármilyen hangerőn tiszta marad – mindezt több mint 40 órás akkumulátor-üzemidő mellett. A hangszóró IP55 szabvány szerinti por- és vízálló. Az USB-C porton keresztül okoseszközök is tölthetők rajta. A robusztus szilikonok, a gitárpánt ihlette hordszíj kiválóan harmonizál egymással.



## Sokoldalú projektor a Leicától

A Cine Compact 1 egy plug-and-play mini projektor, amely a kiemelkedő kép- és hangminőséget stílusos kialakítással ötvözi. Akár 1700 lumenes fényerővel, akár 220 hüvelykes vetítési méretet is lehetővé tesz. A modell egyik legfontosabb jellemzője a sokoldalúsága. Az integrált 360 fokos forgatórendszer gyakorlatilag bármilyen szögben lehetővé teszi a vetítést – legyen szó falról, mennyezetről vagy más felületről. Az olyan kényelmes funkciók, mint az automatikus zoom, az autofókusz, a trapézkorrekció és az intelligens képkeretezés nagyrészt automatikusan végzik az igazítást. Ez biztosítja, hogy a kép gyorsan, megfelelően beállított legyen, anélkül, hogy jelentős felhasználói beállításokra legyen szükség. A Cine Compact 1 csatlakozási és kezelési lehetőségek tekintetében is átfogóan felszerelt. Az integrált VIDAA operációs rendszer közvetlen hozzáférést biztosít olyan streaming szolgáltatásokhoz, mint a Netflix, a Disney+ és az Amazon Prime. A projektor könnyen integrálható és bővíthető meglévő AV környezetekbe Wi-Fi, Bluetooth, Apple AirPlay, Apple HomeKit, valamint HDMI és USB interfészek segítségével.



## Fényképezőgép jubileumra

A Panasonic a Lumix márka 25. évfordulójára mutatta be a Lumix DC-L10 fényképezőgépet. Kifejezetten azoknak a fotósoknak fejlesztették ki, akik nagyra értékelik a felhasználóbarát kezelhetőséget, az elegáns dizájnt és a kivételes képminőséget. A fényképezőgép három színben kapható, köztük egy különleges kiadású títán-arany színben is. A modell egy Leica DC Vario-Summilux 24–75 mm-es objektívvel van felszerelve, f/1.7–2.8 rekesznyílással. Kivételes mélységélességet, harmonikus bokeh-t és széles körű alkalmazási lehetőségeket kínál. A precízen kidolgozott fémváz és a manuális rekeszgyűrű közvetlen, tapintható vezérlést biztosít. Az AF makrófelvétel készítés mindössze 3 cm távolságból nagylátószögű módban tovább bővíti a kreatív lehetőségeket. 20,4 megapixeles felbontásával a fényképezőgép részletes struktúrákat, természetes színvisszaadást és árnyalt tónusátmeneteket biztosít. A háttérvilágítású 4/3 CMOS érzékelő és a legújabb képfeldolgozó motor képezi a kiváló képminőség alapját.

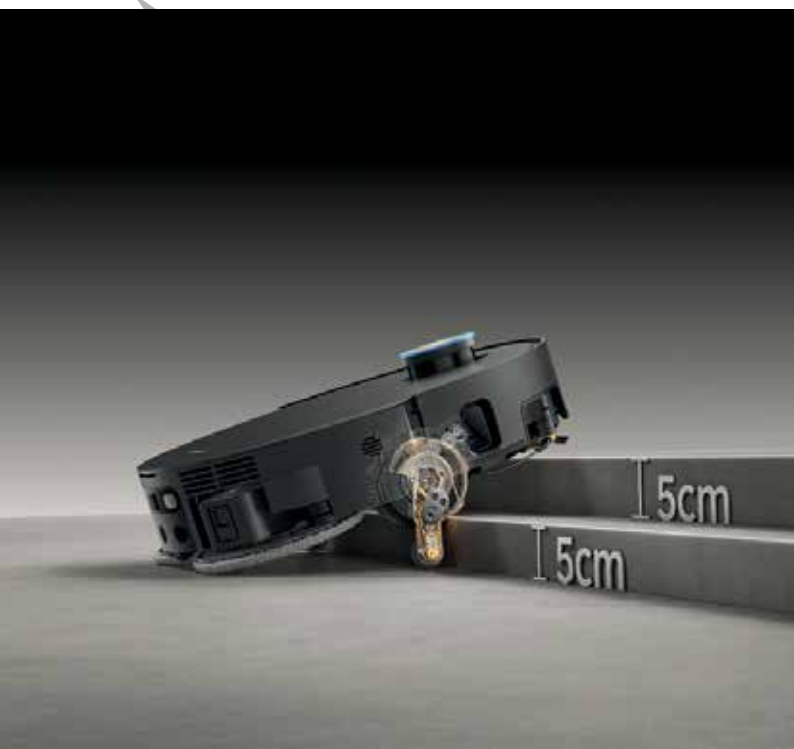


## Láss másként

A Samsung és a Google bemutatta Gentle Monster és Warby Parker szemüvegyártó partnerekkel kifejlesztett prémium okoszemüvegét. A mobiltelefon kiegészítőjeként tervezett új szemüvegek lehetővé teszik a felhasználóknak, hogy hangutasításokkal kérhessenek segítséget, és zökkenőmentesen csatlakozhassanak a telefonjukhoz – mindezt pedig egy jól ismert formatervezésű eszközön. Az új okoszemüveget úgy tervezték, hogy valós időben, a felhasználókkal együtt értelmezze a világot. Az eszköz egész napos támogatást nyújthat, a felhasználók keze pedig szabad marad. A készüléken hangutasítással kérhetik a Gemini navigációs segítségét, és személyre szabott javaslatokat kaphatnak – például útvonaltervet egy közeli kávézóhoz –, sőt, akár elvitelre is rendelhetnek. Emellett összefoglaló értesítéseket kaphatnak a fontos szöveges üzenetekről, és eseményeket is hozzáadhatnak a naptárjukhoz. További funkciók közé tartozik a beszélő hangjához igazodó valós idejű fordítás, valamint a felhasználó látómezejében lévő menük vagy táblák szövegének fordítása.

# Érdekessegek

## Érdekessegek



### Lépcsőző robot

A Dreame Technology bemutatja az X60 Pro-t, az otthoni takarítórobotok teljes sorozatát, amely három modelltől áll: X60 Pro Ultra Complete, X60 Pro Ultra Matrix és X60 Pro Master, amelyek mindegyike a különböző felhasználási igények kielégítésére készült. Az X60 Pro sorozat darabjai képesek a lépcsőn mászni és egyúttal meg is takarítani azt. A technológia lényege a dupla csuklós biometrikus robotkar, amely lehetővé teszi, hogy az oldalsó kefe és a padlófelmosó akár 12 cm-re, illetve 18 cm-re is kinyúljon. Az OmniSight 3.0 mesterséges intelligencia rendszerrel felszerelt X60 Pro Ultra Complete két 120°-os mesterséges intelligencia kamerát és a VersaLift navigációs rendszert ötvözt, így több mint 320 tárgyat képes felismerni, akár 10 mm méretű akadályokat is észlel, és 0,1 másodpercen belül reagál.

### Új grillezőcsalád a Smegtől

A Smeg bemutatta új grillező családját, amely három különböző méretű modelltől áll. A grillezők a különböző igényeknek igyekeznek megfelelni: kompakt méret azok számára, akik a teljesítmény és a sütőfelület közötti optimális egyensúlyt keresik (BBQE90X – PowerGrill), valamint egy nagyobb változat (BBQE12X – ProGrill) társaságok számára vagy nagy mennyiségű ételek elkészítéséhez. Mindegyik modell gyors ételkészítést kínál nagy teljesítmény mellett, maximálisan 300°C hőmérséklet mellett. A letisztult formavilágú eszközök IPX4 védelemmel rendelkeznek.





## Gondolkodó kávéfőző

A Ninja AutoBarista egy teljesen automata kávéfőző, amely a Grind iQ technológiának köszönhetően úgy gondolkodik, mint egy barista. A Grind iQ technológia folyamatosan figyeli és valós időben adaptálja az egyes főzeteket. A rendszer automatikusan beállítja az őrlési finomságot, a súly szerinti adagokat, optimalizálja a főzési nyomást és kompenzálja az érlelt kávébabokat, hogy biztosítsa a kiegyensúlyozott extrakciót és az állandó ízt minden csészében. Az eredmény egy igazi kávézói élmény otthon, 13 italbeállítással, amelyek egyetlen gombnyomással elérhetőek, beleértve a forró és jeges lattékat, cappuccinókat, flat white-okat, americanókat, a hidegen főzött kávéét és még sok más – plusz végtelen személyre szabási lehetőségeket. A Brew Two funkció egyszerre két dupla eszpresszót készít, a két cserélhető tartály lehetővé teszi a pörkölések közötti váltást tisztítás nélkül, a két személyes profil pedig tárolja az egyes felhasználók által preferált erősséget, méretet, hőmérsékletet és habot.

## Mobilklíma forró napokra

Az AEG 7000 négy az egyben klímaberendezése csendes és helytakarékos megoldást kínál hűtésre, levegőtisztításra, szellőztetésre és páramentesítésre egyetlen egységben. A gyártó szerint az integrált HEPA rendszer a részecskék akár 97,7 százalékát is kiszűri 0,3 µm-ig, szinte az összes baktériumot és vírust elpusztítja, és naponta akár 80 liter nedvességet is képes eltávolítani a légtérből. Az inverteres technológia egyenletes hűtést biztosít hőmérséklet-ingadozás nélkül. Az intelligens üzemmód automatikusan beállítja a teljesítményt, és akár 40 százalékkal is csökkenti az energiafogyasztást. A 43 decibeltől kezdődő zajszintnek köszönhetően a készülék hálósobákba is alkalmas. Az új függőleges tömlőkialakítás több mint felére csökkenti a helyigényt. A görgőknek és az alkalmazásvezérlésnek köszönhetően pedig a légkondicionáló könnyen mozgatható a szobák között.



## Fagylaltot készít a Russell Hobbs

A Russell Hobbs bemutatta a Chilluxe fagylaltgépét, amely hét programot, két tárolóedényt és egy újrapörgetési funkciót kínál. Az új Chilluxe fagylaltkészítő azoknak a fogyasztóknak készült, akik egyedileg szeretnék elkészíteni fagylaltjukat – a klasszikus fagylalttól a cukormentes sorbetig. Hét automatikus programmal, két 500 milliliteres tartállyal és a különösen krémes eredményt biztosító újracentrifugálási funkcióval a készülék kényelmes használatot és rugalmasságot kínál a mindennapokra. A négypengés rozsdamentes acél kés még a kemény keverékeket is feldolgozza. A hozzávalók adagolása után a programok automatikusan elkészítik a fagylaltot.



Madar Norbert

## A magyar e-kereskedelem már nem belföldi pályán versenyez

A magyar e-kereskedelem az elmúlt évtizedben látványos növekedésen ment keresztül, mára azonban új szakaszba lépett. A piacot már nem kizárólag a hazai szereplők alakítják, egyre erősebben jelennek meg rajta a régiós és globális platformok, miközben a vásárlói elvárások is gyorsan változnak. Madar Norberttel, a PwC Magyarország Digitális Kereskedelmi és Piackutatási szolgáltatások üzletágának vezetőjével arról beszélgettünk, mit jelent ma az e-kereskedelmi ökoszisztéma, hogyan formálja a piacot a Temu és a többi nemzetközi szereplő, milyen tanulságokat hordoz az E-toplista, és milyen mozgástere marad a magyar kereskedőknek, gyártóknak és disztribútoroknak.

### Hogyan látja ma a magyar e-kereskedelem helyzetét? Továbbra is növekedési pályán van a piac, vagy inkább egy szerkezeti átrendeződés zajlik?

Először is azt érdemes kiemelni, hogy az e-kereskedelem az elmúlt tíz évben a méretét tekintve több mint tízszeresére bővült. Nem nagyon van még egy olyan iparág, amely ekkora növekedést tudott volna véghezvinni egy évtized alatt. Számszerűsítve ez azt jelenti, hogy 2015-ben nagyjából 200 milliárd forintos piacról beszélünk

Magyarországon, 2025-re pedig ez 2100 milliárd forint körüli szintre bővült. A piac ugyanakkor fordulóponthoz ért. Ma már nem az a kérdés, hogy a retailen belül érdemes-e egyáltalán online csatornáról beszélni. A számok ezt egyértelműen eldöntötték. Sokkal fontosabb kérdés, hogy mi hajtja a további növekedést, és ebben látok jelentős változást.

A magyar e-kereskedelem ma már sokkal kevésbé belföldi piac, mint korábban. Egyre erőteljesebben érvényesül, hogy

a határon túli, régiós és globális szereplők formálják a trendeket és hajtják a növekedést. A hagyományos retail alapvetően belföldi relációban értelmezhető. Ha a vásárló eldönti, hogy Media Marktba, Euronicsba, Auchanba, Tescóba, Lidlbe vagy Aldiba megy, akkor magyarországi szabályok szerint működő, belföldi kereskedők közül választ.

Az online térben ez egészen másként működik. Egy szereplő tünhet magyarnak, árazhat forintban, használhat magyar logisztikai megoldásokat, miközben valójában Ázsiából szolgálja ki a vásárlót, és Magyarország mellett több másik piacon is jelen van. Egészen más alkupozícióval, más adatvagyonnal és más technológiai háttérrel dolgozik. Egyszerűen lejt a pálya. A kereskedelmet lehet szabályozni, és Magyarországon erre van is szándék, de a globális és régiós versenyzőkkel szemben nagyon nehéz felvértezni a magyar online szereplőket.

### A PwC E-toplista évről évre a magyar e-kereskedelmi piac egyik fontos pillanatképe. Mit mutat meg ez a rangsor a piac állapotáról, a szereplők közötti erőviszonyokról és arról, hogy merre tart ma a hazai online kereskedelem?

Az E-toplista idén már a tizenegyedik alkalommal került megrendezésre.

A rangsorban azokat a cégeket nevesítjük, amelyek Magyarországon működnek, magyarországi operációval rendelkeznek. Nem feltétel, hogy magyar tulajdonú vállalat legyen, de az igen, hogy legyen magyarországi működés, magyar piaci jelenlét.

A lista célja, hogy bemutassa és elismerje azokat a cégeket, amelyek ebben a nagyon turbulens, a Covid óta folyamatosan változó kereskedelmi környezetben is helyt tudnak állni, növekedni tudnak, fejlődni tudnak, esetleg exportálni is képesek. Külön rangsorban mutatjuk be a hazai tulajdonú szereplőket.

A fejlettebb piacokon jellemzően kialakul néhány domináns szereplő, amelyekhez a forgalom és a vásárlói figyelem jelentős része koncentrálódik. Minél érettebb egy piac, annál erősebben látszik ez a folyamat. A gyakran vásárló ügyfeleknek idővel kialakulnak a preferenciáik, és bizonyos kategóriákban már tudják, melyik sze-

”

A kulcs ma inkább a láthatóság, a transzparencia, az ügyfélismeret, az adat, a marketing, a versenytárselemzés és az online piaci tudás. Tudni kell, kik a vásárlók, miért jönnek vissza, mivel lehet őket megfogni, és hogyan lehet őket gyakrabban vásárlásra ösztönözni.

”

replőben bíznak. Ilyenkor nem feltétlenül néhány forint árkülönbség dönt, hanem az ügyfélélmény, a megszokás és a bizalom. Egy ilyen rangsor éppen ezért nemcsak azt mutatja meg, kik tudnak bekerülni az élmézőnybe, hanem azt is, kik képesek ott tartósan megmaradni. Egy érettebb piacon ritkábbak a hirtelen áttörések, sokkal beszédesebb, ha egy szereplő pozíciót veszít, vagy hosszabb idő után kikerül a meghatározó kereskedők közül. Ez általában azt jelzi, hogy a vásárlói bizalom, az ügyfélélmény vagy a működési hatékonyság terén valami megbomlott.

A toplista tehát nemcsak rangsor, hanem iránytű is. Megmutatja, kik azok, akik még mindig állják a sarat, és kik azok, akik hasonló termékkínálat mellett is jobban teljesítenek, mert jobb szolgáltatást, jobb ügyfélélményt nyújtanak.

**Ma már egyre többször hallani, hogy az e-kereskedelem nem egyszerűen egy webáruház működtetését jelenti, hanem egy teljes digitális ökoszisztémát. Mit jelent ez a gyakorlatban egy kereskedő számára?**

Érdemes ezt egy jéghegyhez hasonlítani. Amit a vásárló lát egy webáruházból, az csak a jéghegy csúcsa, a felület, a termékkínálat, az árak és a rendelési lehetőség. A működés nagy része azonban a háttérben zajlik.

Ha egy kereskedőnek fizikai árukészlete van, fizikai üzletei vannak, akkor össze kell kötnie a készletet az online rendelésekkel. Kell hozzá logisztika, nemcsak az áruházakat kell feltölteni, hanem napi szinten kell tudni kiszolgálni a vásárlói rendeléseket is. Informatikailag kezelni kell a folyamatokat, meg kell oldani, hogy a vásárló ugyanaz az ügyfél legyen akkor is, ha online érkezik, és akkor is, ha üzletben vásárol. Ez önmagában is nagyon komplex feladat, amit sokszor lojalitásprogramokkal próbálnak összekötni, hiszen azokon keresztül lehet azonosítani és követni a vásárlót.

A digitális kereskedelem mögött ráadásul egy teljes ökoszisztéma működik. Ott vannak a logisztikai cégek, a fizetési

szolgáltatók, a platformszolgáltatók, a bérelhető webshoprendszerek, a CRM- és ügyfélszolgálati rendszerek, a marketingeszközök és az adatelemzési megoldások. Egy szereplőnek ezt az egész rendszert kell értenie ahhoz, hogy sikeres legyen.

Ezért gondolom azt, hogy ma már nem elég klasszikus értelemben jól kereskedni. A jó beszállítói kapcsolatok, az alkupoziciók és a mennyiségi kedvezmények önmagukban nem jelentenek garanciát. Láttunk olyan kereskedőket, amelyek hosszú évek alatt felépített beszállítói kapcsolatok mellett is nehéz helyzetbe kerültek, mert más képességekben nem tudtak versenyben maradni.

A kulcs ma inkább a láthatóság, a transzparencia, az ügyfélismeret, az adat, a marketing, a versenytárselemzés és az online piaci tudás. Tudni kell, kik a vásárlók, miért jönnek vissza, mivel lehet őket megfogni, és hogyan lehet őket gyakrabban vásárlásra ösztönözni. Én azt látom, hogy a magyar kereskedőknél, különösen a digitális térben működő szereplőknél, nagy hiány van az ilyen képességű emberekből.

**Mitől tudnak ennyire erősek lenni Magyarországon a régiós háttérű online szereplők?**

Magyarország ebből a szempontból egyfajta satuhelyzetben van. Minden irányból jönnek a nagyobb szereplők. Lengyelországból, Csehországból, Romániából, és közben a globális, főként ázsiai platformok is erős nyomást jelentenek. Ezek a piacok jellemzően nagyobbak és fejlettebbek, mint a magyar piac, a szereplők pedig a saját hazai piacukon már megedződtek.

A régiókban vannak olyan domináns online szereplők, amelyek a saját piacukon nagyon magas részesedéssel rendelkeznek. Ez óriási adatvagyon, komoly beszállítói pozíciót és rengeteg működési tapasztalatot jelent. Nálunk ezzel szemben a piacvezető online szereplő részesedése jóval alacsonyabb, vagyis a magyar piac kevésbé koncentrált, de egyben kevésbé védett is.

Itt megint visszatérünk ahhoz, hogy ma már nem elsősorban kereskedni kell

tudni. Minél nagyobb piacokat szolgál ki valaki, minél több adattal, vásárlói preferenciával és tranzakcióval dolgozik, annál jobban tud célozni, annál hatékonyabban tud árazni, és annál olcsóbban tud működni. Ez a nagyok játéka.

A magyar szereplők számára ezért hosszú távon nem elég a belföldi piac. A hazai piac mérete önmagában korlátozott. Ha egy magyar kereskedő hosszú távon versenyben akar maradni, akkor előbb-utóbb más piacok felé is nyitnia kell. Nem feltétlenül Lengyelország vagy Csehország irányába, mert ott nagyon erős szereplőkkel kellene szembemenni, hanem inkább Horvátország, Szerbia, Bulgária vagy más, fragmentáltabb piacok felé. Ezek logisztikailag már nem elérhetetlenek, viszont időben kell lépni, mert ha a magyar szereplők lemaradnak, a satu még szorosabb lesz.

**Mi lehet a reális válasz a magyar kereskedők számára ebben a versenyben?**

Az elsődleges védekezés az ügyfélélmény erősítése lehet. A műszaki piacon ez különösen jól látszik. Korábban sokszor elég volt az, hogy egy kereskedő helyben elérhető volt, később pedig az ár lett a legfontosabb versenyeszköz. Ma már azonban egyik sem elegendő önmagában.

A vásárló azt mérlegeli, hogy miért éppen az adott kereskedőnél vegye meg például a hűtőt. Nemcsak az ár számít, hanem az is, milyen gyorsan kapja meg, beüzemelik-e, kap-e hozzá garanciát, támogatást, szervizt vagy utánkövetést. Ezek együtt adják azt az ügyfélélményt, amellyel egy helyi vagy regionális szereplő meg tudja különböztetni magát a globális platformoktól.

Ennek fontos része a logisztika, de nem pusztán a kiszállítás gyorsasága. Legalább ennyire lényeges a transzparencia. A vásárlónak pontosan látnia kell, hogy a termék valóban elérhető-e, van-e készleten, és mikor fog megérkezni.

A műszaki piacon gyakori probléma, hogy egy webáruház elérhetőként vagy raktáron lévőként tüntet fel egy terméket, miközben az valójában külső telephelyen,



beszállítónál vagy egy európai központi raktárban található. A vásárló ebből csak azt érzékeli, hogy a termék napokkal később érkezik meg, mint amire számított. Ma már nem elég azt jelezni, hogy a termék elérhető. A vásárlónak pontosan tudnia kell, honnan és mikorra érkezik meg.

A másik fontos irány a külföldi tapasztalatszerzés. Először meg kell erősíteni a hazai ügyfélélményt, de közben el kell kezdeni más piacok felé nyitni. Ez mentálisan is nehéz, mert egy magyar piacon erős szereplő egy új országban hirtelen senkivé válik. Más üzleti mutatókat kell nézni. Nem az első időszak árbevétele lesz a legfontosabb, hanem az ismertség, a hírlevél-feliratkozók száma, a konverzió, a visszatérő látogatók aránya. Ehhez más menedzsmentgondolkodás kell.

### **A Fizz megszűnése sokakat foglalkoztatott. Mi volt a legfontosabb tanulság ebből a történetből?**

Nagyon sok tényezőt lehetne kiemelni, de én kettőt tartok igazán fontosnak. Az egyik az üzleti modell választása. A Fizz úgynevezett „pure marketplace” modellben működött, vagyis tiszta piactérként. Nem volt klasszikus értelemben kereskedő, nem kezelt árut, nem rendelkezett saját készlettel, hanem felületet és márkát adott más kereskedőknek, gyártóknak, viszonteladóknak.

Ez Európában nagyon ritka modell. A sikeres piacterek jellemzően kereskedői háttérből nőnek ki. Egy kereskedő először saját szortimenttel, saját logisztikával, saját ügyfélélménnyel épít fel pozíciót, majd a kínálat bővítésére marketplace irányba nyit. A Decathlon például azért tud

piactérként is gondolkodni, mert a saját kereskedői működése mellé tud új termékköröket gyorsabban beengedni.

A Fizz esetében viszont hiányzott az árbefolyásoló képesség, a készletkontroll és a saját logisztikai háttér. Ha nincs saját készleted, nincs árualapod, nincs alkupozíciód, akkor nagyon nehéz árban versenyképessé lenni. Márpedig a magyar fogyasztó árérzékeny, így a Fizznek nagyon fontos lett volna, hogy árban is erős ajánlatokat tudjon adni.

A másik probléma az ügyfélélmény és a belépési ajánlat volt. Egy piactérnek nagyon hamar be kell húznia a vásárlókat a rendszerébe. Nem elég azt mondani, hogy ha veszel egy drága hűtőt, kapsz valamennyi kupont. Ez csak azt a vásárlót fogja meg, aki éppen hűtőt akar venni. A Temu például ezzel szemben olcsó, impulzív, könnyen kipróbálható termékekkel vonzotta be a felhasználókat, applikációletöltésre ösztönözte őket, majd később kezdte őket újabb vásárlásokra terelni.

A Fizznél hiányoztak azok a csalástermékek és belépési pontok, amelyek nagy tömegeket tudtak volna behozni. Műszaki cikkekkel különösen nehéz frekvenciát építeni, mert hűtőt, mosógépet vagy televíziót nem vesz gyakran az ember. Egy marketplace esetében viszont nagyon fontos, hogy a vásárló újra és újra visszatérjen.

### **Említette a Temut és a globális platformok nyomását. A Temu megjelenése hogyan változtatta meg a magyar online piacot és a vásárlói viselkedést?**

A Temu egyik legfontosabb hatása, hogy olyan rétegeket is bevont az online kereskedelembé, amelyek korábban nem vagy alig vásároltak az interneten. A méréseink

szerint Magyarországon közel félmillió olyan vásárló van, aki a Temu hatására rendelt először online. Ez önmagában is jelentős eredmény egy olyan piacon, amely már több mint tíz éve épül.

Ez részben az árnak, részben a nagyon erős közösségimédia-jelenlétnek és hirdetési aktivitásnak köszönhető. A Temu terjeszkedési stratégiája arra épül, hogy leuralja a hirdetési csatornákat, és rávegye a vásárlót a mobilapplikáció letöltésére. Amint az alkalmazás a telefonon van, push üzenetekkel, személyre szabott ajánlatokkal és folyamatos impulzusokkal tudja elérni a felhasználót.

A Temu működése nem a hagyományos kereskedői logikára épül. Nem egyszerűen termékeket kínál, hanem a vásárlói adatokból próbálja előre jelezni, milyen ajánlatokra lehet fogékony a felhasználó. Óriási választékkal dolgozik, figyeli a viselkedést, és olyan ajánlatokat tesz a felhasználó elé, amelyek sokszor még nem tudatos igényekre épülnek. Ez az impulzusvásárlás digitális felerősítése.

A vásárlások egy része tudatos döntésből fakad. Elromlik egy termék, szükség van valamire, vagy a vásárló előre elhatározta, mit keres. Emellett azonban mindig jelen van az impulzusvásárlás is. A fizikai kereskedelemben ilyen helyzet, amikor valaki meglát egy nem tervezett terméket az üzletben, és mégis beteszi a kosarába. A Temu ezt a mechanizmust vitte át nagyon erősen az online térbe. Folyamatosan olyan ajánlatokat tesz a vásárló elé, amelyek vélt vagy valós igényekre építenek, és ezzel növeli az impulzív költés arányát.

### **A Temu és más nemzetközi piacterek már nemcsak versenytársként jelennek meg, hanem értékesítési felületet is kínálnak európai kereskedőknek. Ez inkább veszély vagy lehetőség?**

Mindkettő. Ezek a platformok Európában is egyre inkább piactérként működnek, vagyis helyi szereplők is feltölthetik rájuk a saját termékeiket. Ez a magyar cégek előtt is új értékesítési lehetőséget nyithat.

Ennek több oka van. Az egyik a szabályozási környezet. A július 1-től életbe lépő, Európán kívülről érkező termékekre vonatkozó új terhek miatt egyre fontosabb, hogy minél több európai raktár, európai partner és európai forrás legyen a rendszerben. Ha a termék Európán belülről érkezik, más szabályozási helyzetbe kerül.

A másik ok stratégiai. A Temu ezzel

gesztust is tesz az európai piacok és az Európai Unió felé. Azt tudja mondani, hogy nemcsak elviszi a forgalmat, hanem lehetőséget is ad a helyi kereskedőknek. A platform szempontjából néhány száz vagy néhány ezer magyar kereskedő forgalma nem meghatározó, de kommunikációs és szabályozási szempontból fontos lehet.

Egy magyar kisvállalkozás vagy niche szereplő számára viszont ez valódi lehetőség is lehet. Egy kis cég számára óriási elérést jelenthet, ha hozzáfér egy ilyen platform forgalmához, logisztikájához és marketingerejéhez.

### **A logisztikáról már több ponton beszélünk. Mi az, amit ma mindenképpen meg kell értenie egy kereskedőnek?**

A legfontosabb, hogy a kereskedő ne a vásárló helyett döntse el, milyen szolgáltatásra van szükség. Ha valakinek sürgősen kell egy hűtő, mert elromlott a régi, és hajlandó megfizetni a gyors kiszállítás felárát, akkor ezt a lehetőséget érdemes biztosítani számára.

Ezért a logisztikai szolgáltatásokat is többféle vásárlói igényhez kell igazítani. Nem mindenkinek kell minden, de akinek fontos a gyors szállítás, a pontos időablak vagy a csomagautomatás átvétel, annak legyen miből választania. A csomagautomaták szerepe különösen gyorsan nőtt Magyarországon. A belföldön kiszolgált online rendelések jelentős részét ma már eleve automatába kérik a vásárlók, nem egyszerűen oda irányítják át a csomagot.

A gyakori vásárlók másként gondolkodnak, mint az alkalmi vásárlók. Magyarországon nagyjából 4,5 millió online vásárló van, de csak körülbelül 30 százalékuk rendel legalább havonta kétszer. Ez a 30 százalék ugyanakkor a rendelések döntő részét adja. Nekik egészen más preferenciáik vannak. Ha valakinek hetente többször jön csomagja, nem akar minden alkalommal futárra várni, hanem a kedvenc csomagautomatájába kéri a rendeléseit. A kereskedőnek tehát nem elég az átlagos vásárlóra optimalizálnia. Meg kell értenie, hogy a forgalom jelentős részét egy kisebb, nagyon aktív vásárlói réteg adja, amelynek sokkal magasabb elvárásai vannak.

### **A gyártók és a disztribútorok számára mit jelent az e-kereskedelem átalakulása?**

Szerintem az ő idejük most jön el. Nagyon sokáig az e-kereskedelemről elsősorban

retail oldalról beszélünk, de a következő időszakban a gyártói kérdéskör is sokkal relevánsabb lesz.

A D2C, vagyis a közvetlen gyártói értékesítés nem minden termékénél és nem minden márkánál ideális, de azoknál a brandeknél, amelyek kellően ismertek és erős presztízzsel rendelkeznek, megkérdőjelezhetetlen a létjogosultsága. A közvetlen értékesítés révén a gyártó közelebb kerül a fogyasztókhoz, első kézből kap visszajelzést a termékeiről, és pontosabban látja, milyen igényekre kell reagálnia. Ez hosszabb távon a termékfejlesztést és a kereskedő-partnerek kiszolgálását is erősítheti.

Ugyanakkor a D2C hatalmas transzformációt igényel. Egy gyártói vagy nagykereskedelmi kiszolgálási logikából át kell állni kiskereskedelmi logikára. Raktárkapacitás, csomagolás, futárszolgálati partnerség, ügyfélszolgálat, fizetési megoldások, reklamációkezelés, mindent fel kell építeni.

A legnagyobb gát sokszor a meglévő kereskedői kapcsolatrendszer. Ma már sokkal inkább az a kérdés, hogyan lehet újratárgyalni a szerepeket. A kereskedő például bemutatótérrel, szolgáltatással, kifutó termékek kezelésével vagy tanácsadással tudhat többet adni. Nem az a jó irány, ha a gyártó egyszerűen árban elkülöníti magát a saját D2C platformján, hanem az, ha tisztán meghatározza, milyen szerepet tölt be a közvetlen csatorna és milyen a partnerhálózat.

### **Ha három év múlva visszanezünk a magyar e-kereskedelemre, mi lehet a legnagyobb változás?**

Biztos vagyok benne, hogy gyorsulni fog a kereskedelem digitalizációja. A teljes retailen belül az online részesedés ma nagyjából 10 százalék körül van, itt hároméves távlatban szignifikáns növekedésre számíthatok. A műszaki piacon ez az arány már most sokkal magasabb. Attól függően, hogyan definiáljuk a kategóriát, 40-50 százalék körüli online arányról beszélhetünk.

A másik nagy változás a crossborder jelleg erősödése lesz. A határok nélküli online kereskedelem még hangsúlyosabbá válik. Ma már nagyon könnyű belföldinek tünni, miközben egy szereplő valójában nem magyar hátterű. Három év múlva ez még természetesebb lesz, és emiatt magyar szereplőként még nehezebb lesz versenyben maradni.

Ebben az államnak is fontos szerepe lehet. A digitális kereskedelem nemcsak a kereskedőkről szól, hanem a gyártókról, logisztikai cégekről és digitális szolgáltatókról is. A kérdés az, hogyan lehet olyan szakmai tudást, digitális kompetenciákat és működési környezetet teremteni, amelyben a magyar szereplők versenyképesek maradhatnak a nagy nemzetközi platformokkal szemben. Ehhez önmagában nem elég a forrás. Oktatásra, szakemberekre, menedzsmenttudásra és piaci gondolkodásra is szükség van.





## A háztartásigép-ipar világának tektonikus átalakulása. Hogyan rajzolódik át az európai háztartásigép-gyártás térképe?

Az európai háztartásigép-piac nem egyszerűen egy szokásos piaci visszaesést él át, hanem alapjaiban alakul át a kontinens gyártási struktúrája. A hagyományos offshoring modell logisztikai és geopolitikai korlátokba ütközött, ami a termelés jelentős részének az Európai Unió határaihoz, illetve Észak-Afrikába történő áthelyezését indította el. Eközben a nyugat-európai ipari központok gyors ütemben veszítik el gyártókapacitásukat. Az a látszat, hogy Európa fokozatosan kiszabadul az ázsiai függőségből, azonban megtévesztő. Kína ugyanis végleg maga mögött hagyta az olcsó összeszerelő üzem szerepét, és technológiai fölényével, magas fokú automatizációjával, valamint az egykori európai ipari ikonok felvásárlásával ma erőteljesebben alakítja a piac szabályait, mint azt az öreg kontinens hajlandó lenne beismerni.

### Az ázsiai aranykor vége és a logisztikai csapda

Az ázsiai offshoring aranykora több kedvezőtlen folyamat együttes hatására ért véget. Az első komoly csapást a világvármány és annak utóhatásai jelentették. A kereslet szélsőséges ingadozásai rámutattak a minimális készletekre épülő „just-in-time” ellátási modell sérülékenységére, és felerősítették az ellátási láncokban jelentkező úgynevezett ostorcsapás-hatást. Ennek következményeként a vállalatok egyszerre szembesültek túlszűfolt raktárakkal és megrendelések hiányával.

Közben az európai piac is jelentős visszaesést mutatott. Az APPLiA szövetség adatai szerint 2025-ben a piac értékben több mint 3 százalékkal, volumenben pedig 3,3 százalékkal zsugorodott. A magas kamatkörnyezet és a drága jelzáloghitelek lefékeztek az ingatlanpiacot, ami a beépíthető konyhák és ezáltal a beépíthető háztartási gépek értékesítésére is negatív hatást gyakorolt. Ez különösen érzékenyen érintette azt a szegmenst, amelybe a hagyományos európai márkák korábban menekültek a kezdetben koreai, később pedig kínai konkurencia elől.

Az ázsiai vállalatok ugyanis viszonylag gyorsan kiszorították a nyugati gyártókat a szabadon álló készülékek legnagyobb kategóriáiból. A beépíthető készülékek piacán azonban hosszú ideig nehezen találták meg a helyüket. A koreai már-

káknak mind a mai napig nem sikerült igazán áttörést elérniük ezen a területen Európában. A kínai szereplők, elsősorban a Haier és a Hisense, a felvásárolt európai márkák és gyártóüzemek segítségével azonban sokkal magabiztosabban és határozottabban építik ki jelenlétüket ebben a szegmensben. Az az időszak, amikor a nyugati márkák a beépíthető készülékek piacán élvezhették dominanciájukat és a viszonylag magas árakat, fokozatosan a múlt részévé válik.

A második jelentős csapást a geopolitikai helyzet jelentette. A Vörös-tengeren kialakult válság és a folyamatos biztonsági fenyegetések rémálommá tették a tengeri szállítást. A hajók ma már gyakran kénytelenek megkerülni a Jöreménység-fokot, ami 10–14 napos késedelmet jelent. A nagygépes háztartásigép-kategóriában, ahol nagy mennyiségű „levegőt” szállítanak, miközben az egy köbméterre jutó termékérték viszonylag alacsony, a meredeken emelkedő konténerköltségek különösen komoly problémát jelentenek. Nem beszélve arról, hogy a hosszú szállítási idő miatt jelentős mennyiségű forgóteke ragad be az úton lévő árukban. Ehhez társulnak a Kínával fennálló egyre feszültebb kapcsolatok, valamint a technológiai protekcionizmus erősödése.

Harmadik tényezőként pedig megjelent az európai szabályozási környezet. Az egyik legfontosabb változást a

szén-dioxid-kiegyenlítési mechanizmus (CBAM) jelenti, amely az év elején lépett végleges szakaszába. Egyelőre elsősorban olyan alapanyagokra vonatkozik, mint az acél vagy az alumínium, ezért az ázsiai gyártók továbbra is külön karbonteher nélkül importálhatnak kész háztartási gépeket az uniós piacra.

Annak érdekében azonban, hogy az európai vállalatok ne kerüljenek végleg versenyhátrányba a drágább alapanyagok miatt, Brüsszel már javasolta a szabályozás kiterjesztését a feldolgozott termékekre is. Ennek eredményeként 2028-tól a karbonvám várhatóan a mosógépeket, hűtőszekrényeket és más olyan készülékeket is érinteni fogja, amelyek jelentős mennyiségű, magas kibocsátással előállított acélt tartalmaznak. Ez elméletileg megszüntetheti az ázsiai gyártók jelenlegi árversenyelőnyét az európai piacon. A kérdés csupán az, hogy mindez nem érkezik-e túl későn az európai gyártók számára.

### A nyomás azonban itt még korántsem ér véget

- Szigorúbb vámokért folyó lobbizás: az APPLiA és az EUROFER már most intenzíven lobbizik annak érdekében, hogy a vámok tervezett kiterjesztése ne hagyjon lehetőséget a szabályok megkerülésére, és minél gyorsabban terjedjen ki a teljes gépipari szektorra.

- Félelem a túlszabályozástól és a bürokráciától: miközben a vállalatok védelmet kérnek a külső versenyrel szemben, egyre hangosabban tiltakoznak az Európai Bizottság által előkészített Körforgásos Gazdasági Törvény (CEA) ellen is. Az iparág szereplői attól tartanak, hogy a kötelező újrhasználított alapanyag-tartalomra vonatkozó előírások merev szabályrendszer hoznak létre, amely visszafogja az innovációt és tovább növeli a gyártási költségeket.

### A régi Európa agóniája és az Electrolux problémái

A termelés visszaköltöztetése az európai fogyasztókhoz közelebb ugyan logikus lépésnek tűnhet, de komoly árnyoldala is van, a hagyományos nyugat-európai ipari központok leépülése. A jelenlegi időszak minden bizonnyal a háztartásigép-ipar egyik legjelentősebb létszámcsökkenési hullámaként marad meg az emlékezetben. Egyre nyilvánvalóbbá válik, hogy az úgynevezett „régie Európa” – korábban Franciaország és Spanyolország, ma pedig egyre inkább Olaszország – a magas bérköltségek és a merev bürokratikus környezet miatt már nem képes versenyezni az ázsiai gyártókkal a háztartásigépek tömegtermelésében.

Ennek egyik leglátványosabb példája a svéd Electrolux, amely hosszú ideje struk-



*Az Electrolux gyártóüzeme az olaszországi Porcia városában*

turális problémákkal küzd, és ezért radikális átalakításokat jelentett be. A vállalat összesen 1 719 munkahely megszüntetését tervezi Olaszországban a jelenlegi 4 542 fős állományból.

A változások szimbólumává a Cerreto d'Esse városában működő üzem válhat, amely páraelszívókat gyárt. A gyár teljes és végleges bezárásáról döntöttek, ami mind a 170 dolgozó állásának megszűnését jelenti.

A válság természetesen nem állt meg ennél a egy üzemnél. Az Electrolux további négy olaszországi gyárában is jelentős átszervezések kezdődtek.

A sütőket és főzőlapokat gyártó forlioni üzemből 683 munkavállaló elbocsátásával számolnak. A hűtőszekrényeket és fagyasztókat gyártó susegani gyár 728 dolgozójából 310-en veszíthetik el állásukat. A porciai mosógép- és szárítógépgyárban 571 munkavállalóból 309-et érintenek a leépítések. A mosogatógépeket gyártó solarói üzemből pedig a 615 alkalmazott közül 217 pozíció megszüntetését tervezik. A szakszervezetek szerint, ha a korábbi létszámcsökkentéseket is figyelembe vesszük, akkor az Electrolux olaszországi munkaereje öt év alatt mintegy 60 százalékkal csökkenhet.

A folyamat természetesen nem zajlik ellenállás nélkül. A szakszervezetek 2026. május 25-én országos sztrájkot szerveztek, amely egybeesett a kormány, a vállalat és a munkavállalói képviselők első hivatalos egyeztetésével. A június 15-re kitűzött újabb tárgyalási forduló előtt a szakszervezetek újabb, nyolcórás helyi sztrájkokat hirdettek meg, emellett továbbra is blokkolják a túlórás vállalását.

A helyzetbe az olasz ipari miniszter, Adolfo Urso is határozottan bekapcsolódott. Május 28-án, az Európai Unió versenyképességi tanácsának brüsszeli ülésén hangsúlyozta, hogy a háztartásigépgyártás válsága nem kizárólag olasz probléma, hanem egész Európát érintő kihívás, amely közös választ igényel. Olaszország azt is kérte az Európai Bizottságtól, hogy a szektort stratégiai jelentőségű iparágként kezeljék, hasonlóan az autóiparhoz, és biztosítsanak számára megfelelő versenyfeltételeket az egyre erősebb ázsiai konkurenciával szemben.

Mindez azonban valószínűleg nem változtat azon a tényen, hogy az olasz gy-

ártás sok esetben versenyképtelenné vált. Az előregedett üzemek és a kínai gyárakhoz képest alacsonyabb technológiai színvonal mellett a gazdasági realitások környéklenek.

Ezt jól mutatja, hogy az Electrolux fokozatosan kivonja tőkéjét Európából, miközben globális szinten 9 milliárd svéd korona értékben bocsát ki részvényeket annak érdekében, hogy finanszírozni tudja a kínai Mideával létrehozott eszka-amerikai vegyesvállalatát.

A stratégia helyességét a részvényesek is megerősítették: 2026. május 27-én a stockholmi rendkívüli közgyűlés jóváhagyta a tranzakciót. Ezzel az olasz politikai nyomásgyakorlás gyakorlatilag falakba ütközött.

Bár ebben a részben elsősorban az Electroluxról beszélünk, a vállalat helyzete valójában az egész európai háztartásigépgyártás problémáinak egyik leglátványosabb tünete.

#### **Beko Europe:**

##### **a Whirlpool örökségének mérlege**

Hasonlóan viharos átalakulás zajlik a Beko Europe háza táján is. A vállalat 2024 tavaszán jött létre a Whirlpool európai üzletágának és a török Arçeliknek az egyesülésével. A tulajdonosi szerkezetben a török fél 75 százalékos részesedéssel rendelkezik, és szinte azonnal megkezdte a közös vállalat működésének és gyártási struktúrájának átszervezését.

A Beko hatalmas piaci részesedést örökölt, ugyanakkor számos elavult és veszteséges gyárat is átvett. Az eredmény 2024-ben 224 millió eurós veszteség lett. A vállalat ezt az adatot később maga is

felhasználta az európai döntéshozók felé annak igazolására, hogy jelentős költségcsökkentő intézkedésekre van szükség.

A menedzsment már 2024 végén bezárta a brit Yate városában működő, százalékosan visszatekintő Hotpoint szárítógépgyárat, amellyel gyakorlatilag véget ért a fehéráru-független gyártás korszaka Nagy-Britanniában. A döntés 140 munkahely megszűnésével járt. Ezt követően a figyelem Olaszországra irányult.

A Beko ugyan bejelentett egy 110 millió eurós beruházást a melanoi és cassinetti beépíthető főzőkészülék-központok fejlesztésére, ahol korszerű sütők, főzőlapok és mikrohullámú sütők gyártását kívánja erősíteni, a létszámcsökkentési tervekről nem mondott le. Végül a vállalat megállapodott a szakszervezetekkel egy önkéntes távozási programról, amely akár húszerzésnek megfelelő végkielégítést is biztosít a résztvevők számára.

A gyártósorok ugyan nem szűntek meg, de a kapacitások fokozatos csökkentése továbbra is napirenden van.

#### **A „Made in Germany” alkonyata és a lengyel hegemonia felemelkedése**

Hogy még egy erős prémium márka sem védett az európai piac magas bérköltségeivel és energiaáráival szemben, azt a Miele stratégiaaváltása is jól mutatja.

Miután a vállalat a rekordnak számító 2022-es évben 5,42 milliárd eurós árbevételt ért el, 2023-ban már 9 százalékos értékesítési visszaeséssel kellett szembenéznie. Erre válaszul elindította a „Miele Performance Program” nevű átalakítási programot.

A cél egyértelmű: az idei év végéig évente 500 millió euró megtakarítás elérése, valamint mintegy 2 000 munkahely megszüntetése vagy áthelyezése.

A legfájdalmasabb változást azonban a vállalat történelmi gyökereinek részleges feladása jelenti.



*A Beko Europe comunanzai gyárában készült felvétel*



*A német BSH új gyártóüzeme a lengyelországi Rzeszówban. Ez az egyik kevés európai kisgépgyártó üzem, ráadásul egy teljesen újonnan indított beruházás.*

A mosógépgyártás egy részét fokozatosan a németországi Güterslohól a lengyelországi Ksawerów üzemébe helyezik át, amiről korábbi cikkeinkben már beszámoltunk. Fontos ugyanakkor hangsúlyozni, hogy a Miele nem zárja be a güterslohi gyárat, és továbbra is itt készülnek majd bizonyos modellcsaládok. Az olcsóbb árkategóriájú mosógépek gyártását azonban Lengyelországba telepítik át.

Rebecca Steinhage igazgatósági tag nemrég találóan fogalmazott, amikor azt mondta, hogy Lengyelországban többször gyorsabban lehet engedélyt kapni egy tetőre telepített napelemes rendszerre, mint a bürokratikusan túlterhelt Németországban.

A Miele története így valójában csak egy újabb példája azoknak a problémáknak, amelyekkel ma Európa ipara szembesül.

Lengyelország ezzel párhuzamosan tovább erősíti pozícióját mint Európa legfontosabb háztartásigépgyártó központja. Az ország ma a globális termelés mintegy 9 százalékát adja, amivel közvetlenül Kína mögött áll, amely több mint 35 százalékos részesedéssel rendelkezik.

A lengyel gyártószektorról tavaly 26,4 millió késztermék és alkatrész került le, összesen több mint 25,5 milliárd zloty (körülbelül 6,9 milliárd dollár) értékben.

#### **Csak 2025-ben:**

- 5,8 millió mosógép,
  - 5,4 millió mosogatógép,
  - 2,5 millió hűtőszekrény,
  - 3,7 millió főzőkészülék
- készült az országban.

A befektetések továbbra is érkeznek. A BSH és a Panattoni fejlesztőcégek ezekben a hónapokban fejezi be Rzeszów közelében egy új, 600 millió zloty értékű kisgépgyár építését. Az üzemben Tassimo kávéfőzők és porszívók készülnek majd, és mintegy ezer embernek ad munkát.

A piaci lehűlés azonban Lengyelországot sem kerülte el.

A Bosch a tavalyi év végén kénytelen volt felfüggeszteni egy 1,2 milliárd zloty (nagyjából 328 millió dollár) értékű hűvívattyúgyár építését Alsó-Sziléziában, mivel a piac váratlanul és jelentősen visszaesett.

#### **A másik komoly problémát a munkaerőhiány jelenti.**

Elemzők szerint a lengyel munkaerőpiacon jelenleg akár 1,5 millió dolgozó is hiányozhat, annak ellenére, hogy 2025 végén közel 1,3 millió külföldi munkavállaló dolgozott legálisan az országban. Konrad Pokutycki, az APPLiA Poland elnöke arra figyelmeztetett, hogy a technikai szakemberek hiánya már a kuta-

tás-fejlesztési tevékenységet is lassítja. A vállalatok ezért egyre intenzívebben fordulnak az automatizáció és a robotizáció felé, hogy pótolják a hiányzó, illetve egyre drágább munkaerőt.

#### **Törökország szárnyalása és az infláció kemény ütése**

Miközben Olaszország és Németország gyártókapacitásai csökkennek, első pillantásra úgy tűnhet, hogy Törökország a nearshoring egyértelmű nyertese.

Az ország ma már 1,6 billió dolláros GDP-vel rendelkezik, amelynek 22 százalékát a feldolgozóipar adja. Ezen belül az elektronikai és háztartásigépgyártás a török GDP mintegy 5 százalékát teszi ki. Törökország előnye első látásra megkérdőjelezhetetlenek.

Az Európai Unióval fennálló vámunió lehetővé teszi az akadálymentes exportot, miközben a 16 határátkelőhely és az iztambuli légi áruszállítási központ rendkívül gyors logisztikai kapcsolatot biztosít Európa és Ázsia között.

A török piac tavaly 18,08 milliárd dolláros forgalmat generált, és az előrejelzések szerint 2034-re elérheti a 28,26 milliárd dollárt.

A „török csoda” mögött azonban komoly problémák húzódnak meg. A rendkívül magas infláció és a finanszírozási költségek növekedése egyre nagyobb terhet ró a vállalatokra. Ennek egyik legjobb példája a Vestel.

A vállalat háztartásigéprészlege 2025-ben több mint 6,3 milliárd török lírát (körülbelül 195 millió dolláros) nettó veszteséget termelt. A teljes vállalat vesztesége elérte a 29,7 milliárd lírát, ami mintegy 685 millió dollárnak felel meg. A hitelminősítő intézetek emiatt 2025 és 2026 fordulóján a vállalatot már a spekulatív kategóriába sorolták.

A csökkenő európai kereslet és a drága hitelek miatt a Vestel tavaly mintegy 10 000 dolgozótól vált meg, ami a vállalat lengyelországi működését is jelentősen érintette.

Ráadásul a török líra reálértékének erősödése és az euróban számolt bérek gyors emelkedése miatt több európai partner fokozatosan csökkenti együttműködését ezzel a nagy OEM-gyártóval.

A valaha olcsó összeszerelő központként emlegetett Törökország így egyre inkább a túlélésért és a profitmarzsok megőrzéséért folytatott küzdelem színterévé válik.

#### **Afrikai kiút?**

És mi történik akkor, ha valaki szeretné elkerülni a török piac kockázatait, Lengyelországban pedig már egyre nehezebb megfelelő munkaerőt találni? Ilyenkor a vállalatok figyelme egyre gyakrabban fordul Egyiptom és Marokkó felé.

Abdel Fattáh esz-Szíszi egyiptomi elnök kormánya úgynevezett „Arany Licenc” programot vezetett be, amely jelentősen leegyszerűsíti az engedélyezési folyamatokat és csökkenti a bürokratikus akadályokat.

Az elsők között a kínai Haier élt a lehetőséggel. A vállalat a 10. Ramadán városában egy 200 000 négyzetméteres gyártókomplexumot épített fel. A projekt különlegessége, hogy az építkezés megkezdésétől számítva mindössze másfél év alatt eljutott a termelés beindításáig.

Az üzemben jelenleg mosógépek, légkondicionálók és televíziók készülnek. A beruházás következő üteme 2026 harmadik negyedévében indul, amikor többek között prémium kategóriás négyszárnyú hűtőszekrények gyártása is megkezdődik. Nemcsak a kínai vállalatok fedezték fel a régiót. A BSH tavaly júniusban nyitotta meg Kairó közelében első afrikai gyárat. Az 50 millió eurós beruházás keretében létrehozott üzemben évente akár 350 000 tűzhely készülhet. A termékek nemcsak a Közel-Kelet és Afrika piacaira kerülnek, hanem Kanadába és Dél-Amerikába is exportálják őket.

Az észak-afrikai lehetőségek ugyanakkor korántsem kockázatmentesek. Az egyiptomi gazdaság az elmúlt években több jelentős devizaleértékelésen ment keresztül, miközben az ország folyamatosan küszködik a külföldi valuták hiányával. Ez komoly problémát jelent a gyárak számára, amelyek továbbra is nagymértékben függenek az Ázsiából importált alkatrészekről.

Ehhez társul a térség geopolitikai sérülékenysége is. A Vörös-tengeren kialakult válság ismét rámutatott arra, hogy a Szezei-csatornára épülő logisztikai rendszer mennyire sebezhető.

#### **Románia kijózanodása**

A román példa jól mutatja, hogy az állami ösztönzők és az alacsony bérek önmagukban már nem elegendők a sikerhez.

A Bosch tavaly márciusban végleg lemondott arról a tervéről, hogy 110 millió euró értékben mosógépgyárat építsen az országban. A projektet még 2019-ben

felfüggesztették, 2025 márciusában pedig a vállalat eladta azt a 44 hektáros telket is, amelyet eredetileg a gyár számára vásárolt.

Ezzel végleg lezárult a romániai Sime-riában tervezett beruházás története.

Az eladás egyik oka az volt, hogy a BSH a felszabaduló tőkét inkább a lengyelországi gyártókapacitások fejlesztésére kívánta fordítani.

Nem a Bosch volt azonban az egyetlen vállalat, amely visszavonulót fűjt. A kínai Haier is bezárta viszonylag új romániai hűtőszekrénygyárát. A SELL szerkesztősege annak idején még az üzem megnyitáskor is ellátogatott a helyszínre, és fotóvalamint videóriportot készített róla.

A bezárás oka ugyanaz volt, mint amellyel Európa számos más régiója is szembesül: egyre nehezebb megfelelő számú munkavállalót találni, miközben a bérek Romániában évente több mint 9 százalékkal emelkednek.

Így a korábban gyakran „új Lengyelországgént” emlegetett Románia mára sokat veszített vonzerejéből a nagy nemzetközi gyártók szemében.

### Midea és az ibériai átrendeződés

Az ázsiai vállalatok nemcsak az európai márkák felvásárlásával alakítják át a kontinens háztartásgépiparát, hanem a saját európai gyártóhálózatukat is egyre agresszívebben optimalizálják. Ennek egyik legjobb példája a kínai Midea.

A vállalat tavaly lezárta a Teka-csoport felvásárlását, majd szinte azonnal megkezdte a portfólió és a gyártási struktúra átszervezését.

Május végén végleges döntés született a spanyolországi Granada városában működő Steelgran Componentes üzem bezárásáról.

A páraelszívók teljes gyártását a portugáliai Ílhavóban található Teka-gyárba helyezik át. Ez az üzem a jövőben a mikrohullámú sütők és főzőlapok mellett a páraelszívók egyik legfontosabb európai központjává válik.

A kínai vezetés megítélése szerint a portugál gyár működése költség- és hatékonysági szempontból kedvezőbbnek bizonyult, mint a spanyolországi alternatíva. A Midea története önmagában is megérne egy külön cikket. Míg a Haier és a Hisense az európai vállalatok felvásárlását követően kezdetben óvatossággal alkalmazott, és éveken át inkább tanulmányozta az európai piac sajátosságait, addig a Midea sokkal gyorsabban és határozottabban nyúl hozzá a megszerzett struktúrákhoz.

A vállalat már most jelentős szervezeti és stratégiai változtatásokat hajt végre.

Érdekes fejlemény az is, hogy a Midea néhány hete bejelentette: a következő három évben nem tervez újabb felvásárlásokat vagy összeolvadásokat.

A piacon azonban sokan úgy vélik, hogy ez a nyilatkozat elsősorban a spekulációk csillapítását szolgálja. Különösen azok után, hogy a Midea és az Electrolux észak-amerikai együttműködése újra felerősítette azokat a találgatásokat, amelyek szerint a kínai vállalat akár az egész Electrolux megszerzését is megcélozhatja a jövőben.

A nearshoring korlátai és Kína technológiai előretörése

A 2026-os év kétségtelenül mérföldkőként vonul majd be az európai háztartásgépipar történetébe. Az iparág jelenleg mélyreható átalakuláson megy keresztül: Nyugat- és Dél-Európa egyre inkább a kutatás-fejlesztés, valamint a prémium kategóriás termékek központjává válik, míg a tömegtermelés fokozatosan Lengyelország, Törökország és Észak-Afrika irányába tolódik.

Mindez azonban nem jelenti azt, hogy Európa végleg maga mögött hagyhatná az ázsiai importtól való függőséget.

A piaci folyamatok egyértelműen azt mutatják, hogy a nearshoringról alkotott idealizált elképzelések komoly korlátokba ütköznek. Az európai és törökországi gyárak egyaránt tartós munkaerőhiánnyal, emelkedő bérekkel és egyre bonyolultabb szabályozási környezettel küzdenek.

Paradox módon éppen ezek a tényezők segítik elő a kínai beszállítók újbóli megerősödését.

Kína ugyanis már régen túllépett az olcsó összeszerelő üzem szerepén. Az ország gyártói az elmúlt években technológiai vezetőkké váltak, és ma már számos területen nem csupán utolérték, hanem meg is előzték versenytársaikat.

A hatalmas kutatás-fejlesztési beruházásoknak, a magas fokú automatizációnak és a gyakorlatilag teljesen önálló alkatrész-beszállítói ökoszisztémának köszönhetően a kínai gyártók ma világszínvonalú háztartási gépeket kínálnak.

Lehet ezt vitatni vagy nem szeretni, a piaci tények azonban ettől még nem változnak.

Az iparág szereplőinek tapasztalatai szerint a kínai készülékek számos esetben innovatívabbak, és gyakran alacsonyabb meghibásodási arányt mutatnak, mint a török vagy bizonyos európai üzemekből származó hasonló termékek. Ezt több, a háttérben nyilatkozó iparági szakember is megerősítette.

Természetesen továbbra is jelentős előnyt jelent, ha egy vállalat gyártókapacitással rendelkezik a fogyasztók közvetlen közelében. Ez rövidebb szállítási időt,



*A robotizált és mesterséges intelligencia által vezérelt gyárak gombamód szaporodnak Kínában. A képen a Midea csungcsingi gyárkomplexuma látható, amelyet 2025-ben jelentős mértékben korszerűsítettek és automatizáltak.*

nagyobb rugalmasságot és kisebb logisztikai kockázatot biztosít.

A jelenlegi helyzet azonban azt mutatja, hogy a kínai gyártók technológiai fölénye sokkal erősebben formálja a piacot, mint azt Európa korábban feltételezte.

A kínai vállalatok ma már nemcsak nagyobb méretben működnek, hanem technológiai előnnyel is rendelkeznek, amellyel az európai szereplők egyelőre nehezen tudnak versenyezni.

A tisztán európai tulajdonú vállalatok közül nagyobb léptékben jelenleg gyakorlatilag csak a BSH és a Miele képes eredményesen felvenni a versenyt velük.

Az Electrolux esetében egyelőre elsősorban abban lehet bízni, hogy a vállalat sikeresen végrehajtja a szükséges szerkezeti átalakításokat és visszanyeri versenyképességét.

Nem véletlen, hogy a cég élére 2025 elején Yannick Fierling került, akinek egyik legfontosabb feladata éppen a vállalat megújítása és stabilizálása.

A történet külön érdekessége, hogy Fierling ezt megelőzően kilenc éven keresztül a Haier európai terjeszkedését irányította, és kulcsszerepet játszott a kínai vállalat kontinensen elért sikereiben.

Haier Rumunsko33.jpg  
Képaláírás: A robotizált és mesterséges intelligencia által vezérelt gyárak gombamód szaporodnak Kínában. A képen a Midea csungcsingi gyárkomplexuma látható, amelyet 2025-ben jelentős mértékben korszerűsítettek és automatizáltak.

Szerző: Lubor Jarkovsky



## Hűtés energiatakarékosan

A hűtőszekrények globális piacán egyre hangsúlyosabb vásárlói szempont lesz az energiatakarékos működés. A felülfagyasztós készülékek pedig egyebek mellett, ebből a szempontból is jól teljesítenek. Bár nem ez a kategória diktálja az innovációt, világvizonylatban mégis nyertesei a piacnak.

A felülfagyasztós hűtők egyik legnagyobb előnye az egyszerű kialakítás. A fagyasztórész felül, a normál hűtőtér pedig alul helyezkedik el, ami sok felhasználó számára kényelmes és logikus elrendezést jelent. Ezek a modellek jellemzően kedvezőbb árkategóriába tartoznak, mint az alulfagyasztós, side by side vagy francia ajtós alternatívák, ami miatt szintén sokaknak vonzó választás lehet. A termékcsalád további előnye az energiatakarékos működés és a széles méretválaszték. Különösen hasznosak lehetnek kisebb háztartások, egyedül élők, párok vagy olyan családok számára, akiknek fontos a jó ár-érték arány. Szintén előnyös megoldást kínálnak másodlagos hűtőként, például nyaralóban, garázsban vagy hétvégi házakban.

### Innovációk a szektorban

Bár a felülfagyasztós modelleket sokan hagyományos megoldásnak tartják, az elmúlt évek fejlesztései ezt a kategóriát sem kerülték el. Egyre több készülék kap inverteres kompresszort, amely csendesebb működést és pontosabb hőmérséklet-szabályozást biztosít. A No Frost technológia pedig már mondhatni átlagosnak számít, ugyanakkor olyan extrákkal is találkozhatunk, mint

a külső víz- vagy jégadagoló. A gyártók egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a már említett energiahatékonyságra és az okosfunkciókra is. Megjelentek a digitális kijelzővel, külön szabályozható hűtő- és fagyasztózónával, illetve optimalizált levegőáramlással működő modellek. A piaci trendek szerint a vásárlók egyre inkább az intelligens háztartási gépeket keresik, ami a szegmens fejlesztéseit is meghatározzák.

### Globálisan nyertesek

A tavalyi évben globálisan tovább bővültek a hűtőszekrény-eladások: a nemzetközi piacot az energiahatékony és okos készülékek iránti kereslet hajtotta, a felülfagyasztós modellek pedig megőrizték vezető szerepüket. A tavalyi évben a teljes piaci részesedésük 34–42% volt. Értékük körülbelül 10,5 milliárdUSD lett 2025-ben. A siker titkát az elemzők a megfizethetőségben, a magas energiahatékonyságban és a kompakt kialakításban látják. Jóllehet a legnagyobb eladások elsősorban a szegényebb régiókat érintették: Ázsiában, főként Indiában, Délkelet-Ázsiában, Indonéziában, Vietnámban és a Fülöp-szigeteken tarolt a termék kategória.

### Gázos ügyek

A modern hűtőszekrények elődjei a 19. század végén jelentek meg, de az első készülékek még mérgező gázokkal, például ammóniával vagy kén-dioxiddal működtek. Az áttörést az 1930-as évek hozták el a biztonságosabb hűtőközegek megjelenésével. A korai háztartási hűtők sokáig luxuscikknek számítottak, széles körű elterjedésük csak a második világháború utáni fogyasztói boom idején indult meg.



# Haier

Emeld magasabb szintre  
az ételek tárolását és hűtését  
az intelligens funkciókkal!



## DIRECT ACCESS FIÓKRENDSZER

Közvetlen, gyors és egyszerű hozzáférést és nagyobb rálátást biztosít a fagyasztott élelmiszerekhez



## AIR SURROUND FRESHER TECH

Egyenletesen oszlatja el a hideg levegőt, így az étel tovább megőrzi a frissességét



## MY ZONE REKESZ

-3 °C és +5 °C között fokozatonként állítható be a hőmérsékletet



## TOTAL NO FROST

Megakadályozza a dér- és jégképződést a hűtőszekrényben és fagyasztóban



Intuitív kialakítás, azonnali átláthatóság és gyors hozzáférés – hogy mindig lásd, mi van a hűtődben, és kevesebb legyen az ételpazarlás. A Haier 3 ajtós Kombi hűtőszekrény innovatív technológiája tovább frissen tartja az alapanyagokat, miközben a C energiasztály hatékony működést és jobb teljesítményt biztosít a mindennapokban.



**Amica  
FD280.3FW(E)**

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 201 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 54 liter**
- **Zajszint: 41 dB**

Az Amica felülfagyasztós hűtőszekrénye Total No Frost rendszerű, hogy egyáltalán ne legyen szükség manuális leolvasztásra. A 255 liter teljes kapacitású modell olyan extrákkal rendelkezik, mint a szuperhűtés funkció, amely nagyobb mennyiségű élelmiszert is gyorsan juttat el az ideális tárolási hőmérsékletre, hogy azok minél tovább megőrizhessék eredeti, friss állagukat. Áramkimaradás esetén a készülék 12 órán keresztül tudja tartani a megfelelő hőmérsékletet. A FlexiShelf kialakítás lehetővé teszi a polcok szabad átrendezését.

**Candy  
CNDQ2S514EX**

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 170 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 36 liter**
- **Zajszint: 39 dB**

A Candy inox színű, felülfagyasztós hűtőszekrénye E energiaosztályzatot kapott. A hűtőtérben az élelmiszerek elhelyezését üvegpolcok és ajtórekesz segíti, valamint praktikusan a belső LED világítás is támogatja. A modell napi fagyasztási kapacitása két kilogramm élelmiszer. Áramkimaradás esetén a hűtőszekrény 11 órán keresztül tudja biztosítani a megfelelő hőmérsékletet. A modell működési zajszintje 39 dB. A hOn App javítja a hűtési élményt, és számos innovatív tartalmat és funkciót kínál az élelmiszerek megfelelő tárolásához.



**ETA  
354690000D**

- **Energiaosztály: D**
- **Nettó hűtőtér: 169 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 37 liter**
- **Zajszint: 40 dB**

Az ETA felülfagyasztós hűtőszekrénye átlátszó üvegpolcokkal, átlátszó fiókokkal és ajtórekeszekkel segíti az élelmiszerek praktikus elhelyezését, a pakolást pedig belső LED világítás is támogatja. A fagyasztórész kapacitása 2,4 kg naponta. A D energiaosztályú készülék visszamelegedési ideje áramkimaradás esetén 13,5 óra. A 40 dB zajszinten működő hűtőszekrény süllyesztett fogantyúkkal rendelkezik. A kényelem jegyében az ajtónyitás iránya megfordítható.

**Gorenje  
RF312EPW4**

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 96 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 28 liter**
- **Zajszint: 36 dB**

A Gorenje kis méretű felülfagyasztós hűtőszekrénye 3 db polcot, zöldség- és gyümölcs-tároló rekeszt, valamint tojástartót is kínál az élelmiszerek praktikus elhelyezésére. A kényelmes ki- és bepakolást az energiatakarékos LED világítás könnyíti meg. A kényelem jegyében az ajtónyitás iránya megváltoztatható. A hűtő működési zajszintje mindössze 36 dB. A modell fagyasztási kapacitása 24 óra alatt 2 kg élelmiszer. A készülék áramkimaradás esetén kilenc órán keresztül képes megőrizni az ideális hőmérsékletet.



# Őrizze meg a BioFresh segítségével, ami igazán értékes

Mikkel Karstad  
Séf, híres szakácskönyv-szerző



 German  
Engineering

Bio  
Fresh

Az inspiráció gyakran a piacon kezdődik, és a konyhában kel életre. A BioFresh akár ötször tovább frissen tartja az élelmiszereket, mint egy hagyományos hűtőrekesz – így segít csökkenteni az élelmiszer-pazarlást, miközben megőrzi az alapanyagok színét, ízét és minden összetevő örömét.

[home.liebherr.com/biofresh](http://home.liebherr.com/biofresh)

**LIEBHERR**



### LG GTFV61PYBQD

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 425 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 184 liter**
- **Zajsztint: 35 dB**

Az LG felülfagyasztós hűtője DoorCooling+ funkcióval rendelkezik, amely egyenletesebbé teszi a belső hőmérsékletet és gyorsabb hűtést biztosít. A Friss zóna 0 °C körüli hőmérsékletet kínál, amelynek segítségével kiolvasztás nélkül lehet hozzáférni az élelmiszerekhez. A Smart Inverter Kompresszor energiahatékony, tartós és csendes működést tesz lehetővé. Az LG ThinQ applikáció segítségével okostelefonon keresztül is vezérelhető a hűtőszekrény. Az élelmiszerek ki- és bepakolását belső LED világítás segíti. A praktikus elhelyezést külön zöldség- és gyümölcsstartó rekeszek szolgálják.

### Liebherr CTPe 251

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 219 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 52 liter**
- **Zajsztint: 37 dB**

A Liebherr felülfagyasztós hűtőjében 4 db rakodópólcs – három állítható –, tárolófiók és palacktartó is helyet kapott a kényelmes tárolás jegyében. A be- és kipakolást belső LED világítás segíti. A Smart Frost rendszerű 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 zajsztinten működő készülék áramkimaradás esetén 20 órán keresztül képes biztosítani az ideális hőmérsékletet.



### Midea MDRT385MTE46

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 206 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 60 liter**
- **Zajsztint: 43 dB**

A Midea No Frost rendszerű hűtőszekrénye megakadályozza a jegesedést, így nem szükséges a készülék manuális leolvasztása. A gyorsfűtés és gyorsfagyasztás funkciók segítségével az újonnan behelyezett élelmiszerek gyorsan elérik a kívánt hőmérsékletet, megőrizve frissességüket. Az Active-C Fresh funkció semlegesíti a nem kívánatos szagokat a hűtőtérben. A hűtőszekrényben páratartalom-szabályozással ellátott rekesz is található, amely ideális zöldségek és gyümölcsök számára. Az ideális hűtési körülményeket a többszörös légáram is támogatja.

### Philco PT 213 EMX

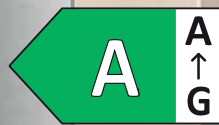
- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 170,5 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 41,5 liter**
- **Zajsztint: 41 dB**

A Philco Low Frost technológiájú hűtőszekrénye kevesebb leolvasztást igényel, így kevesebb karbantartásra is van szükség a használat során. A kényelmes használatot a belső LED világítás és a megfordítható ajtónyitás egyaránt támogatja. Az élelmiszerek elhelyezését a három polc mellett zöldség- és gyümölcsstartó rekeszek is segítik. A fagyasztórész napi kapacitása 2,6 kg élelmiszer. A hűtő jó szigetelést mutatja, hogy áramkimaradás esetén 20 órán keresztül képes megőrizni az ideális hőmérsékletet.



# Ultra halk. Ultra hatékony.

A energiasztályú kombinált  
hűtőszekrény mindössze  
29 dB zajszinttel,  
No Frost technológiával  
és 0°C frissentartó zónával.



PCDI 378 ASNX





**Samsung  
RT53DG7A14S9EO**

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 404 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 126 liter**
- **Zajsztint: 37 dB**

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 zajsztinten működő intelligens készülék okostelefonról is felügyelhető.

**Smeg  
FAB50**

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 400 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 124 liter**
- **Zajsztint: 41 dB**

A Smeg vintage stílusú hűtőszekrénye Total No Frost technológiával küszöböli ki a jegesedést. A gyümölcs- és zöldségtároló rekeszben szabályozható a páratartalom, hogy minél tovább frissek maradjanak a termékek. A hűtőtér alacsony hőmérsékletű rekesze kifejezetten alkalmas olyan fagyasztott élelmiszerek tárolására, amelyeknek lassan kell felolvadniuk. A gyorsfagyasztási funkció pedig a hosszabb tárolást szolgálja. A Multiflow hűtőrendszer a levegő folyamatos és egyenletes elosztását biztosítja.



**Tesla  
RD4650FTE**

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 364 liter**
- **Nettó fagyasztótér: 101 liter**
- **Zajsztint: 41 dB**

A Tesla Total No Frost technológiájú modelljében a hűtő- és a fagyasztórekesz külön-külön légcsatornával rendelkezik, így a szagok nem keveredhetnek a rekeszek között. A szuperhűtés funkciónak köszönhetően a betett termékek nagyon rövid idő alatt lehűlnek, hogy minél hosszabb ideig frissek maradjanak. A hűtőtérben az élelmiszerek elhelyezését a belső LED világítás is támogatja. A szuperfagyasztás funkcióval pedig az élelmiszerekben minden szükséges tápanyag megőrződik. A készülék használatát érintőkijelző könnyíti meg.

**Whirlpool  
WHD2 6472W X4E**

- **Energiaosztály: E**
- **Nettó hűtőtér: 354 liter (teljes)**
- **Nettó fagyasztótér: 123 liter (teljes)**
- **Zajsztint: 38 dB**

Az Whirlpool felülfagyasztós 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. A Total No Frost technológiának köszönhetően manuális leolvasztásra sincs szükség. A sajtartó polc tágas helyet nyújt a tejtermékeknek, emellett megakadályozza a szagok és illatok keveredését. Az integrált vízadagoló szűrő mindig tiszta, friss vizet kínál.





## Hosszabb frissesség, tudatosabb tárolás

**A tudatos élelmiszer-felhasználás és az energiatakarékos háztartási megoldások ma már egyértelmű fogyasztói trenddé váltak. A vásárlók egyre inkább olyan készülékeket keresnek, amelyek nemcsak nagy kapacitást kínálnak, hanem segítenek az élelmiszerek frissességének hosszabb megőrzésében és a pazarlás csökkentésében is. Erre az igényre reagál a Beko B3RDNE504HXB felülfagyasztós hűtőszekrény, amely modern technológiákat és praktikus funkciókat ötvöz.**

A modell nagy, 477 literes kapacitása ideális családi használatra, miközben a HarvestFresh™ technológia a természetes nappali fényt szimulálva segít megőrizni a gyümölcsök és zöldségek vitamintartalmát és frissességét. Az AeroFlow™ rendszer egyenletesebb légáramlást biztosít a hűtőtérben, csökkentve az élelmiszerek kiszáradását és a hőmérséklet-ingadozást.

A No Frost technológia megakadályozza a jégszédést, így a készülék kényelmesebb használatot

biztosít a mindennapokban. A praktikus funkciók között megtalálható a helytakarékos vízadagoló, az XXL palacktartó és a Vakáció üzemmód is, amely hosszabb távollét esetén energiatakarékos működést tesz lehetővé.

A Beko B3RDNE504HXB jól példázza azt a piaci irányt, ahol a modern dizájn, a frissességmegőrzés és az energiahatékony működés már nem különálló előnyök, hanem alapvető fogyasztói elvárások.

# PwC E-toplista 2025

A PwC Magyarország idén 11. alkalommal mutatta be E-toplista kutatását, amely átfogó képet ad a hazai online kereskedelem legfontosabb szereplőiről. A friss adatok szerint a magyar e-kereskedelmi piac 2025-ben elérte a 2100 milliárd forintos forgalmat, miközben a legnagyobb szereplők tovább növelték súlyukat a piacon.

## A 10 LEGISMERTEBB ONLINE KERESKEDŐ MAGYARORSZÁGON

SZABADSZAVAS ISMERTSÉG ALAPJÁN, A MAGYAR ONLINE VÁSÁRLÓK KÖRÉBEN

Rang	Áruház	Hátszág	Kategória	Modell
1	TEMU	Kínai	Webpláza	Nemzetközi piactér
2	Alza	Cseh	Webpláza	Magyar operációval rendelkező webáruház
3	eMag	Román	Webpláza	Magyar operációval rendelkező webáruház & piactér
4	Allegro	Lengyel	Webpláza	Nemzetközi piactér
5	Aliexpress	Kínai	Webpláza	Nemzetközi piactér
6	Notino	Cseh	Parfúm	Nemzetközi webáruház
7	Zooplus	Német	Állateledel	Nemzetközi webáruház
8	Pepita	Magyar	Webpláza	Magyar webáruház & piactér
9	Shein	Kínai	Dívat	Nemzetközi webáruház & piactér
10	Vinted	Litván	Dívat	Nemzetközi piactér

## A 15 LEGNAGYOBB FORGALMÚ MAGYARORSZÁGON MŰKÖDŐ ONLINE KERESKEDŐ

BRUTTÓ 622 MILLIÁRD FORINT ONLINE FORGALOM & 13,5 MILLIÓ DB ONLINE RENDELÉS 2025-BEN

Rang	Áruház	Tavalyi rang	Változás	Kategória	Hátszág
1	Alza	1	-	Webpláza	Cseh
2	Kifli.hu	2	-	Szupermarket	Cseh
3	MediaMarkt	3	-	Műszaki cikk	Német
4	IKEA	4	-	Lakberendezés	Svéd
5	Telekom	7	1	Műszaki cikk	Német
6	Wolt	Új		Piactér	Amerikai
7	MODIVO Platform	Új		Dívat	Lengyel
8	Tesco	5	-4	Szupermarket	Angol
9	Euronics	6	-4	Műszaki cikk	Magyar
10	Pepita	10	-1	Piactér	Magyar
11	iPon	9	-2	Műszaki cikk	Magyar
12	OTP Fizz	Új		Piactér	Magyar
13	Bestbyte	11	-2	Műszaki cikk	Magyar
14	Decathlon	12	-2	Sportszer	Francia
15	Libri-Bookline	13	-2	Könyv	Magyar

## A 17 LEGNAGYOBB FORGALMÚ 100% MAGYAR ONLINE KERESKEDŐ

BRUTTÓ 240 MILLIÁRD FORINT ONLINE FORGALOM & 6 MILLIÓ DB ONLINE RENDELÉS 2025-BEN

Rang	Áruház	Tavalyi rang	Változás	Kategória	Hátszág
1	Euronics	1	0	Műszaki cikk	Magyar
2	Pepita	2	0	Piactér	Magyar
3	iPon	3	0	Műszaki cikk	Magyar
4	OTP Fizz	15	11	Piactér	Magyar
5	Bestbyte	5	0	Műszaki cikk	Magyar
6	Libri-Bookline	6	0	Könyv	Magyar
7	BioTech USA	Új	0	Táplálékkiegészítő	Magyar
8	Praktiker	7	-1	Barkács	Magyar
9	Homelux	9	0	Lakberendezés	Magyar
10	Pelenka.hu	11	1	Babaápolás	Magyar

A rangsorok részletes elemzésével, valamint a magyar e-kereskedelmi piacot meghatározó folyamatokkal lapunk következő számában foglalkozunk bővebben.



## Hatalmas belső tér, elegáns köntösben: Bemutakozik a Whirlpool WHD2 6633 X5E

Amikor a kulináris szenvedély extra hellyel párosul. A Whirlpool legújabb, extra széles felülfagyasztós hűtőszekrénye kifejezetten azoknak a felhasználóknak készült, akik nem hajlandók kompromisszumot kötni a kapacitás terén. Ismerjen meg egy olyan készüléket, ahol az „XXL” méretet a legmodernebb technológiai finomságokkal és kifinomult dizájnnal ötvözték.

### A térkínálat bajnoka

A piacon kiemelkedőnek számító, 83,2 cm-es szélesség (187,7 x 83,2 x 76,2 cm) lenyűgöző, összesen 630 literes hasznos térfogatot eredményez. A 465 literes hűtőtér és a 165 literes fagyasztó páratlan szabadságot ad a konyhában. Ez a megnövelt dimenzió nemcsak a nagycsaládos bevásárlásokhoz ideális, hanem a magas gasztronómia szerelmeseinek is – tökéletes megoldás, ha tészták tálcsás hideg kelesztésére, vagy nagyméretű, egyben sült húsok előkészítésére van szükség. A robusztus méretet az exkluzív Pearl Steel borítás és az ajtóba simuló, érintőszenzoros külső digitális kijelző teszi kifejezetten elegánssá.

### Hosszan tartó frissesség mesterséges intelligenciával

A hatalmas belső tér stabil klímájáért a 6. Érzék Technológia felel, amely folyamatosan figyeli a belső környezetet, és azonnal reagál a hőmérséklet-ingadozásokra. Ezt egészíti ki a Multiflow rendszer, amely a polcok minden szegletébe egyenletesen juttatja el a hideg levegőt. A fagyasztótér NoFrost rendszere garantálja, hogy a leolvasztás nyűgje a múlté legyen, miközben a Dual NoFrost kialakításnak köszönhetően a hűtőtérben lévő élelmiszerek megőrzik természetes nedvességtartalmukat.

### Csendes erő és mindennapi praktikum

Bár a WHD2 6633 X5E tekintélyes méretekkel bír, a fejlett Inverter kompresszornak köszönhetően kifejezetten halkan, mindössze 37 dBA zajszinttel működik, miközben megfelel a „D” energiaosztály szigorú követelményeinek. A gyorsfagyasztás opció kiválóan alkalmas a friss alapanyagok tápanyagainak és textúrájának gyors „lezárására”. Az összképet az energiatakarékos, ragyogó LED világítás, a nyitott ajtóra figyelmeztető hangjelzés és a megfordítható ajtónyitás teszi teljessé, maximális rugalmasságot biztosítva a konyhai elrendezésben.

### Összegzés

A Whirlpool WHD2 6633 X5E az ideális választás mind azok számára, akik a professzionális szintű kapacitást elegáns, modern formában szeretnék az otthonukba integrálni, élvezve a legfejlettebb hűtéstechnológia minden előnyét.



**Whirlpool**



## Miele újdonságok testközelből

A Miele budapesti Újdonságok Napján két olyan fejlesztési irány került középpontba, amely jól mutatja, merre tart a prémium háztartási gépek piaca. A Miele Experience Center Bem Centerben tartott rendezvényen a márka egyrészt a padlóápolás új generációját, a Triflex HX3 porszívócsaládot mutatta be, másrészt a főzés jövőjét képviselő KM 8000 indukciós főzőlapokat és az ezekkel együttműködő M Sense edényeket. Az esemény nem egyszerű termékprezentáció volt, hanem élő bemutató, ahol a készülékek működés közben is megmutatták, milyen pluszt adhat a technológia a mindennapi otthoni feladatokhoz.

A Triflex HX3 a Miele vezeték nélküli porszívója, amely a korábbi modellek rugalmasságát fejleszti tovább. A készülékcsalád négy változatban jelenik meg, alapmodellként, Cat and Dog kivitelben, Plus verzióban és Plus Aqua változatban. A konstrukció egyik lényege, hogy a motor helyzete az adott feladathoz igazítható. Alsó motorállással stabilabb és kényelmesebb a nagyobb felületek tisztítása, felső motorállással pedig a bútorok alatti vagy magasabban lévő részek érhetők el könnyebben. A PowerUnit levehető, így a készülék morzsaporszívóként vagy autó takarításához is használható.

A porszívócsalád legfontosabb újdonsága a vizes tisztítás megjelenése. Az Aqua Twister Pro szívófejjel a Triflex HX3 kemény padlókon nemcsak porszívózásra, hanem nedves tisztításra is alkalmas. A fej alján két forgó tisztítópárna dolgozik, a vízmennyiség több fokozatban szabályozható, a rendszerhez pedig a Miele saját tisztítószer is kínál. A mosható tisztítópárnák és a 360 fokos fénysáv a használá-

tot teszik egyszerűbbé, a készülék pedig egyetlen megoldásban egyesíti a porszívózást és a vizes padló tisztítást.

A rendezvény másik főszereplője a KM 8000 indukciós főzőlapokból és az M Sense edényekből álló főzőrendszer volt. Az M Sense edényekbe épített hőmérséklet-érzékelők kommunikálnak a főzőlappal, amely ennek alapján automatikusan szabályozza a teljesítményt. A cél, hogy a főzés pontosabb, kényelmesebb és biztonságosabb legyen, miközben kevesebb folyamatos figyelmet igényel a felhasználótól.

A rendszer leglátványosabb ígérete, hogy segít megelőzni a hétköznapi főzési hibákat, például a kifutást vagy az odaégést. A felhasználó kiválasztja a megfelelő programot, a főzőlap pedig az edényből érkező adatok alapján igazítja a hőleadást. Ez különösen olyan helyzetekben lehet hasznos, amikor a főzési folyamat pontos hőmérsékletet vagy egyenletes szabályozást igényel.

A KM 8000 sorozatnál a funkcionalitás mellett a dizájn is fontos szerepet

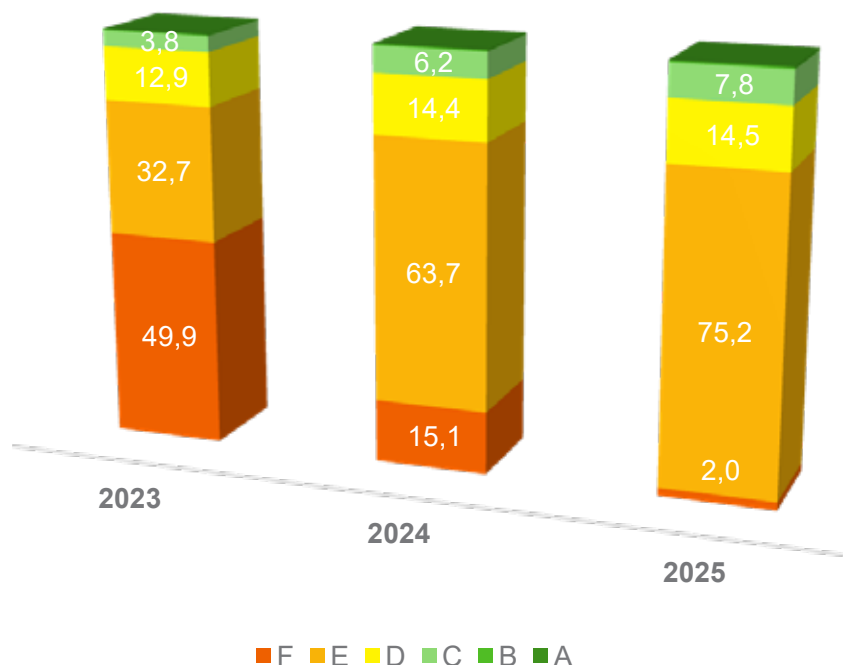
kapott. A főzőlapok letisztult megjelenése a nyitott konyhák világához igazodik, a választék pedig több méretben és kivitelben érhető el. A kompatibilis modellek az M Sense edényekkel együtt használhatók, emellett a Miele hálózatba kapcsolt konyhai megoldásai, például az elszívó automatikus vezérlése is tovább erősítik a rendszerben gondolkodó koncepciót.

A budapesti bemutató alapján a Miele újdonságai ugyanabba az irányba mutatnak. A prémium kategóriában ma már nem önmagában a teljesítmény vagy a tartós kivitel jelenti a fő különbséget, hanem az, hogy a készülék mennyire tudja egyszerűbbé, kényelmesebbé és kiszámíthatóbbá tenni a mindennapi rutint. A Triflex HX3 a rugalmas takarítást és a vizes tisztítást kapcsolja össze, míg a KM 8000 és az M Sense rendszer a főzés automatizálásában és kontrollálhatóságában kínál új megközelítést. Mindkét fejlesztés azt jelzi, hogy a Miele a háztartási gépekre egyre inkább intelligens otthoni rendszerek részeként tekint.

## Lassú növekedés árcsökkenéssel – az akciók mozgatják a hűtőpiacot

A hazai hűtőszekrény piac 2025-ben mérsékelt, de stabil növekedési pályára állt, immár a második egymást követő évben. A 2023-as jelentős visszaesés után a kereslet fokozatosan élénkült, ugyanakkor a piac még mindig számottevően elmaradt a 2021–2022-es kiugró volumeneket hozó időszaktól.

### Energiaosztályok súlyának változása (darab%)



Míg korábban azt láttuk, hogy az értékbeli növekedés meghaladta a volumenbelit, addig a 2025-ös évben ez visszajára fordult, és a darabszám növekedés lett magasabb. Ezzel együtt az átlagárak csökkenését tapasztaltuk, ami részben a promócióvezérelt környezet hatása. Az akciók szerepe erősödött, ami lefelé húzta az árakat, miközben élénkítette a keresletet. A teljes piac átlagára jelenleg mintegy 167.000 Ft körül alakul, ami jól tükrözi az árérzékeny fogyasztói magatartást és a kereskedők közötti intenzív versenyt továbbra is.

A keresleti struktúra látványos átalakuláson ment keresztül. A legnagyobb kategória, az alulfagyasztós no-frostos hűtők és a jelenleg még legkisebb, de legdinamikusabban fejlődő multidoor szegmens hozott kiemelkedő eredményeket. Mindkettőben erőteljes promóciós aktivitás volt jellemző: 2025-ben az alulfagyasztós modellek átlagára mintegy 4%-kal, míg a multidoor készülékeké közel 10%-kal csökkent, és a 2026-os év első hónapjai további ármérséklődési trendet mutatnak.

A terméktulajdonságok közül egyértelműen az energiahatékonyság az egyik legfontosabb szempont a választás során. A piaci kínálat gyorsan igazodott ehhez: 2025-re eltűntek az F energiaosztályú készülékek (a szabályozásoknak megfelelően), a forgalom mintegy háromnegyedét az E besorolású modellek adták. Emellett enyhe elmozdulás volt látható a magasabb energiaosztályok irányába: a C és D kategória részesedése lassan növekedett, ugyanakkor az A és B osztályú készülékek még mindig marginális szerepet tölthetnek be a magyar piacon, elsősorban magasabb árak miatt.

Összességében a hazai hűtőgép piac jelenleg egy stabil, de továbbra is erőteljes árverseny által meghatározott környezetben működik, ahol a növekedést a volumenbővülés és főként az akciók hajtják. A fogyasztói döntések egyre tudatosabbakká válnak, ami hosszabb távon a magasabb hozzáadott értékű, modernebb készülékek irányába terelhetik a piacot.

NIQ

GfK  
Growth  
from  
Knowledge





az adott modellet. A vásárló azt is nézi, mennyire egyszerű a keresés, mennyire átlátható a készlet, mennyi idő alatt érkezik meg a termék, milyen fizetési módok érhetőek el, mennyire megbízható a kereskedő, és milyen könnyen kezelhető a reklamáció vagy a visszaküldés. Az online verseny ezért fokozatosan szolgáltatási versennyé válik.

A PwC kutatása szerint a hazai webshopok által érzékelt legnagyobb piaci kockázatok között a vásárlóerő csökkenése áll az első helyen 82 százalékkal. Ezt követi a reklámköltségek emelkedése 74 százalékkal, majd a külföldi, főként kínai e-kereskedők erősödése 62 százalékkal és a beszerzési költségek növekedése 53 százalékkal. Vagyis a hazai szereplők egyszerre vannak keresleti, költségoldali és versenyoldali nyomás alatt. A fogyasztó árérzékenyebb, miközben egyre drágább elérni és kiszolgálni, ráadásul egyre több alternatíva közül választhat.

A belső növekedési korlátok még pontosabban megmutatják, hol szorul a rendszer. A cégek 60 százaléka az új vevők megszerzését tartja az egyik legfontosabb akadálnak, 47 százalék a vásárlási gyakoriság növelését, 40 százalék a marketingkihívásokat, 37 százalék pedig a versenyképes árazás meghatározását emelte ki. Ez azt jelzi, hogy az e-kereskedelemben már nem elég jelen lenni. A forgalomnöveléshez egyre pontosabb adatkezelés, jobb ügyfélismeret, hatékonyabb kommunikáció és erősebb lojalitási logika kell.

A régiós összevetés alapján Magyarország egyszerre van kedvező és nehéz helyzetben. A PwC adatai szerint az egy főre jutó online költés Magyarországon 440 euró, míg Csehországban 959 euró,

Lengyelországban pedig 1282 euró. Ez azt jelenti, hogy a magyar piacban még van növekedési tartalék. Ugyanakkor a verseny már most olyan szereplők között zajlik, amelyek nem feltétlenül magyar logika szerint működnek, és méretükből, technológiai hátterükből vagy platformerejükben adódóan más költség- és árstruktúrával dolgoznak.

Ez a kettősség határozhatja meg a következő éveket. Magyarország nem tekinthető teljesen érett e-kereskedelmi piacnak, de már érett piacokra jellemző versenyhelyzetben működik. A fogyasztó egyre tudatosabb, az árérzékenység továbbra is erős, a külföldi kínálat könnyen elérhető, a logisztikai elvárások emelkednek, és a tartalom szerepe is nő. A vásárlás előtti információkeresésben a közösségi média 46 százalékkal, a kedvenc webshopok kínálata 34 százalékkal, a videós bemutatók és vélemények 32 százalékkal szerepelnek. Az AI-megoldások aránya már 10 százalék, ami azt mutatja, hogy a vásárlói döntési út újabb szereplőkkel bővül.

A fizetési szokások változása szintén a piac éretté válását mutatja. Magyarországon hosszú ideig az utánvétel dominált, de a PwC adatai szerint az előre fizetett rendelések aránya 2015-ben még csak 20 százalék volt, 2025 első három negyedévére viszont már 46,8 százalékra emelkedett. Ez részben bizalmi kérdés, részben környelmi, részben pedig a külföldi platformok szemléletformáló hatásának következménye. Ha a vásárló egyre természetesebbnek tartja az előre fizetést, az a logisztikára, a visszáru kezelésére és a kereskedők pénzáramlására is hatással lehet.

A logisztikai oldalon hasonló átalakulás látható. A PwC TOP1600-as összeállítás

szerint a magyar online boltok 75 százaléka kínál csomagautomatás átvételt, 73 százaléka csomagpontos átvételt, miközben a házhoz szállítás gyakorlatilag alapelvárás. Ez azt jelenti, hogy a szállítás már nem háttérfolyamat, hanem versenytényező. A gyors, kényelmes és kiszámítható átvétel sok esetben ugyanúgy része a termék értékének, mint maga az ár vagy a márka.

A cseh és a magyar adatok együtt ezért nem egyszerűen két piac állapotát mutatják meg, hanem egy irányt. Csehországban már jól látszik, hova vezethet a koncentráció, a nagy platformok erősödése és a helyi bajnokok dominanciája. Magyarországon a piac még kisebb egy főre vetítve, de a globális és regionális hatások már ugyanúgy jelen vannak. A hazai kereskedők számára ez nem feltétlenül reménytelen helyzet, de másfajta gondolkodást igényel.

A következő időszak nyertesei nem azok lesznek, akik egyszerűen több terméket töltenek fel a webáruházukba. Sokkal inkább azok, akik jobban értik, miért vásárol a vevő, milyen pontokon bizonytalanodik el, mikor tér vissza, mire reagál, és milyen szolgáltatás mellett hajlandó hűségesebb maradni. Az e-kereskedelem következő szakasza ezért nem csak az árversenyről, a forgalomról és a piacterekről szól. Legalább ennyire szól az ügyfélértékről, az adatról, a bizalomról, a logisztikáról és a vásárlói élményről.

A piac tehát továbbra is nőhet, de a lényeg már nem pusztán a növekedés. A verseny szerkezete változott meg. Aki ezt időben felismeri, annak még van mozgásteret. Aki viszont továbbra is csak webáruházként gondol az online jelenlétre, könnyen olyan pályán találhatja magát, ahol a tempót már mások diktálják.



# TISZTA LEVEGŐ, EGÉSZSÉGESEBB MINDENNAPOK

A légtisztítók egyre népszerűbbek mind otthoni, mind irodai környezetben. Céljuk, hogy javítsák a beltéri levegő minőségét. Képesek kiszűrni a levegőben található szennyeződések, például a port, polleneket, állatszört, penészpórákat, valamint bizonyos modellek a baktériumok, vírusok és a kellemetlen szagok ellen is hatékony védelmet nyújtanak. Emiatt különösen hasznosak lehetnek allergiások, kisgyermekes családok vagy nagyvárosi környezetben élők számára. Egy mai készülék általában már többszűrős rendszert használ, de az UV-fertőtlenítő vagy ionizációs technológia sem ritka. Az okosfunkciók megjelenésével pedig számos készülék már mobilalkalmazással is vezérelhető, valós időben méri a levegő minőségét, és folyamatosan szabályozza saját működését. Emellett a gyártók a csendes működésre is nagy hangsúlyt fektetnek, hogy a légtisztítók észrevétlenül tegyék a dolgukat.



**Bosch**  
**Air 4000i**

Előszűrő, aktívszén és a HEPA szűrőréteg hatékonyan távolítja el a szennyeződések és a káros részecskéket az adott helyiség levegőjéből. Automatikus üzemmódban a légtisztító teljesítménye folyamatosan alkalmazkodik a szoba méretéhez és a levegő minőségéhez. A modell 300 m<sup>3</sup>/óra levegőszállítási teljesítményre képes, működése pedig három szinten szabályozható. A készülékházon egy fénygyűrű található, melynek színe jelzi az aktuális levegőminőséget. A Bosch HomeCom Easy applikáció segítségével a modellt távolról is vezérelhető.



**Dreame**  
**AP10**

A Dreame intelligens légtisztítóját kifejezetten állattartók és allergénekre érzékeny személyek számára fejlesztették. A modell négy különböző módot kínál a levegő tisztítására: automatikus, háziállat, turbó és alvó. A levegő minőségét egy LED csík is mutatja a készüléken. Az öt fokozatú szűrőrendszer tartalmaz egy előszűrőt, egy nagy hatékonyságú szűrőréteget, egy dupla aktívszénes szűrőt, UVC sugárzást, valamint negatív ion-klasztert. Az okostelefonról is vezérelhető készülék az állattartókra fókuszálva harapásgátló tápkábelt és billenésgátló kialakítást kapott.

**SENCOR**

**Az ideális  
hőmérséklet  
egy gombnyomásra.  
Mobilklíma.**





## Electrolux EPO60571UG

Egy 108 m<sup>2</sup>-es helyiség levegőjét alig 4 perc alatt tisztítja meg az Electrolux légtisztítója. Az AirSurround rendszer olyan erőteljes, mégis egyenletes spirális mozgást alakít ki a beltéri levegőben, mely hatékonyan keringeti és tisztítja a levegőt. Lézeres érzékelők figyelik a részecskéket (PM), és értékelik a levegő minőségét, amit a LED kijelző is mutat. Smart üzemmódban a beállítások automatikusan alkalmazkodnak a környezethez. A baktériumok 99,99%-át, a vírusoknak pedig a 98%-át pusztítja el a modell.



## Rowenta PU4010F0

A Rowenta nagy hatékonyságú és extrém csendes működésű légtisztítója beltérben kiszűri a szennyeződések akár 99,97%-át, köszönhetően a négy szintű szűrési rendszernek. A szabadalmaztatott NanoCaptur technológia véglegesen eltávolítja a légtérből a formaldehidet, amellyel biztonságos és egészséges környezetet biztosít. A hatékonyságot a 170 m<sup>3</sup>/óra légáramlási teljesítmény biztosítja, amely négy szinten szabályozható. Az 5,7 kg súlyú készülék időzítve is használható.



## Dyson HushJet Purifier Compact HJ10

A Dyson légtisztítója folyamatosan elemzi a levegőt, és másodpercenként összehasonlítja az adatokat a pontos kiértékelés, adatmegjelenítés és reagálás érdekében. A magas hatékonyságot a szén-, elektrosztatikus és formaldehid szűrő kombinációja biztosítja, maximális teljesítménye 250 m<sup>3</sup>/h. A zárt rendszer semmit sem enged vissza a levegőbe. A modell a repülőgépipar zajcsökkentő technológiáját alkalmazza, így működési zajszintje mindössze 24 dB. A légtisztító hanggal és alkalmazáson keresztül is vezérelhető.



## Xiaomi Mijia Smart Air Purifier Max BHR08XEEU

A Mijia Smart Air Purifier Max kettős ventilátora és szűrőrendszere hatékony légáramlást biztosít és gyorsan frissíti fel a légtérrel. A négylépcsős szűrés a szén-szűrővel kombinálva minden káros anyagot és szagot eltüntet az adott helyiség légtérből. A beépített kettős UVC modul valós idejű ultraibolya fertőtlenítést végez, így a légtisztító hatékonyan semlegesíti a kórokozókat is. A Xiaomi Home alkalmazással a modell távolról is vezérelhető, illetve ellenőrizhető az otthoni levegő minősége.

# Tefal®

## FREEZI FAGYLALKÉSZÍTŐ

### Házi fagyalt 30 perc alatt, az egész családnak

#### EGYSZERŰ ÉS INTUITÍV

Automatikus programok és receptek a MyTefal applikációban

#### HŰSÍTŐ ÉDESSÉGEK PILLANATOK ALATT

XL fagyasztóhengerrel

JEGES  
FINOMSÁGOK  
akár  
20 perc alatt

#### KORLÁTLAN LEHETŐSÉGEK

16 az 1-ben fagyalt- és jégkásakészítő gép



x8



x5

#### CSALÁDI KAPACITÁS

Akár 1 liter fagyalt vagy 1,4 l jeges ital készítése egyszerűen

#### CSENDES

A Tefal legcsendesebb fagyaltkészítő gépe

## Philips AC4221/11



A két ventilátoros légtisztító 4 rétegű HEPA szűrővel rendelkezik, amely csapdába ejti a nem kívánatos részecskéket 99,97 százalékát, kiszűri a porból, pollenekből és háziállatoktól származó allergéneket. Az AeraSense technológia másodpercenként ezerszer pásztázza végig a légtérrel szennyező anyagok után kutatva, mindezt mindössze 15 dB zajkibocsátás mellett. Az Air+ alkalmazással távolról is irányítható a modell, emellett Google vagy Alexa asszisztenssel is vezérelhető.

## Sencor SHA 6400WH-EUE3



A Sencor légtisztítója négy fokozatú szűrési rendszerrel biztosítja a levegő hatékony tisztítását. A bemeneti szűrő felfogja a durva szennyeződések és az allergén anyagokat, a szén-szűrő elnyeli a formaldehideket, a benzolt és az egyéb káros anyagokat. Emellett a HEPA filter a különböző baktériumokkal bánik el, míg az UV-C sugárzás megöli a vírusokat és a penészgombákat. A tisztítási sebesség három fokozatban állítható, a használat pedig időzítve is lehetséges. Ajánlott helyiségméret: 40 m<sup>2</sup>.

## Shark HP300EU Never Change



Elsősorban nagyobb, akár 130 négyzetméteres helyiségekbe is ajánlott a Shark légtisztítója, amely figyeli a levegő minőségét és automatikusan reagál a szennyeződésekre. Megakadályozza a haj, por vagy korpaszemcsék felhalmozódását, emellett pedig illatosítja is a környezetét. A Clean Sense IQ™ folyamatosan figyeli a levegő minőségét, és automatikusan beállítja a teljesítményt, ami a LED kijelzőn is ellenőrizhető. Az ultra-csendes működés és a szabályozható fények gondoskodnak a zavartalan éjszakai pihenésről.

## MOVA P10



A MOVA légtisztítóját elsősorban háziállatokkal rendelkező otthonok számára tervezték. A készülék kettős szűrőrendszert használ, amely egyszerre távolítja el a háziállatok szőrét, az allergéneket, a finom részecskéket és a kellemetlen szagokat. Az alsó bemenet 360°-os módban működik, és intenzív légáramot hoz létre a padló szintjén, pontosan ott, ahol a háziállatok a legtöbb időt töltik. Ez biztosítja, hogy a lehullott szőr és az allergének gyorsan befogásra kerüljenek. Az Active Mineral technológia nem elfedi a szagokat, hanem molekuláris szinten bontja le őket.

Márka	Modell	Max. m <sup>2</sup>	Szűrési szintek száma	HEPA	Állítható teljesítmény	Illatosító	Kijelző
Bosch	Air 4000i	62,5	3	igen	3	nem	nem
Dreame	AP10	55	5	igen	5	nem	igen
Dyson	HushJet Purifier Compact HJ10	100	4	igen	4	nem	igen
Electrolux	EP060571UG	108	5	igen	9	nem	igen
MOVA	P10	50	2	igen	3	nem	nem
Philips	AC4221/11	156	4	igen	5	nem	igen
Rowenta	PU4010F0	35	4	igen	4	nem	nem
Sencor	SHA 6400WH-EUE3	40	4	igen	3	nem	igen
Shark	HP300EU Never Change	130	4	igen	automatikus	igen	igen
Xiaomi	BHR08XEEU	108	4	nem	3	nem	igen

sodastream®

# patroncsere nyereményjáték



Cseréld a SodaStream CO<sub>2</sub> patronokat hivatalos partnereknél, regisztrálj és **nyerj!**

**Nyeremények összesen 3.200.000 Ft értékben!**

**2 fődíj:**

**1.000.000 Ft és Mallorcai utazás**



**továbbá havonta:**

**értékes tárgynyeremények**



A promóció és a jelentkezési időszak: **2026.06.01. – 2026.12.31.** A részletek és a játékszabályzat a [patroncsere.hu](https://patroncsere.hu) oldalon érhető el.

Nézd meg, hol cserélheted ki a patronodat:

<https://patroncsere.hu/lelohelyek>



Dr. Márton András

## A jövő kutatás nem jóslás, hanem felkészülés

A jövő kutatásról sokan még mindig valamiféle jóslásra asszociálnak, pedig a terület ma már sokkal inkább a lehetséges jövőváltozatok feltárásáról, a gyenge jelek felismeréséről és a felkészülésről szól. Dr. Márton Andrással, jövőkutatóval, a Budapesti Corvinus Egyetem egyetemi adjunktusával arról beszélgettünk, hogyan használható ez a szemlélet a műszaki cikkek piacán, milyen szerepe lehet a mesterséges intelligenciának, a big datának és a személyre szabásnak, valamint hogyan változhat a fogyasztók viszonya a tulajdonláshoz, a fenntarthatósághoz, a márkákhoz és a technológiai innovációkhoz.

**Sokan a jövő kutatást még mindig valamiféle jóslásként képzelik el. Mivel foglalkozik valójában ez a terület, és milyen időtávra lehet egyáltalán előretekinteni?**

A magyar nyelvben és a tudományos közegben is jövőkutatásként maradt meg ennek a területnek az elnevezése, de angol nyelvterületen már inkább a futures studies, vagyis a jövő tanulmányozása kifejezést használják. Ez szerintem jobban megmutatja, miről van szó. A jövőkutató feladata ugyanis nem az, hogy megmondja a jövőt. Természetesen vannak matematikai, statisztikai előrejelzések, trendvizsgálatok, és ezek a módszerek ma is fontosak. De

egy jövőkutatási projekt célja nem az, hogy egyetlen biztos jövőképet adjon, hanem az, hogy feltárja a lehetséges változások jeleit, az előjeleket, a folytatódó tendenciákat, illetve az esetleges trendfordulókat. Az utóbbi időben különösen felértékelődött az is, hogy a jövő feltárásába és formálásába szélesebb körű érintettek vonjunk be. Ez jelenthet szakértőket, döntéshozókat, vállalati szereplőket, de akár átlagembereket is. A jövőkutatás ebben az értelemben közös gondolkodás is arról, hogy milyen jövőket tartunk kívánatosnak, elfogadhatónak vagy éppen elkerülendőnek. Az, hogy milyen időtávra lehet előretekinteni,

mindig a kérdéstől és a módszertől függ. Sok jövőkutatási projektben a legalább öt-tíz éves időtáv jellemző. Ez már túlmutat a legtöbb vállalati stratégiai tervezésen, hiszen a cégek sokszor nem ilyen hosszú távra gondolkodnak, különösen nem részletes akciótervekben. Ennél messzebbre is lehet tekinteni, de minél távolabbi jövőről beszélünk, annál bizonytalanabbá válnak a tényezők. Egy ponton túl már nem lehet kellően nagy biztonsággal vagy pontossággal előre jelezni, mi fog történni. Ilyenkor inkább forgatókönyvekben érdemes gondolkodni.

**A mai bizonytalan világ mennyiben változtatta meg a jövő kutatás szerepét?**

Nagyon jelentősen. A jövőkutatás a 20. század második felében erősödött meg, Magyarországon pedig idén éppen ötven éve alakult meg az akadémiai jövőkutatás. Akkoriban a gazdasági és társadalmi környezet sok szempontból stabilabb, kiszámíthatóbb volt. Ilyen környezetben a klasszikus matematikai-statisztikai modellezések, prognózisok és predikciók viszonylag jól működtek. Azóta azonban felgyorsultak a változások. A globalizáció, a technológiai fejlődés, a társadalmi és gazdasági bizonytalanság mind megnehezítette a pontos, kvantitatív előrejelzéseket. Ezek ma is fontosak, különösen az üzleti életben, ahol gyártási, technológiai, befektetési döntések alapulhatnak rajtuk. A jövőkutatásban ugyanakkor felértékelődtek a kvalitatív, foresight típusú előretekintési módszerek. A szakma korábban szembesült azzal, hogy a nagy távlatú előrejelzések közül sok nem valósult meg, vagy nem úgy következett be, ahogy azt várták. Ez bizalmi válságot is okozott. Erre válaszul a jövőkutatás szerepe átalakult. Ma sokkal inkább a jövő tanulmányozásáról, közös feltárásáról és több lehetséges jövőváltozat megértéséről szól.

**Egy műszaki piaci szereplő, például gyártó, forgalmazó vagy kereskedő mire használhatja a jövő kutatást?**

Az egyik irány nagyon hasonlít a piackutatáson alapuló előrejelzéshez. Meg lehet vizsgálni, milyen jelenlegi tendenciák láthatók a piacvezetőknél, az innovátoroknál, milyen kereslet mutatkozik bizonyos

”

A jövőkutató feladata nem az, hogy megmondja a jövőt, hanem hogy segítsen felismerni a lehetséges változásokat, a trendfordulókat és azokat a jövőváltoztatásokat, amelyekre érdemes felkészülni.

”

megoldásokra, és ezekből milyen rövid vagy középtávú jövőváltozatok következhetnek. Ilyenkor fókuszcsoporthoz, felmérések, interjúk is segíthetnek. A másik irány akkor válik fontossá, amikor hosszabb, öt-tíz vagy akár tizenöt-húsz éves időtávban gondolkodunk. Ilyenkor már nemcsak az számít, hogy most mire van kereslet, hanem az is, hogy a fogyasztók milyen jövőt képzelnek el maguknak. Mit szeretnének, mit nem szeretnének, és mivel tudnának együtt élni. A műszaki cikkek piacán ez különösen fontos lehet. Ha valaki húsz évre előre gondolkodik, akkor nemcsak a mai vásárlókat kell vizsgálnia, hanem a mai fiatalokat is, akik később ezeknek a termékeknek a fő fogyasztói és vásárlói lesznek.

#### **Az innovációt inkább a vállalatok viszik előre, vagy a fogyasztói igények kényszerítik ki?**

Mindkettő fontos. A nagyvállalatoknak jelentős szerepük van abban, hogy milyen irányba innoválnak, milyen technológiai újításokat építenek be az eszközökbe, és merre próbálják edukálni a fogyasztókat. A háztartási gépek piacán például folyamatos az igény alapvető eszközökre, hűtőre, mosógépre, mosogatógépre, ezért a gyártóknak van mozgásterük abban, hogy ezek fejlesztését milyen irányba viszik tovább. Ugyanakkor a fogyasztói oldal sem hagyható figyelmen kívül. A fiatalabb generációknál láthatóan erősödik a felelősségtudat, a fenntarthatóság iránti érzékenység, még ha ez nem is mindig akadémiai értelemben vett fenntarthatóság. Sokszor nagyon gyakorlati, hétköznapi szempontokról van szó. Mennyi energiát fogyaszt az eszköz, mennyire egészséges a használata, mennyire szolgálja a saját életüket, környezetüket, közösségüket. Ezek az igények egyre nagyobb fogyasztói tömeget jelentenek, ezért a vállalatok számára hátrányt jelenthet, ha nem veszik őket figyelembe.

#### **Az ár, a márka, a minőség, a fenntarthatóság és a digitális megoldások közül mi lesz fontos a következő években?**

Az ár meghatározó volt, most is az, és várhatóan az is marad. Magyarországon mindenképpen, de ez általánosságban a világ nagy részére is igaz. Különösen a nagy értékű háztartási eszközöknél nagyon fontos, hogy mennyibe kerül a termék. A kérdés inkább az, hogy az ár mellett milyen más szempontok jelennek meg. Ilyen lehet a biztonságos használat, a fenntarthatóság, a dizájn, a digitális funkciók, a minőség vagy az energiahatékonyság. A fiatalabb generációknál bizonyos kutatások szerint a márkahűség kevésbé erős, mint az idősebbeknél. Ők sokszor inkább közvetlen tapasztalatokra, influencerekre, véleményvezérekre hallgatnak. Ha ezek meggyőzik őket, a márka másodlagos szemponttá válhat. Ez nem jelenti azt, hogy a minőség ne lenne fontos. Egy nagy értékű terméknel természetesen a fiatal fogyasztó is megfontolja, mire költ. Ugyanakkor ott vannak az olcsó tömegtermékeket kínáló online piacok is, ahol az ár szinte mindent felülír. Ez gazdasági és környezeti szempontból sem feltétlenül fenntartható irány.

#### **A fiatalabb generációk kapcsán gyakran felmerül, hogy másként viszonyulnak a tulajdonlathoz. A háztartási gépek és műszaki cikkek piacán mennyire lehet reális irány a használat alapú vagy megosztás alapú modell?**

Bizonyos területeken igen, de ez összetett kérdés. A megosztás alapú gazdaság fenntarthatóbb üzleti modell lehet, mint a hagyományos tulajdonlásra épülő modell. Magyarországon talán nem minden termék vagy szolgáltatás esetében erre a legfogékonyabb a piac, de vannak működő példák. Ilyenek a közösségi mosodák, az autómegosztás, a kerékpár- és roller megosztás, vagy bizonyos értelemben a lakáskiadás is. Fenntarthatósági és gazdasági szempontból sok esetben logikus, hogy ne vásároljunk meg egy eszközt, amelyet évente csak néhány napig használunk. Például egy nagyobb kerti gépet, földmunkagépet vagy utánfutót sokkal racionálisabb lehet bérelni. A fiatalok költség, kényelem és

fenntarthatóság szempontjából is nyitottabbak ezekre a modellekre. Ugyanakkor nem biztos, hogy tíz év múlva ugyanúgy fognak viselkedni, mint most. Amikor családot alapítanak, munkájuk, gyermekeik, kötöttebb napirendjük lesz, már másképp viszonyulhatnak például a közösségi mosodához. Egy egyetemista könnyebben mondja azt, hogy majd délután lemegy mosni, de egy családos embernél ez már kevésbé kényelmes.

#### **A fogyasztók inkább meg akarják tanulni a gépeket, vagy azt várják, hogy a gépek tanulják meg őket?**

Egyre inkább az utóbbi irány látszik. Sok technológia ma már úgy épül be a mindennapi használatba, hogy a fogyasztó nem is feltétlenül érzékeli külön, mi működik mögötte. A keresőkben például egyre inkább megjelenik a mesterséges intelligencia, és egy idő után már nem is biztos, hogy választható lesz, használjuk-e vagy sem. Egyszerűen a rendszer részévé válik. Ez részben vállalati nyomás is. A fogyasztó sokszor rákényszerül egy technológia használatára, mert az beépül az adott szolgáltatásba. Ugyanakkor van egy erős technológiai optimizmus is.

Az emberek általában pozitív képzettséggel viszonyulnak azokhoz a technológiákhoz, amelyek megkönnyítik az életüket, javítják a kényelmet, vagy akár valós, akár vélt fenntarthatósági előnyt kínálnak. A mesterséges intelligenciától sokan tartanak, de egyelőre erősebbnek tűnik az optimizmus az általa kínált lehetőségekkel kapcsolatban, mint a félelem a kockázatoktól.

#### **Hogyan változhat meg a kereskedelem, ha a vállalatok egyre pontosabb képet kapnak a fogyasztóról?**

A kereskedelem valószínűleg egyre inkább a személyre szabás irányába mozdul. Más területeken, például az egészségügyben is látható ez a gondolkodás. Ott a személyre szabott orvoslás azt jelenti, hogy nem tömegellátásban gondolkodunk, hanem az adott páciens egyedi profiljához illeszkedő



optimális megoldásban. A kiskereskedelem hasonló irány figyelhető meg, különösen a Z generáció kapcsán. Számukra fontos lett a párbeszéd, az interaktív fogyasztási élmény, a visszajelzés lehetősége, és az, hogy a vállalat reagáljon ezekre a visszajelzésekre. Emellett azt is elvárják, hogy a termék vagy szolgáltatás minél inkább személyre szabott legyen. A tömeges személyre szabás nem új gondolat. Autóknál például régóta meg lehet választani bizonyos elemeket, színt, felszereltséget, szolgáltatásokat. A jövőben ez a logika tovább mélyülhet és finomodhat. Egyre több fogyasztó várhatja el, hogy beleszólhasson az élménybe, visszajelzést adhasson, és hogy a vállalat ezt figyelembe is vegye. Emiatt a kiskereskedelem is változni fog.

### A kínai gyártók gyors innovációja hogyan értelmezhető jövőkutatói szemmel?

Erre már most is vannak válaszreakciók, és várhatóan a jövőben is alakítani fogja az európai, amerikai és más nagy piacok működését. Kína nagyon erősen jelen van a globális innovációs versenyben, de fontos látni, hogy nem klasszikus versenygazdasági modellben működik. Ennek sok következménye van, például az, hogy gyorsan, olcsón és nagy volumenben tudnak innoválni. Ugyanakkor ez nem feltétlenül fenntartható rendszer. A történelem alapján az ilyen intenzív növekedési ütemeket hosszú távon nagyon nehéz fenntartani. Az már most látszik, hogy többpólusú

világ gazdaság alakul ki, de nem valószínű, hogy egyetlen szereplő ugyanúgy leuralja a világot, ahogy korábban bizonyos területeken az Egyesült Államok tette. A kínai technológiákkal kapcsolatban a kibert biztonsági kockázat is fontos szempont. Ez nemcsak döntéshozói vagy szakértői szinten jelenik meg, hanem az átlagemberek gondolkodásában is. Egy robotpor-szívó, egy okos hűtő vagy más hálózatba kötött eszköz adatokat gyűjthet a használatról, az otthoni környezetről, és felmerülhet a kérdés, ki fér ezekhez hozzá. Ez a bizalom kérdését is erősen érinti.

### Mitől lesz prémium egy háztartási gép vagy műszaki termék a jövőben?

A prémium fogalma várhatóan átalakul. Korábban erősen kötődött a márkanévhez, az anyaghasználathoz, a megbízhatósághoz és a szolgáltatáshoz. Ezek nem tűnnek el, de a személyre szabás egyre fontosabb lehet. A prémium részben azt jelentheti, hogy a termék mennyire képes pontosan kiszolgálni az adott fogyasztó egyedi igényeit. Ha a személyre szabás általánossá válik, akkor önmagában már nem lesz prémiumkritérium. A fenntarthatóságról is hasonlóan érdemes gondolkodni. Jó lenne, ha nem azért lenne valami prémium, mert fenntartható, hanem ez alapkövetelményként jelenne meg. A márka szerepe ugyanakkor nem fog eltűnni. Lehet, hogy a fiatalabb generációkat kevésbé érdekli egy tradicionális márkanév pusztán a múltja miatt, de a márka

közösséghez tartozást, életérzést, identitást is jelenthet. Egy autómárka, egy motoros közösség vagy akár egy prémium banki szolgáltatás is ilyen hovatartozást fejezhet ki. A márkahűség tehát nem feltétlenül eltűnik, inkább átalakul. Más szempontok alapján alakulhat ki, mint korábban.

### Ha egy magyarországi gyártónak, forgalmazónak vagy kereskedőnek kellene tanácsot adni a következő öt-tíz évre, mi lenne az?

Az előrettekintési képességet fejleszteném és használnám. A stratégiai foresight, vagyis a stratégiai előrettekintés nem új dolog, de ma egyre fontosabbá válik. A gyors változások, a válságok, az új generációk igényei, a technológiai fejlődés és a szabályozási környezet miatt a vállalatoknak tudatosabban kell foglalkozniuk azzal, milyen jövőkre készülnek. Érdemes vizsgálni, milyen a szervezet foresight érettsége. Mennyire képes feldolgozni a gyenge jeleket, a trendeket, mennyire hajlandó változtatni, ha változtatni kell, hogyan reagál az új fogyasztói igényekre, és képes-e versenylőnyt építeni abból, hogy korábban felismer bizonyos változásokat. A fő üzenet az, hogy jövőorientáltak kell lenni. Nem azért, hogy megmondjuk a jövőt, hanem azért, hogy felkészültebben tudjunk reagálni a különböző lehetséges jövőkre.

A beszélgetés teljes változata a SELL Magazin weboldalán olvasható.



## Tiszta vizet a pohárba

Napjainkban egyre nagyobb szerepet kap a háztartásokban a kényelmes, fenntartható és prémium minőségű vízfogyasztás. A JIMMY ozmózis tisztítói ezt az igényt elégítik ki intelligens technológiával, stílusos kialakítással és sokoldalú funkciókkal.

### M9 PRO: a moduláris italállomás

A JIMMY az innovatív háztartási technológiák egyik meghatározó szereplője, amely a mindennapi kényelmet helyezi fejlesztései középpontjába. Az ozmózis tisztítás – más néven reverz ozmózis (RO) – napjaink egyik leghatékonyabb vízkezelési eljárása: 99,9 százalékban képes csökkenteni a vízben található szennyeződések, nehézfémek, klórt, baktériumokat vagy akár a PFAS-vegyületek mennyiségét, kellemesebb ízű és tisztább ivóvizet biztosítva ezzel.

Matrix M9 PRO azoknak készült, akik személyre szabható élményre vágnak a vízfogyasztásban. A pultra helyezhető készülék egyik legnagyobb előnye az AquaLink moduláris rendszer, amely lehetővé teszi a funkcionalitás bővítését. A fejlett, 7 lépcsős szűrési technológia és az UV sterilizálás mellett a készülék ásványianyag-visszapótlást is alkalmaz, így a víz nemcsak tiszta, hanem kellemes ízű is marad. A gyors, néhány másodperces vízmelegítés és a különböző hőmérsékleti beállítás a teázástól a bébiételek készítéséig sokféle felhasználást támogat.

A rendszer erejét a kiegészítő modulok adják igazán.

A Matrix S9 szénsavas-modullal a tisztított víz pillanatok alatt pezsgő itallá alakítható, így külön szódagép nélkül is élvezhető a frissítő buborékos víz. A Matrix I9 jégkészítő modul pedig tovább növeli a rendszer sokoldalúságát: hideg italokhoz, nyári frissítőkhöz vagy vendégfogadáshoz kínál kényelmes megoldást.

### R9 PRO: tisztaság maximálisan komforttal

A JIMMY R9 PRO az intelligens víz tisztítás és a mindennapi komfort találkozás. A 7 lépcsős RO-szűrés, a 0,0001 mikronos tisztítási pontosság és az UV-sterilizálás nagy hatékonysággal gondoskodik a víz tisztaságáról, ezzel együtt pedig a készülék másodpercek alatt meleg (10-15°C-os), hideg vagy éppen



szobahőmérsékletű vizet képes kínálni. A laboratóriumi tanúsítvány szerint az intelligens modell több mint 1000-féle szennyeződést képes szűrni. Különösen praktikus megoldás a két különálló, BPA-mentes víztartály, amely révén a tisztított víz hűtőbe helyezhető. Használatát a testreszabható érintőképernyő segíti, amely valós idejű információkat kínál, például a szűrők állapotáról vagy a víz tisztulásának folyamatáról.



## Koncert a kézben

**A Bluetooth hordozható hangszórók néhány év alatt az egyik legkeresettebb audio eszközzé nőttek ki magukat. Ugyanúgy kellékei a kerti partiknak, mint a strandolásnak vagy az otthoni, lazítás kikapcsolódásnak. A modern modellek kiemelkedő hangminőséget, hosszú üzemidőt és intelligens funkciókat kínálnak.**

A hordozható hangszórók története szorosan összefonódik a Bluetooth technológia fejlődésével. A 2000-es évek első generációs eszközei viszonylag gyenge hangzást, rövid akkumulátoros üzemidőt és korlátozott hatótávolságot kínáltak. Az elmúlt másfél évtizedben azonban látványosan fejlődött a termékcsalád: a Bluetooth-kapcsolat stabilabbá vált, az energiafelhasználás csökkent, a hangszórók mérete pedig egyre kisebb lett a teljesítmény növekedése mellett. A gyártók hamar felismerték, hogy a felhasználók nem csupán egy hordozható zenei eszközt keresnek, hanem olyan terméket, amely otthon, utazás közben, a strandon vagy akár egy kerti összejövetelen is megállja a helyét. Ennek eredményeként a piac rendkívül sokszínűvé vált, az apró zsebhatszóróktól kezdve a nagy teljesítményű partihangszórókig.

### Korlátlan tudás

A prémium kategóriás Bluetooth hangszórók ma már közelítenek a hagyományos hifi rendszerek hangminőségéhez. Több hangszóróegységet, külön mélyhangsugárzókat és fejlett digitális jelfeldolgozást alkalmaznak annak érdekében, hogy a hangzás tiszta és részletgazdag legyen. A felsőkategóriás készülékek gyakran 20–30 órás akkumulátoros időt kínálnak, ellenállnak a pornak, az esőnek vagy akár a vízbe esésnek. Számos modell rendelkezik automatikus

hangoptimalizálással, amely a környezethez igazítja a megszólalást. Egyes gyártók több hangszóró összekapcsolását is lehetővé teszik, így akár egy egész házat vagy kertet lefedő vezeték nélküli hangrendszer alakítható ki. A modern Bluetooth hangszórók nemcsak zenehallgatásra, hanem filmnézésre, játékokra vagy videóhívásokhoz is jól használhatók.

### Társ a mindennapokban

A hordozható hangszórók népszerűségét elsősorban sokoldalúságuk magyarázza. Egy kompakt modell ideális lehet utazásokhoz, kirándulásokhoz vagy akár egy munkahelyi prezentáció hangosításához is. A nagyobb készülékek pedig szabadtéri rendezvényeken, családi összejöveteleken vagy sporteseményeken is helytállnak. A felhasználási lehetőségek folyamatosan bővülnek. A beépített mikrofonok révén sok modell kihangosítóként is működik, egyes eszközök pedig hangasszisztensekkel integrálhatók, de egyre nagyobb hangsúlyt kap a fenntarthatóság is: több gyártó újrahasznosított anyagokat alkalmaz, illetve energiatakarékos technológiákat fejleszt. A Bluetooth hordozható hangszórók fejlődése jól mutatja, milyen gyorsan változik a szórakoztatóelektronika világa. A mai modellek már nem egyszerű zenelejátszók, hanem sokoldalú, intelligens eszközök, amelyek bárhol képesek minőségi zenei élményt nyújtani.



### Növekvő kereslet

A Bluetooth hordozható hangszórók globális piaca 2025-ben tovább nőtt, folytatva a korábbi dinamikus bővülését. Az elemzőcégek szerint a szegmens értéke már meghaladta a 13 milliárd dollárt. A piackutatók a következő években is erős növekedést várnak: a legtöbb előrejelzés évi 9–12 százalékos bővüléssel számol.



## Nagymenők a csuklón

Az okosórák világát éljük, népszerűségük lassan vetekszik a hagyományos karórákéval. Manapság ezek az eszközök egyszerre szolgálnak személyi edzőként, egészségügyi asszisztensként és öltözőnk elegáns kiegészítőjeként. A Hama legújabb portfóliója bebizonyítja, hogy nem kell kompromisszumot kötnünk a prémium funkciók, a lenyűgöző dizájn és a megfizethető ár között.

### Hama

#### Smartwatch 9000:

##### A prémium társ a kalandokban

A Hama sokoldalú okosórája a tárgyalóteremben és a zord hegycsúcsokon is megállja a helyét.

A Smartwatch 9000-es csúcsmo­dell 1,43 colos méretével a nagyobb órák közé tartozik, a túéles kontrasztot biztosító AMOLED kijelző 800 nit fényerőre képes, így erős napsütésben is tökéletesen olvasható a számlap. Tokozása az IP68-as szabvány szerint por- és vízálló, sőt víz alá is mehetünk vele, 5 ATM nyomásig. A beépített 4 GB-nyi tárhely bőven elegendő a zeneszámok részére, melyeket például futás közben hallgathatunk.

A GPS a GNSS rendszereket (GLONASS, Galileo, Bei-Dou) is támogatja, azaz a helymeghatározás nemcsak a városi területeken, hanem kültéren is gyors és pontos lesz. A mo­dell száznál is több mozgásformát ismer és rögzíti a tevékenységi adatokat. Az óra emellett egy valószínűleg egészségügyi központ: méri a pulzust, vér-oxigénszintet, lépésszámot, az elégetett kalóriákat és az alvási ciklusokat is. A 9000-es típus a Hama okosóra-kínálat férfi csúcsmo­dellje, míg a 7020-as mo­dell a női vonal legerősebb darabja.



### Hama

#### Smartwatch 7020:

##### A középkategória új királya

Vannak, akik a letisztult stílust, a sokoldalúságot és a kiemelkedő ár-érték arányt keresik. Nekik készült a lenyűgöző arany árnyalatban is elérhető Hama Smartwatch 7020. Ez a készülék

a középkategória megkerülhetetlen szereplője, amely kedvező ára ellenére elképesztő funkcióparádét vonultat fel. A rezponzív, 1,32 hüvelykes, 600 nit fényerőre képes AMOLED kijelző minden fényviszony mellett tökéletesen olvashatóvá teszi az üzeneteket, e-maileket és értesítéseket.

A 7020-as mo­dell a beépített mikrofon és hangszóró segítségével akár hívások lebonyolítására is képes. Az óra hajszálpontosan követi a mozgásunkat a 110 választható sportág bármelyikében. Számolja azt is, hogy mennyi kalóriát égettünk el, milyen intenzitással dolgozunk, futásnál, túrázásnál és kerékpározásnál pedig a beépített GPS-nek, valamint barométernek hála akkor is tudja rögzíteni a nyomvonalat, ha a telefon éppen nincs nálunk. Ráadásul az IP68-as és 3ATM-es minősítés garantálja, hogy az óra teljesen vízálló, így esőben, hóban, sőt úszás közben is bátran viselhetjük.



**hama**



**Anker  
SoundCore Rave 3S**

- Hangteljesítmény: 200 Watt
- Üzemidő: 12 h
- Töltési idő: 6 h
- Súly: 10,48 kg

Bluetooth 5.3 kapcsolatot használ az Anker hangszórója, amely így zökkenőmentes átvitelt biztosít. A multiroom móddal felszerelt hangszóró szinkronizálható a ház más zenelejátszó rendszereivel is. Az AI Party technológia automatikusan optimalizálja a hangzást a legjobb élmény érdekében. Az egyedi NPU chip optimalizálja a dalok éneksávját, míg a színes LED fények a ritmusra villóznak a hangulat fokozása érdekében. A 10,48 kg súlyú hangszóró IPX4 védelemmel van ellátva.

**Bose  
SoundLink Home**

- Hangteljesítmény: 30 Watt
- Üzemidő: 9 h
- Töltési idő: 4 h
- Súly: 930 g

A kis méretű, hordozható hangszóró Bluetooth 5.3 technológiával biztosít stabil kapcsolatot a telefontal vagy egyéb okoseszközzel. Az éles, tiszta hangzást kínáló hangszóró akár párosítható is egy másikkal a sztereó élmény érdekében. A modell USB-C porton keresztül is képes vezetékes audio lejátszásra. Beépített mikrofonnal rendelkezik, így alkalmas telefonhívások lebonyolítására és hangasszisztens használatára. A készülék egy feltöltéssel körülbelül 9 órányi zenelejátszást tesz lehetővé.



**Canyon  
CNE-CBTSP10BG**

- Hangteljesítmény: 8 Watt
- Üzemidő: 12 h
- Töltési idő: 4 h
- Súly: 275 g

A Canyon könnyen hordozható hangszórója Bluetooth 5.3-mal stabil kapcsolatot biztosít 10 méteres hatótávon belül. A TWS funkció lehetőséget biztosít két azonos hangszóró vezeték nélküli összekapcsolására, így valódi sztereó hangzás érhető el. A modell masszív felépítésének és IPX5 vízállóságának köszönhetően ellenáll a véletlen kiömléseknek, a könnyű esőnek és a medence melletti fröccsenéseknek. A hangszóró mély és dinamikus hangzást biztosít, erős basszussal és tiszta hangzással. A beépített mikrofonnal közvetlenül a hangszóróról fogadhatók a telefonhívások.

**GoGEN  
BS 370B**

- Hangteljesítmény: 24 Watt
- Üzemidő: 17 h
- Töltési idő: 5 h
- Súly: 795 g

A GoGEN hangszórója TWS technológiával rendelkezik, amely lehetővé teszi 2 egyforma hangszóró párosítását sztereó hang létrehozásához. A könnyen hordozható készülék IPX6 védelmet kapott, vagyis fröccsenésálló, így akár a strandra is el lehet vinni. A LED világítás kiváló kiegészítője a zenei élménynek. A 3000 mAh akkumulátor kapacitás egy töltéssel körülbelül 17 óra használatot tesz lehetővé. A készülékházon AUX-bemenet, MicroSD kártyahely és USB csatlakozó egyaránt megtalálható.





## Mindenkinek szól

**Legyen szó kerti partiról, hétfégi kiruccanásról vagy otthoni lazításról a jó hangulatot mindig a zene teszi igazán teljessé. A JVC XS-E524B hordozható Bluetooth hangszóró azoknak készült, akik nem kötnek alkut, ha zenéről van szó. Profi hangzás, hosszú üzemidő és modern, praktikus kialakítás, mindez 50 Watt teljesítmény mellett – ezt kínálja a JVC mindenkinek.**

A JVC XS-E524B első pillantásra meggyőző választás azok számára, akik nem szeretnék lemondani a minőségi hangélményről se otthon, se útközben. Az 50 wattos teljesítmény mellett a hangszóró telt basszusokat, tiszta magas hangokat és dinamikus hangzást kínál, legyen szó a kedvenc lejátszási listáról, podcastról vagy esti buliról. A Bluetooth 5.3 technológia gyors és stabil vezeték nélküli kapcsolatot biztosít, így a zene streamelése okostelefonról vagy más kompatibilis eszközről egyszerű és kényelmes. Azoknak, akik intenzívebb hangzásra vágynak, a True Wireless Stereo (TWS) pedig lehetővé teszi két hangszóró párosítását a szélesebb sztereó élmény érdekében.

### Hosszú üzemidő és mobilitás

Egy hordozható hangszórónál kulcsfontosságú a megbízható akkumulátor. A JVC XS-E524B akár 20 órás üzemidőt kínál egyetlen feltöltéssel, így egész napos használat mellett sem kell folyamatosan a töltőt keresni. Legyen szó strandolásról, utazásról, szabadtéri programról vagy hosszú esti összejövetelről, a zene végig velünk maradhat. Az IPX6 vízállóság pedig a fröccsenő víz ellen is védelmet kínál. A könnyű súly miatt pedig kényelmesen bárhová magunkkal lehet vinni a készüléket.

### Túl a hangokon

A JVC XS-E524B nemcsak erőteljes hangzással, hanem látványos megjelenésével is kiténik. A beépített LED fények azonnal feldobják a hangulatot, így könnyedén megte-remtheted a parti élményét. Az USB és AUX csatlakozóknak köszönhetően többféle eszközről is lejátszhatod a kedvenc zenéidet.



**JVC**



### Hama HamaUltiMate Pro (00188232)

- Hangteljesítmény: 120 Watt
- Üzemidő: 24 h
- Töltési idő: 2,5 h
- Súly: 5,2 kg

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 gyorstöltésre is van lehetőség. A készülékhez gitár vagy mikrofon is csatlakoztatható. A Bluetooth hangszóró mobiltelefonon keresztül is irányítható.

### Harman Kardon Luna 2

- Hangteljesítmény: 40 Watt
- Üzemidő: 12 h
- Töltési idő: 2,5 h
- Súly: 735 g

A kis méretű hangszóró tartós alumínium szerkezetet és az ergonomikus kialakítást kapott, ami megkönnyíti a hordozhatóságot. Tiszta, kiegyensúlyozott hangzást biztosít erőteljes basszussal, miközben a környezeti fény imitálása kellemes hangulatot teremt zenehallgatás közben. A kiváló hangteljesítményt az AI Sound Boost technológia is támogatja. A hangszórók akár össze is párosíthatók a sztereó hangzás érdekében. Az IP67 védelem víz- és porállóságot kínál.



### JBL Boombox 4

- Hangteljesítmény: 40 Watt
- Üzemidő: 34 h
- Töltési idő: 3 h
- Súly: 5,89 kg

A JBL hordozható hangszórója teljes egészében vízálló, így az időjárástól függetlenül használható. A Bass Boost funkció lehetővé teszi, hogy mély vagy ütős basszus között válasszunk. Az AI Sound Boost intelligens technológia valós időben elemzi a zenét, és úgy állítja be a hangot, hogy nagyobb erőt és kevesebb torzítást biztosítson, még akkor is, ha a hangerő teljesen fel van tekerve. A zenék USB-C porton keresztül is lejátszhatók. A modell újrahasznosított műanyagból készült.



### JVC XS-E934B

- Hangteljesítmény: 80 Watt
- Üzemidő: 18 h
- Töltési idő: 6 h
- Súly: 5,18 kg

A JVC hordozható hangfala Bluetooth 5.3 szabványt használja a stabil és gyors kapcsolat érdekében. A TWS funkció lehetőséget biztosít két azonos hangszóró vezeték nélküli összekapcsolására, így valódi sztereó hangzás hozható létre. Bulikon a jó hangulatot a LED világítás is fokozza. Az IPX6 vízállóságnak köszönhetően medence mellett vagy csöpögő esőben is használható a hangszóró. A modell AUX bemenettel és USB csatlakozóval is rendelkezik.



# Esőben is indulhat a buli



Akár otthoni kikapcsolódásról, szabadtéri programokról vagy baráti összejövetelekről van szó, a megfelelő hangszóró kulcsszerepet játszik a hangulat megteremtésében. A Sencor két izgalmas modellje, a Sirius 2 Maxi Navy és a Resonex Midi modern technológiával, kiváló teljesítménnyel, stílusos megjelenéssel és nem utolsósorban vízállósággal hívja fel magára a figyelmet.

## Sencor Sirius 2 Maxi Navy

A Sencor Sirius 2 Maxi Navy vízálló hangszórója kompakt kialakítása ellenére meglepően kiváló teljesítményt nyújt: a 30 W-os hangzáról 3 hangszóró és 2 passzív sugárzó gondoskodik, így a basszusok telteknak, a részletek pedig kristálytisztának hatnak. A modell egyik legnagyobb előnye az IPX7 vízállóság, amely lehetővé teszi, hogy a hangszóró medence mellett, kiránduláson vagy akár esős időben is magabiztosan helytálljon. A prémium szövetborítás elegáns megjelenést kölcsönöz neki, és strapabíró használatot tesz lehetővé.

A fejlesztések során a modern felhasználói igényekre szabott funkciók sem maradtak el: a Bluetooth 5.0 kapcsolatot gyors és stabil párosítást kínál, a TWS (True Wireless Stereo) technológia pedig lehetővé teszi két kompatibilis hangszóró összekapcsolását a még intenzívebb sztereó élményért. A beépített akkumulátor akár 8 órás zenehallgatást is biztosít, így a hosszabb ideig tartó zenehallgatásra is lehetőség nyílik. A modell 10 méteren belül képes kommunikálni az okoseszközökkel.



## Sencor Resonex Midi

A Sencor Resonex Midi a lendületes életstílus tökéletes zenei partnere. Ez a hangszóró nem csupán megszólaltatja a zenét, hanem valódi atmoszférát teremt. Dinamikus hangzása, korszerű kialakítása és sokoldalú használhatósága ideális választássá teszi otthonra, bulikhoz vagy akár út közbeni használatra is. Az erőteljes 80 Watt teljesítményt négy hangszóró és két passzív sugárzó hozza létre. A Multi speaker funkciója lehetővé teszi akár 99 eszköz csatlakoztatását. A LED megvilágítás pedig profi kikészítője a jó hangulatú buliknak.

A Resonex Midi egyik fontos erőssége a kiegyensúlyozott, energikus hangzás, amely a különböző zenei stílusok esetén is meggyőző teljesítményt nyújt. A Bass Boost gomb segítségével a mély hangok egyetlen mozdulattal kiemelhetők. Gyorsan és egyszerűen kapcsolódik a kompatibilis eszközökhöz, így a kedvenc lejátszási listánk pillanatok alatt életre kelhet. A modern dizájn és a felhasználóbarát működés együtt olyan élményt kínál, amely túlmutat egy hagyományos Bluetooth hangszórón. Az IPX7 védelem és a prémium szövetborítás miatt strandra is nyugodtan magunkkal vihetjük, illetőleg esős időben is bátran használható. A nagy akkumulátor kapacitás akár 12 órás lejátszási időt is lehetővé tesz.

**+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 egyéves 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 regisztrálniuk kell a terméket a [www.sencor.hu](http://www.sencor.hu) oldalon a vásárlást igazoló blokk segítségével. Ezt követően a felhasználók elektronikus úton megkapják a +1 év kiterjesztett garancia igénybeviteléhez szükséges tanúsítványt.

**SENCOR®**



### Lamax Eclipse1

- Hangteljesítmény: 50 Watt
- Üzemidő: 9,5 h

- Töltési idő: 4 h
- Súly: 2,1 kg

A LAMAX Eclipse1 kiegyensúlyozott és erőteljes hangzást biztosít, akár 60 Watt teljesítmény mellett. A TWS funkció segítségével az eszközök akár párosíthatók is, ha pedig unalmas lenne a zene, akkor FM rádió hallgatására is van lehetőség. A Bluetooth 5.3 kapcsolat zökkenőmentes lejátszást biztosít, de USB porton keresztül külső eszközökről is lehet zenét lejátszani. A készülékházon Micro SD, USB-A és 3,5 mm-es AUX csatlakozó is található. Az IPX6 vízállóság gondoskodik róla, hogy szabadban is nyugodtan lehessen használni a modellt.

### Sencor RESONEX MIDI

- Hangteljesítmény: 80 Watt
- Üzemidő: 12 h

- Töltési idő: 2,5 h
- Súly: 1,6 kg

A Sencor IPX7 védelemmel rendelkező, vízálló hangszórója méretéhez képest nagy teljesítményt és tiszta hangzást kínál, amit négy hangszóró és kettő passzív sugárzó biztosít. A gyors és stabil kapcsolatot a Bluetooth 5.3 csatlakozás biztosítja. A Multi-Speaker funkció akár 99 eszköz csatlakoztatását teszi lehetővé. A Bass Boost gomb segítségével a mély hangok egyszerűen kiemelhetők. A bulizós hangulatról a LED világítás gondoskodik. A készülékházon USB-C csatlakozó mellett a Jack dugó is megtalálható.



### Sharp CP-LS200 Sumobox Pro

- Hangteljesítmény: 120 Watt
- Üzemidő: 10 h

- Töltési idő: 4 h
- Súly: 9,7 kg

A Sharp nagyméretű és nagy teljesítményű hangfala lenyűgöző hangzást kínál: a Devialet SAM jobb linearitást és alacsony frekvenciájú teljesítményt nyújt – gazdag, részletes és erőteljes basszust kínál. A kiváló 2.0 csatornás hangszórórendszer 105 dB teljesítményre képes. Duo módban egyszerre akár két hangszóró is összekapcsolható. A bulizós hangulatról a LED világítás is támogatja. Az akkumulátor cserélhető, így a lejátszási idő gyakorlatilag végtelen.

### Xiaomi Sound Party (QBH4321GL)

- Hangteljesítmény: 50 Watt
- Üzemidő: 26 h

- Töltési idő: 4 h
- Súly: 1,2 kg

A Bluetooth hangszóró Harman AudioEFX hangolású teljesítményével és Bass Boost üzemmódjával kristálytiszta hangzást és rezgő basszust kínál. A 3D-s színes megvilágítás a zene ritmusára pulzálva fokozza a buli hangulatát. Az NFC-vel támogatott Bluetooth 5.4 gyors csatlakozást, a TWS mód sztereó párosítást, a Party üzemmód pedig akár 100 hangszóró összekapcsolását teszi lehetővé. Az IP67-es vízállóság miatt akár strandra vagy medence mellé is el lehet vinni a készüléket.





# Korlátlan zene a Sharppal

A hordozható hangszórók a fénykorukat élik, így a fogyasztói elvárások is nagyok. Ma már nem elég csupán az erőteljes hangzás, a mobilitás, a sokoldalú csatlakoztathatóság, az üzemidő és a strapabíró kialakítás legalább ennyire fontos. A SHARP CP-LS200 SUMOBOX PRO pontosan ezekre az igényekre kínál professzionális választ.

A Sharp hangszórója azokat szólítja meg, akik nem szeretnék kompromisszumot kötni a teljesítmény és a hordozhatóság között. A nagy teljesítményű Bluetooth hangszóró 200 W RMS teljesítménnyel, két 10 colos mélysugárázóval és két 3 colos magassugárázóval gondoskodik a dinamikus, részletgazdag hangzásról. Akár kültéri rendezvényről, kisebb koncertről, edzésről vagy házi buliról van szó, a modell magabiztosan tölti meg a teret zenével. A Devialet által fejlesztett SAM® technológia pedig gazdagabb basszust és kiegyensúlyozottabb hangképet biztosít minimális torzítás mellett. A beépített akkumulátor akár 8 órás üzemidőre is képes, így a készülék valóban szabadon használható áramforrástól függetlenül is. Az IPX4 védelem kültéri használatra is alkalmassá teszi a hangszórót, hiszen pár csepp eső nem fog problémát okozni.

## Korlátlan lehetőségek

A SUMOBOX PRO nem csupán egy egyszerű partyhangszóró. Kifejezetten előnyös választás lehet zenészeknek, DJ-knek, előadóknak vagy tartalomgyártóknak is. A három bemeneti csatorna – két TRS/XLR kombó bemenet és egy Bluetooth csatorna – rugalmas csatlakoztathatóságot biztosít mikrofonokhoz, hangszerekhez és különféle lejátszóeszközökhöz.

A Bluetooth 5.0 kapcsolat stabil vezeték nélküli streamelést tesz lehetővé, míg a Duo Mode funkcióval több hangszóró összekapcsolása is megoldható. A modell kompatibilis a szabványos hangszóróállványokkal, kezelését pedig a Sharp Life alkalmazás teszi egyszerűvé. A SUMOBOX PRO a kiváló teljesítmény mellett így rugalmasságot is kínál a mindennapi és professzionális felhasználáshoz.



**SHARP**



## A Temu Európában is helyet kér

A Temu neve néhány év alatt az online kereskedelem egyik legismertebb fogalmává vált. A platformot a legtöbb fogyasztó ma is elsősorban alacsony árakkal, impulzusvásárlással, agresszív promóciókkal és Kínából érkező termékekkel azonosítja. A vállalat azonban láthatóan ennél szélesebb szerepre készül. A Temu Local Seller Program lényege éppen az, hogy a platform nem kizárólag távoli, cross-border értékesítésre akar építeni, hanem helyi kereskedőket, európai vállalatokat, márkákat és disztribútorokat is be akar vonni az ökoszisztémájába. A SELL Magazin utánajárt, mit lehet tudni a Temu Local Seller Programról.

A Temu saját növekedési története szerint a vállalat 2022 szeptemberében indult az Egyesült Államokban, 2023-ban már Európában is terjeszkedett, 2025 végére pedig több mint 90 országban volt jelen.

A Local Seller Program 2024-ben indult, és mára 37 piacot érint. A Temu célja, hogy ne csak Ázsiából értékesítsen a világ többi részére, hanem olyan globális platformmá váljon, amelyen keresztül európai cégek is megjelenhetnek más európai, majd később akár tengerentúli piacokon is.

Ez a váltás különösen fontos az európai kereskedőknek, mert a határon átnyúló értékesítést sok nyelv, eltérő fizetési szokások, adózási környezetek, logisztikai megoldások és fogyasztói elvárások nehezítik. A Temu ajánlata erre épül. A platform azt ígéri, hogy a nemzetközi piacra lépés technikai, marketinges és működési terheinek egy részét leveszi az eladó vállaról.

A Local Seller Programban a helyi eladó listázza a termékeket, megadja az árat, kezeli a készletet, teljesíti a rendelést és intézi a visszarut. A Temu ehhez marketinget, promóciós kampányokat,

alapvető lokalizációt, fizetési megoldást és első szintű ügyfélszolgálatot ad. A modell nem klasszikus jutalékos piactéri rendszerként jelenik meg. Az eladó egy Temu felé érvényes árat ad meg, erre a platform saját árrest tesz, a végső fogyasztói árat pedig már maga alakítja ki.

Az eladó számára vonzó lehet, hogy nincs belépési díj, nincs letét, és a Temu szerint nem kell külön hirdetési költséget vállalnia ahhoz, hogy a termékei forgalmat kapjanak. Ha az ajánlat versenyképes, a platform ajánlórendszere előtérbe helyezheti a termékeket.

A program főként azokban a kategóriákban lehet érdekes, amelyek nem működnek jól klasszikus cross-border modellben. Ilyenek a nagyobb méretű vagy nehéz áruk, a folyadékot tartalmazó termékek, az élelmiszerek, a tisztítószeresek, a kozmetikumok, illetve a helyi szabályozásnak erősen kitett kategóriák. Ide tartozhatnak bizonyos elektronikai termékek is, ahol a szabványok, a garanciális feltételek és a helyi fogyasztói elvárások különösen fontosak.

Különösen érdekes, hogy az elektronika a program egyik gyorsan növekvő kategóriájaként jelenik meg. A Temu a mobiltelefonokat, tableteket, laptopokat, felújított elektronikai termékeket és más műszaki cikkeket olyan területként kezeli, ahol a kereslet már jelen van, de a helyi kínálat még sok piacon korlátozott.

Ez lehetőséget jelenthet a kereskedőknek és disztribútoroknak is. A kifizető készletek, kedvezményes termékek, saját márkás vagy white label áruk, illetve új piacokon tesztelt termékek jól illeszkedhetnek a Local Seller Program logikájához.

A Temu az ajánlat részeként forgalomterelést is ígér. Ide tartozhatnak a személyre szabott kedvezmények, a kosárban hagyott termékekhez kapcsolódó kuponok, a platformon belüli kiemelések, a márkabannerek, a márkoldalak és a közösségi médiás kampányok. A platform üzenete szerint a kereskedőnek nem önállóan kell forgalmat vásárolnia, hanem a jó ajánlatot a Temu rendszere segítheti láthatóbbá tenni.

A lehetőség ugyanakkor piaci szempontból kényes kérdéseket is felvet. A Temu erősen ár- és ajánlatközpontú logikája új értékesítési csatornát nyithat a kereskedőknek, de feszültséget okozhat a meglévő partnerekkel, az árpozionálással és a márkaépítéssel is.

A logisztika szintén fontos eleme az ajánlatnak. A platform hozzáférést adhat helyi és nemzetközi last mile szolgáltatásokhoz, illetve olyan szállítási címkékhez, amelyeket a kereskedők a Temu rendszerén keresztül vásárolhatnak meg. Ez főként azoknak lehet érdekes, akik külföldön még nem rendelkeznek elég nagy volumennel kedvező szállítási feltételek eléréséhez.

A program a helyben gyártott termékeket is kiemeli. A helyi vagy európai eredet külön jelölést és nagyobb láthatóságot kaphat, ami azért fontos, mert a Temu eddigi imázsa sokkal inkább az olcsó importhoz kapcsolódott, mint az európai gyártáshoz.

A platform havi aktív felhasználóinak száma globálisan meghaladja az 500 milliót, Európában pedig körülbelül 150 millió felhasználóról beszélnek. A Temu több északi és kelet-európai piacon már a legnépszerűbb online vásárlási platformok közé került, több piacon az első három helyen szerepel a népszerűségi rangsorban. A Temu nem periférikus szereplőként tekint magára Európában, hanem olyan csatornaként, amely a nagy piacerekhez mérhető láthatóságot kínál.

A kérdés az, hogy mindez mit jelenthet a magyar és régiós műszaki kereskedelem számára. Rövid távon a Temu Local Seller Program új eladási lehetőséget jelenthet azoknak a kereskedőknek, akik készleteket akarnak mozgatni, új piacokat szeretnének tesztelni, vagy alacsony belépési költséggel próbálnák ki a határon túli értékesítést. Különösen érdekes lehet ez a kifutó modellek, outlet jellegű termékek, saját márkás kínálatok, tartozékok, felújított elektronikai termékek vagy kisebb SDA-kategóriák esetében.

A program jelentősége ugyanakkor túlmutat egy új értékesítési csatornán. A Temu a helyi eladók bevonásával közelebb kerülhet az európai kereskedelmi rendszerhez, miközben a márkáknak és kereskedőknek azt is mérlegelniük kell, hogyan illeszkedik egy ilyen platform a meglévő partnerrendszerükhöz, árpolitikájukhoz és piaci pozíciójukhoz.

A másik oldalról a Temu körül erősödő európai szabályozói nyomás is fontos

hátter. Az alacsony értékű csomagokra tervezett uniós vám, az európai és helyi fogyasztóvédelmi eljárások, valamint a platform működését érő kritikák mind abba az irányba mutatnak, hogy a vállalatnak alkalmazkodnia kell az európai elvárásokhoz. Ebben a helyzetben a Local Seller Program üzleti ajánlatként és gesztusként is értelmezhető. A Temu azt üzeni, hogy nemcsak távol-keleti importtermékekkel akar jelen lenni Európában, hanem helyi kereskedőkkel, európai készletekkel és regionális kínálattal is.

A nyitott kérdés az, hogy ez valódi modellváltást jelent-e, vagy inkább egy olyan alkalmazkodási kísérletet, amely új formában viszi tovább a Temu eddigi ár- és forgalomközpontú logikáját. Az viszont már látszik, hogy a platform következő növekedési szakasza nemcsak a fogyasztókról, hanem az európai kereskedőkről és márkákról is szólhat.

#### Szabályozói nyomás alatt

A Local Seller Program nem légtüres térben jelenik meg. A Temu európai terjeszkedése egyre erősebb szabályozói figyelem mellett zajlik. Az Európai Unió 2026. július 1-től 3 eurós vámot vezet be a 150 euró alatti, EU-n kívülről érkező kis értékű küldeményekre. Ez nem magyar különintézkedés, hanem uniós szintű döntés, amely a Temuhoz hasonló, nagy mennyiségű, alacsony értékű csomagra építő platformokat is érintheti.

A vállalat körül fogyasztóvédelmi ügyek is megjelentek. Az Európai Bizottság 200 millió eurós bírságot szabott ki a Temura a Digital Services Act alapján, miközben több országban helyi eljárások is indultak. Magyarországon a GVH döntése nyomán a Temu európai üzemeltetője legalább 882 millió forintot fizet vissza a vásárlóknak, emellett 437 millió forintos bírságot is befizet a költségvetésbe.

Ebben a környezetben a Local Seller Programnak lehet egy másik olvasata is. A hivatalos üzenet szerint a Temu új piacokat, forgalmat és egyszerűbb nemzetközi értékesítést kínál a helyi kereskedőknek. Ugyanakkor az sem zárható ki, hogy a program egyfajta gesztus az európai piac és az uniós döntéshozók felé. Ha a Temu helyi eladókat, európai készleteket és helyben teljesített rendeléseket emel be a rendszerébe, azzal csökkentheti azt a képet, hogy kizárólag távol-keleti termékekkel gyakorol árnyomást az európai kereskedőkre.



## Dualtron New Achilles LTD RED



A Dualtron elektromos rollere maximálisan 80 km/h sebességre képes, köszönhetően a 2800 Watt motorteljesítménynek. A gyorsaság mértéke öt különböző szinten szabályozható, a beállításokat a nagy méretű LCD kijelző könnyíti meg. A modell egy feltöltéssel akár 120 km-t is meg tud tenni, illetőleg könnyedén megbirkózik a 30 fokos emelkedőkkel. Az intelligens akkumulátor-kezelő rendszer folyamatosan figyeli a cellák állapotát. Az első és hátsó gumipatronos lengéscsillapító rendszer 5 különböző keménységű felületre állítható be.

## INOKIM OXO Super



Az INOKIM elektromos rollere 800 Watt teljesítményű motorral rendelkezik, amivel akár 65 km/h sebesség is elérhető. A Superior Ride Quality reagál az egyenetlen útszakaszokra és sima haladást biztosít, akár aszfaltotlan úton is. Az autóiiparban is használt 6061 T6-os alumíniumötvözet váz masszivitást és hosszú élettartamot garantál. A biztonságos megállásról a profi hidraulikus fékrendszer gondoskodik. A készülék egyetlen töltéssel akár 80 km-t is meg tud tenni, a teljes töltési idő 10 óra.

# A MOBILITÁS FAVORITJAI

**Az elektromos rollerek népszerűsége folyamatosan növekszik, különösen a nagyvárosokban, ahol a gyors és rugalmas közlekedés egyre fontosabb szempont. Az elmúlt időszak fejlesztéseinek egyik legfontosabb területe talán az energiatárolás volt. Az új generációs lítium-ion akkumulátorok hosszabb élettartamot, gyorsabb töltést és nagyobb rugalmasságot nyújtanak. Egyre több modell rendelkezik intelligens akkumulátor-kezelő rendszerrel is, amely optimalizálja a teljesítményt és védi a cellákat. Emellett a motorteljesítmény is jelentősen növekedett, nem ritkák a 2-3000 Watt feletti, dupla motoros rollerek sem, melyekkel egy töltéssel akár 80-100 kilométert is meg lehet tenni. Ezzel mondhatni új dimenziót kapott a nagyvárosi közlekedésben betöltött szerepük. Előrelépés történt a menetbiztonság terén is. A fejlett tárcsafékek, az elektronikus fékrendszerek, a nagyobb kerekek és a korszerű lengéscsillapítók kényelmesebb és stabilabb haladást tesznek lehetővé. A rollerek tehát ma már nem alternatív közlekedési eszközök, hanem a városi mobilitás meghatározó szereplői.**

## isinwheel IX8



Az isinwheel 2400 Watt teljesítményű elektromos rollere 12 colos terepjáró gumikat kapott, így a rögös út sem lehet többé akadály. A 25 km/h sebességre képes modell a 25-30 fokos meredekségű emelkedőket is könnyedén megmássza. A dupla hajtás opció pedig tovább fokozza a mászóképeséget. A biztonságos közlekedés érdekében a modell dupla tárcsafékekkel és elektronikus fékrendszerrel van felszerelve. A nagyfelbontású LCD kijelző kristálytisza képet mutat még erős napfényben is. A vezérlőpanel intuitív elrendezése biztonságos sebességváltást tesz lehetővé.

## Joyor LuxeRider DUAL



A roller két erőteljes 1200 W-os motorral rendelkezik, amelyek garantálják a gyorsulást és a precíz irányítást. Az akkumulátor akár 60 km megtételét is lehetővé teszi egyetlen feltöltéssel. A teljes töltéshez szükséges idő pedig 10 óra. A nagy teljesítmény akár 45°-os emelkedők megmászását is lehetővé teszi, a végsebesség pedig 60 km/h is lehet. A 10 x 3 colos pneumatikus légkerekek sima és stabil utazást biztosítanak. A dupla első és hátsó felfüggesztési rendszer pedig a kényelmet növeli. A biztonságos fékezést az első és hátsó hidraulikus tárcsafékek garantálják.

# Roller, szerelem, száguldás



A modern városi közlekedés ma már többről szól, mint A-ból B-be eljutni. A felhasználók gyors, kényelmes és megbízható megoldást keresnek, lehetőleg minél hatékonyabban. A Sencor X70 elektromos roller pontosan ezt kínálja: nagyszerű teljesítményt, hosszú hatótávot és prémium felszereltséget azoknak, akik többet várnak el a mindennapi közlekedéstől.

## Az erő velünk van

A Sencor X70 egyik legnagyobb előnye a kétmotoros meghajtás. Az összesen 1000 W teljesítményt biztosító dupla motor (2x500 W) dinamikus gyorsulást és meggyőző erőt nyújt, így a roller nemcsak a városi forgalomban állja meg a helyét, hanem a meredekebb szakaszokkal és nehezebb tereppel is könnyen megbirkózik. A modell akár 65 kilométeres hatótávra is képes egyetlen töltéssel, így ideális választás napi ingázáshoz, hosszabb városi utakhoz vagy hétvégi felfedező körutakhoz is. A felhasználók emellett választhatnak egy- és kétmotoros üzemmód között, így az energiatakarékosság és a teljesítmény igény szerint alakítható.

## Kényelem és biztonság

A Sencor X70 tervezésénél nemcsak a teljesítményre, hanem a vezetési élményre is kiemelt figyelem jutott. A prémium alumínium szerkezet masszivitást biztosít. Az első hátsó rugózás hatékonyan csillapítja az úthibákat, a 10 colos, tömlő nélküli kerekek speciális géltöltéssel rendelkeznek, melyek minimalizálják a defektok kockázatát, valamint stabilitást és kényelmes haladást biztosítanak. A kettős fékrendszer gondoskodik a biztonságos, gyors és kontrollált megállásról.



A LED-világítás, az irányjelzők és a jól áttekinthető kijelző pedig növeli a láthatóságot és a vezetési komfortot nappal és sötétben egyaránt.

## Okos roller

A Sencor X70 nemcsak erős, hanem intelligens is. A SENCOR HOME alkalmazással a roller Bluetooth-kapcsolaton keresztül vezérelhető, ellenőrizhető a sebesség, az akkumulátor állapota vagy akár aktiválható biztonsági zárolás is.

**+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 egyéves 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 regisztrálniuk kell a terméket a [www.sencor.hu](http://www.sencor.hu) oldalon a vásárlást igazoló blokk segítségével. Ezt követően a felhasználók elektronikus úton megkapják a +1 év kiterjesztett garancia igénybevételéhez szükséges tanúsítványt.

**SENCOR®**

## Kugoo G3 Pro



A Kugoo elektromos rollere akár 65 km/h sebességre is képes, a gyorsasága pedig három szinten szabályozható. Az első és hátsó kerekek rugós felfüggesztésűek a kényelmesebb közlekedés érdekében. Egy töltéssel megtehető távolság a gyári adatok szerint 80 km, a töltési idő pedig 10 óra. Használatát a multifunkciós LCD kijelző segíti. A modellen elől és hátul is erős LED világítás található a biztonságos közlekedés érdekében. Az eszköz maximális terhelhetősége 120 kg. A roller IP54 vízállósági tanúsítvánnyal rendelkezik.

## LAMAX eTank SA70



A LAMAX elektromos rollere 2 x 800 Wattos motorral működik, ami akár 70 km-es hatótávot is megtesz egyetlen töltéssel. A 25 km/h maximális sebességre képes modell 10,5 colos, extra megerősített és defektűző gumiabroncsokat kapott, melyek biztos tapadást biztosítanak bármilyen felületen. Az áttekinthető, nagyméretű LCD kijelző folyamatosan tájékoztat a sebességről, a sebességfokozat kiválasztásáról (ebből négy áll rendelkezésre), illetőleg az akkumulátor állapotáról is. A roller maximális terhelhetősége 150 kg. A robusztus, nagy alapterületű váz gyorsan összecusukható a kényelem érdekében.

## Navee XT5 Ultra



A Navee rally rollere 2 x 2200 wattos motort kapott, amely egy töltéssel, akár 90 km megtételét is lehetővé teszi. A modell fékezéskor és a gáz elengedésekor energiát nyer vissza, így maximalizálja a menethatékonyságot és növeli a hatótávolságot. A masszív szénacél váz és a 150 kg teherbírás tartósságot és stabilitást garantál minden helyzetben. A modell maximális sebessége 50 km/h, amely 4 pozícióban szabályozható, de tempomat használatára is van lehetőség. A nagy, 12 colos terepgumik erőteljes tapadást és precíz irányíthatóságot biztosítanak.

## NIU KQi Air X



A NIU szénzás rollere mindössze 11,7 kg súlyú, így bárhová kényelmesen elvihető. Ráadásul a könnyű súly kevesebb energiát igényel a meghajtáshoz, ami hosszabb akkumulátor-élettartamot és hosszabb hatótávolságot eredményez. A 9,5" tömlő nélküli gumiabroncsok jó tapadást kínálnak, a biztonságos megállásról pedig a kettős tárcsafék rendszer gondoskodik. A teljes töltéshez szükséges idő mindössze 5 óra. A motor teljesítménye 700 Watt. A roller NIU okos alkalmazáson keresztül is ellenőrizhető és lezárható.



TCL Flagship TV X11L Series  
TV



TCL ECORA®  
Sustainable Materials

# TCL



TCL A400 TV Series  
TV



TCL 2026 OLED X3 Monitor  
Monitor



TCL Note A1 NXTPAPER  
Tablet PC



TCL One-stop Fresh Air Conditioner  
Air Conditioner



TCL NXTPAPER 70 Pro  
Mobile Phone



TCL Kids Watch B3  
Kids Watch



TCL 360° Circular Ceiling Air Conditioner  
Air Conditioner



TCL 5G FWA Family Design  
5G FWA Routers

## Nemzetközi díjak igazolják a TCL innovációs erejét A TCL fejlesztései a felhasználói élményt helyezik középpontba

A TCL 2026-ban összesen 11 rangos nemzetközi formatervezési díjat nyert az iF Design Awards és a Red Dot Design Awards versenyeken, miközben kijelző-fejlesztéseivel továbbra is a felhasználói élmény újradefiniálására törekszik. A vállalat szerint a technológiai innováció jövője már nem csupán a teljesítményről, hanem a mindennapi használhatóságról, a kényelemről és a fenntarthatóságról szól.

A TCL 2026-os díjesője jól mutatja a vállalat formatervezési filozófiájának sikerét. Az iF Design Awards és a Red Dot Design Awards összesen 11 elismeréssel jutalmazta a televíziók, monitorok, mobilkészülékek, okosotthon-megoldások és légkondicionálók fejlesztéseit. A díjazott termékek között szerepel a TCL X11L SQD-Mini LED TV, az OLED X3 monitor, valamint a szemkímélő NXTPAPER technológiát alkalmazó mobilkészülékek is.

A TCL Design Innovation Center munkájának középpontjában a felhasználói szokások és életmódbeli változások megértése áll. A cél olyan egységes ökoszisztéma kialakítása, amelyben a technológia természetesen illeszkedik a mindennapokba, miközben prémium megjelenést és intuitív használatot biztosít.

### Átalakulóban a képernyők szerepe

A digitális eszközök ma már folyamatosan jelen vannak életünkben: munkához, tanuláshoz, szórakozáshoz és kapcsolattartáshoz egyaránt használjuk őket. Ennek hatására a kijelzőtechnológiával szembeni elvárások is megváltoztak. A felhasználók nemcsak nagyobb fényerőt vagy jobb felbontást várnak el, hanem kényelmesebb, szemkímélőbb és rugalmasabban használható megoldásokat is.

A TCL erre a változásra válaszol a NXTPAPER technológiával, amely csökkenti a tükröződést, hardveres szinten szűri a káros kék fényt, és hosszabb használat során is komfortosabb vizuális élményt kínál. A technológia célja, hogy a kijelzők ne csupán hatékonyak, hanem a mindennapi használat során is kellemesek legyenek. A NXTPAPER technológia és az AMOLED kijelzők ötvözésével a TCL összehangolja a vizuális kényelmet a csúcskijelzőktől elvárt színhűséggel, kontraszttal és válaszdővel.

### Innováció, teljesítmény és fenntarthatóság

A TCL továbbra is meghatározó szereplője a kijelzőpiacnak: a vállalat világelső a Mini LED televíziók szállításában, miközben vezető pozíciót tölt be a nagy méretű és csatlakoztatott televíziók piacán is. A fejlesztések mögött az a szemlélet áll, hogy a technológiai innovációt valós felhasználói igényekhez igazítsák. Ezt a megközelítést erősíti az ECORA® fenntarthatóanyag-program is, amely újrahasznosított és környezetbarát alapanyagok alkalmazását vizsgálja a prémium elektronikai termékekben. A TCL szerint a jövő kijelzői egyszerre lesznek nagy teljesítményűek, kényelmesen használhatók és fenntartható módon fejlesztettek – összhangban azzal, ahogyan az emberek a technológiát a mindennapjaik részévé teszik.

## Segway GT3 pro



A Segway elektromos rollere akár 138 km megtételére is alkalmas egy töltéssel és képes 38 fokos emelkedőkkel is megbirkózni. Maximális sebessége 80 km/h, a kettős tárcsafékrendszer pedig biztonságos megállást kínál. Hidraulikus felfüggesztési rendszere bármilyen terepen sima utazást biztosít. A 11 hüvelykes, tömlő nélküli, önzáró gumik 80 mm szélességgel simább és stabilabb utazást biztosítanak. A különféle információk a 2,4 colos TFT kijelzőről olvashatók le, de akár navigációs útvonaltervezésre is van itt lehetőség, illetőleg a telefonhívásokra is figyelmeztet az okos kijelző.

## W-Tec SwapCharge 500W



A 10 colos felfújható kerekek ideális megoldást jelentenek a városi közlekedésre, egy töltéssel akár 38 km távolságig. Az 500 Watt teljesítményű roller maximális sebessége 25 km/h, a gyorsaság pedig fokozatmentesen szabályozható. A tempomat néhány másodpercnyi sebességtartás után automatikusan elindul. Az LCD kijelző erős napfénynél is jól látható, melyről leolvashatóak a valós idejű adatok. A 17 kg súlyú modell 17 fokos emelkedőkkel képes megbirkózni. Könnyű súlyának köszönhetően az összecukható roller tömegközlekedési eszközökön is szállítható.

## Sencor SCOOTER X70 OFF-ROAD




Az 1000 Watt összteljesítményű, dupla motoros roller bár 25 km/h maximális sebességgel halad, adott esetben képes felgyorsulni 40 km/h sebességre is. A prémium alumínium szerkezet garantálja a modell masszivitását és tartósságát. A 10 colos gumik speciális géltöltettel 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 25 km/h között.

## Xiaomi Electric Scooter 6 Max



Az 1100 Watt teljesítményű elektromos roller 24%-os emelkedőkkel képes megbirkózni és egyetlen töltéssel akár 70 km-t képes megtenni. A biztonságos használatot a 12 hüvelykes tömlő nélküli gumibroncsok, valamint az első és hátsó tárcsafékek garantálják. A teljes feltöltés körülbelül 9 órát vesz igénybe, de szükség esetén gyorsfeltöltésre is van lehetőség, melynek ideje 2,5 óra. Használatát a 3 colos TFT kijelző segíti, amely folyamatosan tájékoztat a roller állapotáról. A modell egy pillanat alatt összecukható és kényelmesen hordozható.

Márka	Modell	Terhelhetőség	Maximális sebesség	Maximális hatótávolság	Töltési idő	Súly
Dualtron	New Achilles LTD RED	150 kg	80 km/h	120 km	20 h	40,2 kg
INOKIM	OXO Super	150 kg	65 km/h	80 km	10 h	34 kg
isinwheel	IX8	150 kg	25 km/h	70 km	10 h	34,8 kg
Joyor	LuxeRider DUAL	150 kg	60 km/h	60 km	10 h	27 kg
Kugoo	G3 Pro	120 kg	65 km/h	80 km	10 h	39,6 kg
Lamax	eTank SA70	150 kg	25 km/h	70 km	7 h	34,5 kg
Navee	XT5 Ultra	150 kg	50 km/h	90 km	6 h	38,6 kg
NIU	Kqi Air X	120 kg	25 km/h	50 km	5 h	11,7 kg
Segway	GT3 pro	150 kg	80 km/h	138 km	7,5 h	53,1 kg
Sencor	X70 OFF-ROAD	120 kg	25 km/h	65 km	10 h	30,5 kg
W-Tec	SwapCharge 500W	120 kg	25 km/h	38 km	5 h	17 kg
Xiaomi	Electric Scooter 6 Max	130 kg	25 km/h	70 km	9 h	29,7 kg



# Új korszak előtt az elektromos rollerek piaca

**Az elektromos rollerek néhány év alatt a városi közlekedés egyik legfontosabb alternatívájává váltak Európában. A korábban elsősorban fiataloknak szánt közlekedési alternatíva mára a mindennapi ingázás része lett, miközben a piacot egyre inkább a technológiai fejlődés, a biztonsági elvárások és a szabályozási környezet alakítja.**

A növekedés továbbra sem lassul. A Grand View Research adatai szerint az európai elektromosroller-piac 2024-ben 6,4 milliárd dolláros értéket képviselt, és 2033-ra várhatóan meghaladja a 13 milliárd dollárt. Ez éves átlagban 8 százalékos feletti növekedést jelent. Más elemzések még ennél is optimistább képet festenek, egyes előrejelzések szerint a piac 2033-ig akár 15 milliárd dollár fölé is emelkedhet.

A gyártók közben jelentős technológiai fejlesztéseket hajtanak végre. Az elmúlt években látványosan nőtt az átlagos hatótáv, miközben az akkumulátorok energiasűrűsége is javult. A fejlesztések fókuszában ma már nem csupán a nagyobb teljesítmény áll, hanem a biztonság és az üzemeltetési költségek csökkentése is. Egyre több gyártó dolgozik cserélhető akkumulátoros rendszereken, amelyek gyorsabb üzemeltetést és egyszerűbb karbantartást tesznek lehetővé. Emellett már megjelentek a következő generációs akkumulátortechnológiák első tesztjei is, amelyek hosszabb élettartamot és nagyobb biztonságot ígérnek.

A biztonság ugyanakkor egyre fontosabb kérdéssé válik. A rollerhasználat terjedésével párhuzamosan Európa-szerte élénk szakmai vita alakult ki a szabályozásról és a közlekedésbiztonságról. Több ország már külön kategóriába sorolja az elektromos rollereket, és előírja a kötelező világitást, a maximális sebességet vagy akár a felelősségbiztosítást is. Németországban például külön szabályrendszer vonatkozik a rollerekre, meghatározva többek között a legnagyobb megengedett sebességet és a kötelező műszaki felszereléseket.

Magyarországon ugyanakkor továbbra sincs teljesen önálló KRESZ-kategóriája az elektromos rollernek. A jelenlegi gyakorlat az eszköz műszaki paraméterein alapján sorolja be a különböző modelleket, ami sok esetben bizonytalanságot okoz a felhasználók számára. A szakmai és közlekedési szervezetek régóta sürgetik az egyértelmű szabályozást, amely várhatóan különbséget tenne a kisebb teljesítményű, városi használatra szánt modellek és a nagyobb teljesítményű elektromos járművek között.

A következő évek egyik legfontosabb kérdése az lehet, hogy a szabályozás képes lesz-e lépést tartani a technológiai fejlődéssel. Az azonban már most látható, hogy az elektromos rollerek végleg kiléptek a „divateszköz” szerepkörből. A városi közlekedés részeként egyre nagyobb szerepet töltenek be, miközben a piac fejlődését a hosszabb hatótáv, az intelligensebb funkciók és a biztonságosabb használat iránti igény határozza meg. A következő időszak várhatóan már nem a technológia újdonságairól, hanem a piac és a szabályozási környezet fokozatos kiforrtságáról szól majd.

## **A SELL Magazin következő számában**

**Egy hónap múlva a magazinban a mosogatógépekkel foglalkozunk, terítékre kerülnek mind a szabadon álló, mind a beépíthető készülékek. A kisgépek közül a trendi kézi ruhagőzölők, valamint az örök klasszikusnak számító gőzölős vasalók is helyet kapnak.**



# Beko, Európa 1. számú háztartási nagygépgyártó cégétől\*



\*Forrás: Euromonitor International Limited; Large Appliances 2025 edition. Beko Corp, Large Appliances as per „Major Appliances”, GBO, kiskereskedelmi forgalom, 2024-es adatok.

**beko**



## Letisztult forma, kompromisszummentes frissesség: Whirlpool WHD2 6473 X5E

A klasszikus felülfagyasztós kialakítás új, prémium szintre lépett. A Whirlpool WHD2 6473 X5E hűtőszekrény is bizonyítja, hogy a jól bevált elrendezés ma már tökéletesen ötvözhető a legmodernebb élelmiszertartósítási technológiákkal és egy határozott, elegáns vizuális karakterrel.

### **Kibővített tér és Dark Inox elegancia**

A 70 centiméteres szélességnek (186,5 x 70 x 74,6 cm) köszönhetően a készülék kimagasló, 477 literes hasznos összkapacitást (354 liter hűtőtér és 123 liter fagyasztótér) kínál. Ez a megnövelt belső tér a legigényesebb kulináris alkotások alapanyagainak is bőséges, átlátható helyet biztosít. A mély, prémium hatású Dark Inox felület és az ajtóba integrált, érintőszennyezés nélküli digitális kijelző minimalista megjelenést kölcsönöz, amely bármely modern konyha fókuszpontjává teszi a készüléket.

### **6. Érzék és fagymentes precizitás**

A minőségi hozzávalók textúrájának és ízvilágának megőrzéséről a 6. Érzék Technológia gondoskodik, amely intelligens módon, automatikusan figyel és optimalizálja a belső hőmérsékletet. A Multiflow teljes légáramlási rendszer egyenletes hűtést biztosít minden polcon. A Dual NoFrost megoldás – kiegészülve a fagyasztótér jegesedésmentes rendszerével – egyszer és mindenkorra feleslegessé teszi a leolvasztást, mindezt anélkül, hogy a hűtőtérben lévő élelmiszerek kiszáradnának.

### **Csendes működés, maximális komfort**

A „D” energiaosztályú teljesítmény mögött egy fejlett, megbízható Inverter kompresszor dolgozik. Ez az alkatrész nem csupán az energiafogyasztást és a hőmérséklet-ingadozást tartja minimális szinten, de a működési zajt is rendkívül alacsonyan, csupán 36 dBA-n maximalizálja. A praktikumot olyan részletek teszik teljessé, mint a gyorsfagyasztás funkció a friss áruk tápanyagainak megővéskéért, az energiatakarékos LED világítás, a nyitott ajtóra figyelmeztető jelzés, valamint a rugalmasan megfordítható ajtónyitási irány.

### **Összegzés**

A Whirlpool WHD2 6473 X5E ideális választás azoknak, akik a robusztus, tágas tárolás hívei, de ragaszkodnak a legfejlettebb klím szabályozáshoz, a csendes működéshez és a letisztult, sötét tónusú dizájnhoz.

