XXII./7. 2026 OKTÓBER 495 HUF

rededitions

SELL

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



INTERJÚ HUCZKA ISTVÁNNAL, A HAIER EUROPE MAGYARORSZÁGI VEZETŐJÉVEL

AMIT ELINDÍTOTTUNK, MOST MÁR AZ EREDMÉNYEKBEN IS LÁTSZIK

„A HAIERNEK NEMCSAK ELÉRHETŐNEK, HANEM ISMERTNEK IS KELL LENNIE A FOGYASZTÓK SZÁMÁRA”

BESZÁMOLÓ AZ AREA30 KIÁLLÍTÁSRÓL

KÁVÉ ÚJ HULLÁMON
ÁTALAKULÓBAN A KÁVÉGÉPEK PIACA

ÚJ SZAKASZBA LÉPETT
AZ ONLINE KERESKEDELEM

9 772060 415001 26007

Sage®

the Oracle™ Dual Boiler

Maximális automatizálás. Maximális teljesítmény.

Dőlj hátra, és bízd a gépre. Automata üzemmódban.

Vedd át az irányítást. Manuális üzemmódban.



KEDVES OLVASÓ!

bevezető

AZ ELMÚLT HÓNAPOKBAN egyre több jel mutat arra, hogy a műszaki piac olyan átalakuláson megy keresztül, amely már jóval túlmutat az egyes termékkategóriák változásain.

A verseny erősödik, új szereplők törnek előre, miközben több hagyományos európai gyártó nehezebb helyzetbe kerül. Az idei IFA után a Küchenmeile és az Area30 is ezt az érzést erősítette. A különbség talán csak annyi, hogy Berlinben elsősorban a kínai vállalatok lendülete volt feltűnő, Löhnében viszont már az európai gyártók visszafogottsága is nagyon látványossá vált.

Ebben a változó környezetben különösen érdekes látni, hogyan építkeznek azok a márkák, amelyek éppen most szeretnék erősíteni európai jelenlétüket. Címlapinterjúnkban Huczka Istvánnal, a Haier Europe magyarországi vezetőjével beszélgettünk az elmúlt másfél év eredményeiről, az „elérhető prémium" stratégiáról, a Candy megújulásáról és arról, milyen szerepet szánnak Magyarországnak a következő időszakban. A számok alapján már jól látszik, hogy az elmúlt időszakban elindított változtatások kezdenek kézzelfogható eredményeket hozni.

A piac másik oldalát mutatja a Vestel helyzete. A török gyártó néhány éve még Európa egyik meghatározó háttérszereplőjének számított, ma azonban veszteségekkel, visszaeső bevételekkel és komoly pénzügyi átalakítással küzd. Közben maguk a termékek is változnak. Jó példa erre a mosótornyok gyors fejlődése, ahol már nem egyszerűen egymásra helyezett mosó- és szárítógépekről beszélünk. Az integrált rendszerek után az idei IFA-n már három- és négydobos konstrukciók is megjelentek, ami egy teljesen új piaci lehetőség kezdetét jelezheti.

Kiemelten foglalkozunk ebben a számban a kávégépek piacával is. A karos készülékek növekvő népszerűsége, a Cold Brew térnyerése, a kompaktabb automata gépek és az egyre fejlettebb személyre szabási lehetőségek jól mutatják, hogy a kávékészítés egyszerre halad a nagyobb automatizálás és a tudatosabb, manuálisabb élmény irányába. Ehhez kapcsolódik beszámolónk a Sage A Kávé Napja alkalmából rendezett szakmai programjáról is. Emellett összeállításainkban keskeny és felültöltős mosógépeket, karos kávéfőzőket, vízforralókat, gamer monitorokat és fejhallgatókat is bemutatunk.

A kereskedelem oldalán sem kisebb a változás. A PwC Digitális Kereskedelmi Körképe szerint az online piac tovább növekszik, miközben a vásárlók már nem kizárólag az árat és a választékot nézik. A gyors szállítás, az egyszerű fizetés, a kényelmes átvétel és a problémamentes ügyintézés egyre inkább ugyanannak a vásárlási élménynek a része. Valójában ugyanaz történik itt is, mint a gyártói oldalon. A verseny egyre összetettebb, a tempó gyorsul, és azok kerülhetnek előnybe, akik időben képesek alkalmazkodni. Jó olvasást kívánok!



HAIDAR ROLAND
Szerkesztő



SELL

KERESKEDELEM
HÁZTARTÁSI KIS- ÉS NAGYGÉPEK
IT • SZÓRAKOZTATÓ ELEKTRONIKA
PIAC

KIADÓ: MAMURI HUNGARY KFT.,
FELELŐS KIADÓ: A KFT. ÜGYVEZETŐ IGAZGATÓJA
MUNKATÁRSAK: 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.

rededitions





Tartalom

2026/7

06 Hírek, érdekességek

10 Újdonságok a háztartási gépek világából

12 Érdekességek a szórakoztató elektronika világából

14 Amit elindítottunk, most már az eredményekben is látszik
Interjú Huczka Istvánnal, a Haier Europe magyarországi vezetőjével

18 Az Area 30 és a Küchenmeile is megmutatta, milyen súlyos válságban vannak az európai háztartásigép-gyártók

22 Nehéz helyzetben a Vestel

23 Felfelé terjeszkedik a ruhaápolás - Mosótornyok

24 Mosó Masa okosdája
termékcsoport bemutatás keskeny elöltöltős mosógépek és felültöltős mosógépek

36 Haier: erősödő piaci pozíció, ambiciózus folytatás



40 Kávé új hullámon - Átalakulóban a kávégépek piaca

43 A kávé jövője a csészében – beszámoló a Sage A Kávé Napja alkalmából rendezett szakmai programjáról

44 Klasszikusok felturbózva
termékcsoport bemutatás karos kávéfőzők

50 Új perspektívában a vízforralók
termékcsoport bemutatás vízforralók

54 Új szakaszba lépett az online kereskedelem – PwC Digitális Kereskedelmi Körkép

56 Amikor a legtöbb sem elég
termékcsoport bemutatás gamer monitorok

60 Lazítás otthon és útközben
termékcsoport bemutatás fejhallgatók

64 Jegyzet









HÍREK

PIAC



Megkezdődött Andersonban az Electrolux és a Midea együttműködése

Az Electrolux Group és a Midea Group hivatalosan is elindította új közös vállalatát, amely fontos mérföldkövet jelent az andersoni üzem prémium felültöltős mosógépek gyártására történő átállásában. A vállalat dél-karolinai gyártási tevékenységének új fejezetét nyitó létesítmény mostantól Electrolux Midea Appliance Manufacturing (EMAM) néven működik, és új gyártást és beruházásokat hoz Anderson megyébe. A korábbi gyár tervezett leszerelésének közel háromnegyede mára befejeződött, hogy felkészüljenek az új gyártósorokra. Már az új prések és gyártóberendezések alapozási munkálatai is zajlanak. A legmodernebb gyártóberendezések novemberben érkeznek. Maga a gyártás várhatóan 2027 első felében indul. „Pontosan ezt a lendületet ígértük" – mondta Patrick Minogue, az Electrolux Csoport észak-amerikai régiójának vezetője. „Együttműködésünk a Midea Csoporttal erősíti észak-amerikai termékkínálatunkat, és lehetővé teszi számunkra, hogy fenntartható, fogyasztóközpontú innovációba fektessünk be."

GAZDASÁG

Veszélyben az európai háztartásigép-gyártás

Az APPLiA szeptember 15-én megjelent Home Appliance Monitor 2026 jelentése szerint 2025-ben mintegy 170 millió háztartási gépet értékesítettek Európában, ami volumenben nagyjából a 2015-ös szintnek felel meg. Közben az Európában, európai fogyasztók számára gyártott készülékek aránya több mint 80 százalékról 71 százalékra csökkent. Az APPLiA Home Appliance Monitor 10. kiadásában publikált eredmények rávilágítanak arra, hogy az iparág nehéz helyzetben van: a háztartási gépek energiahatékonyságának rekordmértékű javulása és a gyári kibocsátás csökkentése ellenére az európai gyártók veszítenek a helyzetükből az egyre nagyobb globális nyomás miatt. Az európai gyárak két-háromszor magasabb ipari energiaárakkal szembesülnek, mint a főbb versenytársaik, emellett a helyi munkaerő- és anyagköltségek is emelkednek. A kumulatív szabályozási terhek gyorsabban bővülnek, mint ahogy a piac növekedni tud. Továbbra is egyre több olyan alacsony értékű termék kerül az egységes piacra, amely nem felel meg az uniós előírásoknak, illetve megfelelő ellenőrzés nélkül jut be az EU-ba. A készülékgyártók a gyárak energiafogyasztását a felére (-50%), a hulladékot 18%-kal, a vízfogyasztást pedig 14%-kal csökkentették. A csúcskategóriás (A/B) energiahatékony készülékek gyors elterjedése – amely 2020 óta 4,4-szeresére nőtt – megvédte a fogyasztókat az ingadozó energiaáraktól, és 2000 óta 98,9 millió tonna olajegyenértéknek (Mtoe) megfelelő kumulatív energiamegtakarítást eredményezett. Az iparág javítóhálózata sikeresen megoldotta a fogyasztói javítási igények 95%-át, míg az újrahasznosítási műveletek 3,7 millió tonna másodlagos nyersanyagot nyertek ki az elektronikai hulladékból.

KLÍMAPIAC



Erősödnek a kínai márkák az európai klímapiacon

Jelentősen növelték jelenlétüket a kínai gyártók az európai légkondicionáló-piacon. A kínai márkák együttes részesedése a 2023-as 27 százalékról 2025-re 41 százalékra emelkedett, miközben 2026 első felében a Kínából az Európai Unióba irányuló légkondicionáló-export értéke 43,2 százalékkal, 3,76 milliárd dollárra nőtt. A bővüléshez az idei európai hőhullámok mellett a kifejezetten a helyi piac igényeire fejlesztett készülékek is hozzájárultak. A Midea európai piacra szánt PortaSplit mobil split klímájából például több mint 200 ezer darabot értékesítettek 2026-ban, kétszer annyit, mint egy évvel korábban. A modell több európai országban időszakosan készlethiányossá is vált. A kínai gyártók előnyét az ár mellett egyre inkább a gyors termékfejlesztés, a stabil ellátási lánc és az európai telepítési sajátosságokhoz igazított megoldások adják. A trend azt mutatja, hogy az ázsiai márkák már nemcsak az alsóbb árszegmensekben, hanem technológiai és termékfejlesztési szempontból is egyre komolyabb versenyt jelentenek az európai piacon.

TÁMOGATÁSKÉRÉS



Brüsszelhez fordulnak a gyártók

Franciaország, Németország, Olaszország, Lengyelország, Szlovákia és Spanyolország 2026. szeptember 24-én kérték az Európai Bizottságot, hogy a háztartási gépeket stratégiai iparágként kezelje. A hat ország arra hivatkozik, hogy az EU-ban gyártott termékek aránya 2014 óta 81,3 százalékról 71,4 százalékra csökkent. Az Európai Unió Tanácsa által közzétett közös feljegyzés szerint az ágazat becslések szerint 79 milliárd euróval járul hozzá az EU GDP-jéhez, közvetlenül és közvetve mintegy egymillió embert foglalkoztat, és több mint 3200 vállalatot, valamint 130 üzemet foglal magában az Európai Gazdasági Térségben. Ugyanebben az időszakban az Ázsiából importált készülékek aránya 15,3 százalékról 28,2 százalékra emelkedett. A feljegyzés arra kéri az Európai Bizottságot, hogy hivatalosan is ismerje el a háztartási gépeket stratégiai ipari ökoszisztémaként, és dolgozzon ki olyan intézkedéscsomagot, amely szigorúbb piacfelügyeletet és hatékonyabb fellépést biztosít a nem megfelelő importtermékek kiszűrésére. A gyártók nagyobb átláthatóságot is szeretnének azzal kapcsolatban, hogy egy termék valójában hol készült, emellett több támogatást kérnek az uniós javítási és újrahasznosítási ipar számára, valamint könnyebb hozzáférést a meglévő uniós pénzügyi for-rásokhoz. A feljegyzés azt is szorgalmazza, hogy az uniós karbonvámként ismert CBAM-mechanizmust rendszeresen vizsgálják felül, és szükség esetén terjesszék ki további feldolgozóipari termékekre. Ez a jövőben azt eredményezheti, hogy több importált készülékre vagy alkatrészre is szén-dioxid-kibocsátáshoz kapcsolódó díj vonatkozik majd. A dokumentum az iparágra nehezedő nyomást az energiaárak emelkedésével, a növekvő inputköltségekkel és a harmadik országbeli gyár-tók részéről tapasztalható tisztességtelen versennyel magyarázza. A feljegyzés szerint ezek a tényezők több tagállamban már üzembezárásokhoz is hozzájárultak.

ELEMZÉS

Továbbra is nyomás alatt a török háztartásigép-ipar

A 2026. január–júliusi időszakban a háztartási gépek belföldi értékesítése 5 580 735 darabot tett ki Törökországban, ami 6%-os csökkenést jelent az előző év azonos időszakához képest, míg az export 19%-kal, 9 545 442 darabra csökkent. Ezzel párhuzamosan a termelés 15%-kal, 14 916 330 darabra csökkent, míg az összértékesítés 15%-kal, 15 126 177 darabra esett vissza. A júliusi adatok azonban pozitívabb képet mutatnak a hazai piacon. Júliusban a belföldi eladások 6%-kal nőttek az előző év azonos hónapjához képest, elérve a 832 907 darabot, míg az export 21%-kal, 1 266 318 darabra csökkent. A termelés 13%-kal, 2 110 430 darabra csökkent, míg az összértékesítés 12%-kal, 2 099 225 darabra esett vissza.

HÍREK



Samsung Onyx Cinema LED érkezett a Lurdy Moziba

Új technológiával bővült a Lurdy Mozi kínálata. A Lurdy Ház, a Pannonia Movie Kft. és a Samsung együttműködésében itt nyílt meg Közép-Kelet-Európa első új generációs Samsung Onyx Cinema LED rendszerrel felszerelt moziterme. A hagyományos projektor és vetítővászon helyett egy 11,5 méter széles, 4K felbontású LED-fal jeleníti meg a képet. A különbség főként a fényerőben és a kontrasztban látványos. Míg egy hagyományos mozivetítés jellemzően körülbelül 48 nites fényerőt kínál, a Samsung rendszere akár 300 nitre is képes. Az önálló fénykibocsátás mélyebb feketéket, erősebb kontrasztot és egyenletesebb képet eredményez. A rendszer DCI-minősítéssel rendelkezik, és 3D-s filmek vetítésére is alkalmas. A technológia további előnye, hogy nincs szükség külön vetítőhelyiségre, így a terem kialakításánál is nagyobb szabadságot ad. A Samsung megoldása jól mutatja, hogy a mozitechnikában is egyre nagyobb szerepet kaphatnak a hagyományos vetítést kiváltó LED-rendszerek. A fejlesztés ráadásul jókor érkezik, hiszen a hazai mozinézőszám az elmúlt években jelentősen visszaesett. Az üzemeltetők ezért egyre inkább olyan technológiai és szolgáltatási újdonságokkal próbálják visszacsábítani a közönséget, amelyek valódi pluszt adnak az otthoni filmnézéshez képest.

Egyszerre erősít online és offline a MediaMarkt

Mozgalmas időszakot zárt a MediaMarkt Magyarország, a vállalat elindította hazai marketplace szolgáltatását, megnyitotta 41. magyarországi áruházát az Allee bevásárlóközpontban, miközben myMediaMarkt hűségprogramja elérte az 500 ezer regisztrált tagot. Az új, XI. kerületi üzlet október 1-jén nyitotta meg kapuit az Allee második emeletén. Az áruház a MediaMarkt legfrissebb koncepcióját követi, interaktív tesztállomásokkal, TV-élményzónával, személyes szakértői segítséggel és többféle kapcsolódó szolgáltatással. A fizikai hálózat bővítésével szinte egy időben indult el a MediaMarkt hazai marketplace-e is, amely külső partnerek termékeivel jelentősen szélesíti az online választékot. A fejlesztés jól illeszkedik a vállalat omnichannel stratégiájába, amely az online és offline értékesítési csatornák egyre szorosabb összekapcsolására épül. Eközben a myMediaMarkt hűségprogram is fontos mérföldkőhöz érkezett, elérte az 500 ezer regisztrált tagot. A program pontgyűjtést, kuponokat, születésnapi pontokat és digitális nyugtát is kínál, emellett különböző programokkal és workshopokkal erősíti a vásárlói kapcsolatot. A fejlesztések jól jelzik, hogy a MediaMarkt egyszerre erősíti online jelenlétét, üzlethálózatát és a vásárlóknak kínált szolgáltatásokat.



Az Alza a kisállatpiacon is terjeszkedik

Tovább bővíti termékkínálatát az Alza.hu, amely új, állateledelre és kisállat-felszerelésekre specializált kategóriát indított. A webáruház már a nyitáskor közel 3000 terméket kínál kutyák, macskák és más háziállatok számára, a választékot pedig folyamatosan bővíti. A kínálatban a száraz- és nedves eledelek mellett többek között fekhelyek, nyakörvek, ápolási termékek és automata etetők is megtalálhatók. A vállalat a logisztikai





infrastruktúrájára is épít, a termékek jelentős része akár másnap átvehető az AlzaBox hálózat automatáiból. Az Alza a hazai beszállítók előtt is nyitott. A kínálatban már szerepelnek magyar márkák, többek között a FitActive és a Julius K9 termékei, a vállalat pedig további magyar gyártók és forgalmazók jelentkezését is várja. Az Alza szerint a webáruház látogatottsága és országos logisztikai hálózata új értékesítési lehetőséget jelenthet a hazai partnerek számára. A lépés egyben azt is mutatja, hogy az eredetileg elsősorban műszaki termékekről ismert online kereskedő egyre szélesebb fogyasztási kategóriákban kíván jelen lenni.

Drágulnak az EU-n kívülről érkező online rendelések

November 1-jétől újabb költség terheli az Európai Unión kívülről érkező online rendeléseket. Az új szabályozás értelmében 2 eurós uniós kezelési díjat kell fizetni az e-kereskedelmi küldemények egyes tételei után, értékhatártól függetlenül. A díj így elsősorban az olyan, jellemzően Kínából közvetlenül szállító platformokat érintheti, mint a Temu, a SHEIN vagy az AliExpress. Az intézkedés újabb lépés az olcsó import szigorúbb szabályozásában. Július 1-jén az EU már megszüntette a 150 euró alatti küldemények korábbi vámmentességét, és átmeneti, tételenként 3 eurós vámot vezetett be. Novembertől ehhez társul a 2 eurós kezelési díj, amelyet ugyan nem közvetlenül a vásárlónak kell megfizetnie a vámhatóság felé, a kereskedők és logisztikai szolgáltatók azonban továbbháríthatják annak költségét. November 1-jétől a termékazonosítás szabályai is szigorodnak. A vámáru-nyilatkozatokban részletesebb termékazonosító adatokat kell megadni, ami az uniós előírásoknak nem megfelelő vagy veszélyes áruk kiszűrését segíti. A szigorítás komoly piacot érint. 2025-ben közel 5,9 milliárd alacsony értékű termék érkezett az EU-ba, ezek 93 százaléka Kínából. A júliusban életbe lépett vám hatása már érzékelhető, több európai vámhatóság jelentős visszaesést tapasztalt az EU-n kívülről érkező kiscsomagok számában.

TCL tovább közelít a Samsunghoz a globális TV-piacon

Tovább szűkül a különbség a Samsung és a TCL között a globális televíziós piacon. A TrendForce adatai szerint 2026 első felében a Samsung 17,6 millió TV-t szállított ki, ami 6,3 százalékos éves növekedést jelentett. A TCL ugyanebben az időszakban 15,08 millió készüléket értékesített, 7,1 százalékkal többet, mint egy évvel korábban. A vezető gyártók közül ezzel a TCL érte el a leggyorsabb



növekedést, és tovább csökkentette lemaradását a piacvezető Samsung mögött. A harmadik helyen a Hisense áll 14,23 millió készülékkel, míg az LG 11,3 millió televíziót szállított ki az első hat hónapban. Az adatok jól mutatják, hogy a kínai gyártók súlya tovább nő a globális TV-piacon, és már nem csupán az alsóbb árkategóriákban jelentenek komoly versenyt a tradicionális márkák számára. A TCL különösen a QLED és Mini LED modellekre, valamint a nagy képátlójú készülékekre épít, miközben agresszív árpozicionálással igyekszik erősíteni jelenlétét a közép- és felsőkategóriában is. A Samsung továbbra is őrzi vezető helyét, prémium pozícióját Neo QLED, OLED és RGB Mini LED készülékekkel erősítve. A verseny azonban egyre szorosabb, miközben a technológiai különbségek több kategóriában folyamatosan csökkennek. A globális TV-piac 2026 első felében 1,3 százalékkal, 93,74 millió készülékre bővült. A TrendForce az év egészére ugyanakkor már 0,8 százalékos visszaesést vár, ami azt jelenti, hogy a gyártók közötti részesedési harc egy stagnáló vagy enyhén zsugorodó piacon válhat még élesebbé.



Újdonságok



Kicsi, színes és profi

A SENSEO Vibe bemutatásával a Philips egy kompakt és színes kávéfőzővel rukkolt elő. A modell a valaha gyártott legkisebb SENSEO kávéfőző, és 50%-kal kevesebb helyet foglal, mint a SENSEO Original. Így könnyen beilleszthető mindenféle konyhába, a diákszobától vagy a városi lakástól kezdve a tágas családi konyháig. A Thermoblock technológiának köszönhetően egy vagy két csésze kávét főz kevesebb mint egy perc alatt. Az Intensity Select segítségével a felhasználók könnyedén választhatnak a hosszabb, enyhébb és a rövidebb, intenzívebb kávé között. A Crema Plus technológia hozza létre a jellegzetes finom és bársonyos krémréteget. A memória funkció lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy elmentsék a kívánt kávéhosszúságot, így könnyedén elkészíthetik az ideális csésze kávéjukat újra és újra.

Egészségesen a Ninjával

A Ninja PREPi névre keresztelt modellje egy precíziós hajtású előkészítő és tárolórendszer. A kompakt modell elvégzi az időigényes kockázást, aprítást, szeletelést és pürésítést is - mindezt egyetlen tálban, amely pillanatok alatt eljut az előkészítéstől az asztalra. Nem kell például többet drágán salátát vásárolni, hiszen könnyedén elkészülhet otthon is. A kompakt kialakításának köszönhetően értékes helyet takarít meg a konyhában, míg az újrafelhasználható, fedeles tál megkönnyíti a tálalást és a frissen elkészített ételek hűtőszekrényben való tárolását.



Robotporszívó és felmosó a Sharktól



A Shark bemutatta Navigator 2 az 1-ben robotporszívóját és felmosóját, amely a robotporszívó-kínálatának új tagja. A Navigator egyszerűen beállítható és a mindennapi padlótisztításhoz készült. Mindent önállóan csinál a porszívózástól és felmosástól kezdve egészen a tartály kiürítéséig. A Navigator automatikusan csatlakozik Bluetooth-hoz, párosul a Wi-Fi-vel, és egyetlen kattintással megkezdi a takarítást. A 360°-os LiDAR feltérképezi az otthont, míg a SmartPath Max Navigation a robotot módszeresen, sorról sorra vezeti a takarításban. Négyszeres szívóteljesítménnyel porszívózza a szőnyegeket és a kemény padlókat az egész házban, míg az öntisztító kefehenger segít megakadályozni a szőrszálak feltekeredését. Felmosáskor a Navigator a kemény padlókat is porszívózza, amivel hatékonyabb folteltávolítást biztosít, miközben automatikusan elkerüli a szőnyegeket, hogy azok szárazon maradjanak.



Három új modellel bővít a JURA

Az IFA 2026 kiállításon bemutatott újdonságai közül három modell már az európai piacokon is megjelent. Az A8, az E10 és az S10 eltérő kategóriában bővíti a JURA automata kávégépeinek kínálatát. Az A8 legfontosabb sajátossága kompakt kialakítása. A 19 centiméter széles készülék a gyártó eddigi legkeskenyebb automata kávégépe, ugyanakkor 5–16 gramm kávé befogadására alkalmas főzőegységgel rendelkezik. A modell 18 kávéspecialitást kínál, és a hagyományos Hot Brew mellett Light Brew italok készítésére is alkalmas. Az E10 az E8 továbbfejlesztett változataként érkezik, egyik fő újdonsága pedig a Cold Brew funkció megjelenése. A készülék összesen 36 specialitást kínál, amelyek között Hot Brew, Light Brew, Cold Brew és Sweet Foam változatok is szerepelnek. A modell P.A.G.2+ őrlőt és 3,5 colos kijelzőt kapott. Az S10 kínálata 45 kávéspecialitásból áll, és ennél a modellnél jelenik meg az Intense Cold Brew funkció. Az eljárás során a víz lassan, nagy nyomással halad át az őrölt kávén. Egy 100 ml-es Intense Cold Brew elkészítése megközelítőleg 15 percet vesz igénybe. Az S10 szintén P.A.G.2+ őrlőt kapott, kezelését pedig 4,3 colos érintőkijelző segíti.



Tésztafőző főzőlap az AEG-től

Októberben kerül piacra az IFA-n bemutatott AEG 7000 OnePot Pasta indukciós főzőlap. A modell egyik különlegessége, hogy külön programot kínál a tésztaételek elkészítéséhez a hozzá tartozó edényben. A rendszer automatikusan szabályozza a főzési folyamatot, hogy egyetlen edényben lehessen elkészíteni a tésztát, a SenseBoil technológiával pedig a kifutást is megelőzi. Az AEG szerint a főzési folyamat nagyjából 15 percet vesz igénybe, miközben egyértelművé teszi, hogy a tészta formája és a kívánt állag megváltoztathatja az időt. Nincs állandó figyelés, nincs találgatás, a főzőlap elvégzi a nehéz munkát.

Érdekességek



Sportolásra tervezve

A Huawei okosórája kiemelkedő nanotechnológiás kerámia órakeretet kapott, amely strapabíró, légiipari minőségű titánötvözet tokkal párosul. Az 1,47 hüvelykes zafírüveg kijelző 3000 nit csúcsfényerővel rendelkezik, így a legerősebb napfényben is kiválóan látható. A teljes feltöltés 95 percet vesz igénybe, ami mérsékelt használat mellett 21 napos üzemidőt biztosít. Extra funkcióként beltéri sí- és snowboardmódok is elérhetők, amelyek a gyakorlást támogatják. Emellett persze számos sporttevékenység monitorozására is alkalmas a modell. Az 5 ATM vízállósági besorolásnak köszönhetően az óra vízi sportokhoz és úszáshoz is használható.

Szigorúan filmrajongóknak

A Panasonic hét év után új Ultra HD Blu-ray lejátszóval jelentkezett. A DMR-4X1010 azonban jóval több egy hagyományos lejátszónál: akár 10 TB-os tárhellyel, 4K-tunerrel és felvételi lehetőséggel is rendelkezik. A készülék nemcsak lejátssza a Blu-ray-lemezeket, hanem a beépített BD-R/RE-írónak köszönhetően felvételek rögzítésére is alkalmas. A Panasonic ezzel lényegében egyetlen készülékben egyesíti az UHD Blu-ray-lejátszót, a tévés tunert és a digitális videorögzítőt. A Google Drive és a Microsoft OneDrive integrációjának köszönhetően a felhasználók felvételeiket felhőbe tölthetik, így azok okostelefonról vagy táblagépről is elérhetők lehetnek.





Fülhallgató a Verbatimtól

Az új modellek a legújabb Bluetooth technológiát ötvözik az aktív zajszűréssel (ANC), a környezeti zajszűréssel (ENC), a többpontos csatlakozással és a hosszú akkumulátor-üzemidővel. Ezáltal a Verbatim TruSound ANC fülhallgatók számos felhasználási módhoz és igényhez alkalmasak – az ingázástól és a mobil munkavégzéstől kezdve a mindennapi zenehallgatásig. A hibrid aktív zajszűrési technológia akár 33 dB-lel csökkenti a környezeti zajt. A Bluetooth 6.0 gyors és stabil kapcsolatot biztosít. A többpontos funkciónak köszönhetően pedig a fülhallgatók egyszerre két Bluetooth-eszközhöz is csatlakoztathatók. A töltőtokkal a modellek akár 50 órás teljes lejátszási időt is elérhetnek. Mindhárom Verbatim készülék intuitív érintésvezérléssel rendelkezik.

Miniprojektorok a Hisense-től

A C3 Pro, C3 Ultra és C3 Ultra Max 4K intelligens miniprojektorok akár 5000 ANSI lument, 300 hüvelykes vetítési méretet, alacsony késleltetést és integrált Devialet audiorendszert kínálnak. A projektorcsalád 65-300 hüvelykes méretben kínál ragyogó képeket filmekhez, sportközvetítésekhez és játékokhoz. Összesen négy különböző teljesítményszintjével a sorozat tökéletes megoldást kínál a különböző méretű helyiségekhez és igényekhez. Minden modell háromszínű lézerfényforrást használ, külön lézerekkel a vörös, zöld és kék elsődleges színekhez, valamint DLP technológiát. A három új modell a BT.2020 színtér 118 százalékát lefedi, biztosítva a pontos és élénk színvisszaadást. Az IMAX Enhanced, a Dolby Vision, a HDR10+, a HDR10 és a HLG támogatja a filmek és tévésorozatok részletes lejátszását. Az 5000:1 statikus kontrasztarány és az IRIS lencse finom árnyalatokat hoz létre még sötét jelenetekben is.





Indulhat a buli

A Bromley 150-nel a Marshall bemutatta eddigi leghordozhatóbb partihangszóróját. Több mint 40 órás akkumulátor-üzemidőt, dinamikus fényeffekteket, valamint mikrofon- és hangszerbemeneteket kínál. A True Stereophonic 360° technológia erőteljes hangzást biztosít. A gazdag középhangok, a részletes magas hangok és a mély basszus egyenletesen oszlanak el a teremben. Vizuálisan a Bromley 150 folytatja elődeinek feltűnő dizájnját. Az elülső rács mögött integrált színpadi világítás található, amelyet az élő show-kon használt világítási rendszerek ihlettek, ahol a fények a zenével szinkronban mozognak. A ház 100%-ban FSC tanúsítvánnyal rendelkező fából készült, PU bőrrel borított, és puha TPU sarokvédőkkel rendelkezik a további védelem érdekében. A különálló mikrofon- és hangszerbemenetek spontán előadásokat és késő esti karaoke-programokat tesznek lehetővé.



Huczka István

Amit elindítottunk, most már az eredményekben is látszik

A Haier magyarországi jelenléte az elmúlt másfél évben látványosan erősödött. A vállalat 2026 szeptemberére elérte a teljes 2025-ös forgalmi nagyságrendet, miközben hűtésben megduplázta értékesítését, mosásban pedig kétszámjegyű piaci részesedést ért el. Huczka Istvánnal, a Haier Europe magyarországi vezetőjével az „elérhető prémium" stratégiáról, a Candy megújulásáról, a márkaismertség növeléséről, a Bajnokok Ligája-szponzorációról és a 2027-es tervekről beszélgettünk.

Haier

A Haier immár 17. éve a világ első számú nagyháztartásigép-márkája, miközben a vállalat Európában is az első hely megszerzését tűzte ki célul. Mit jelent ma ez a globális pozíció, és mennyire reális az európai ambíció? Milyen szerepe lehet ebben Magyarországnak?

A 17 egymást követő évben elért világelsőség óriási teljesítmény, és azt mutatja, hogy rendszerszerűen jól működünk. Az a struktúra, amelyben több mint tíz kutatás-fejlesztési központ működik, lehetőséget ad arra, hogy az innováción keresztül folyamatosan érdekesek maradjunk a piacon, és ehhez megfelelő volumeneket is tudjunk társítani. A technológiánkra van igény, és ez adja meg annak a lehetőségét, hogy a vállalat a világ élvonalában legyen.

Azt gondolom, hogy az európai térnyerés egy folyamat. Ázsiában dominánsak vagyunk, Amerikában pedig a GE Appliances-en keresztül erőteljes a cég jelenléte, így Európa egyértelműen a következő fontos építkezési terület. Nehéz megmondani, hogy ez mikor jelenthet első pozíciót. Jelenleg ennél sokkal fontosabb maga az építkezés és az, hogy stabil pozíciókat szerezzünk. Közben a piaci környezet is erősen változik. Kína szerepének növekedése ezen a területen is érezhető, és nemcsak mi vagyunk innovatívak és ambiciózusak, egyre több kínai gyártó tekint Európára fontos célpiacként. Éppen ezért szerintem az odavezető út a lényeges. Arra kell törekednünk, hogy organikus növekedést érjünk el, stabil alapokat teremtsünk, és a piac ingadozásainak a lehető legkevésbé legyünk kitéve.

Magyarországon számunkra az a fontos, hogy olyan stabil márkákat építsünk, amelyek a fogyasztók számára valós előnyöket jelentenek, és a kereskedelmi partnerekkel való együttműködésben mindkét fél számára win-win helyzetet teremtenek.

Az idei IFA-n ismét nagyon erős innovációs kínálattal jelentek meg. Mit tart ebből a legfontosabbnak, és mennyire fontos, hogy ezek ne csak koncepciók, hanem valóban elérhető termékek legyenek? Ma már szinte minden gyártó használja az AI kifejezést. Hol húzza meg a határt a valódi fogyasztói előny és a puszta marketing között?

Az innováció jellege és a kreativitás mindig meghatározza azt, hogy egy márkáról milyen kép alakul ki. Nagyon büszke vagyok arra, hogy az idei IFA-n a standunkon bemutatott termékinnovációk valós és elérhető termékeket jelentettek, és nemcsak koncepciógépek voltak, amelyek majd egyszer megjelennek. A zászlóshajóink közül több már elérhető volt a fogyasztók számára, emellett bemu-

tattuk azokat a termékeket is, amelyektől később volumenértékesítést várunk, mind a Haier, mind a Candy esetében.

Az AI előretörése mindenki számára egyértelmű. Ahhoz azonban, hogy ez ne csak egy matrica vagy jól hangzó kifejezés legyen, valódi tartalomnak is kell mögötte lennie. Én úgy gondolom, hogy az AI szerepe nagyon jelentős lehet. Az AI gyorsan képes értelmezni a működés során keletkező adatokat, és ezeket felhasználni arra, hogy tanácsot adjon a fogyasztónak, illetve optimalizálja a készülék működését. Gyakorlatilag egy olyan optimalizációs folyamatról beszélünk, amely a készülék leghatékonyabb használatát segíti elő. Ez az, ami valódi felhasználói élményt jelent, és nemcsak egy állítás.

A Haier Magyarországon eredetileg egyértelműen prémium márkaként jelent meg, most viszont egyre hangsúlyosabb az „elérhető prémium" üzenet. Ez mennyiben jelent újrapozicionálást, és mennyire vált be eddig ez az irány?
Amikor az elmúlt évben megnéztük, hogy hol állnak a márkáink Magyarországon, több területen kellett döntést hoznunk és stratégiát alakítanunk annak érdekében, hogy növeljük a láthatóságunkat és a jelenlétünket a piacon. A Haier esetében át kellett gondolnunk azt a termékszerkezetet, amellyel korábban a vállalat Magyarországon megjelent, és hozzá kellett igazítanunk a magyar piac jelenlegi összetételéhez. Amikor tavaly év elején átvettem a Haier magyarországi irányítását, a termékkínálatunk a teljes nagyháztartásigép-piac alszegmenseinek mindössze 5–10 százalékát fedte le. Mostanra eljutottunk oda, hogy a nagyháztartásigép-piac alszegmenseinek mintegy 80–90 százalékában jelen vagyunk Haier termékekkel.

Tulajdonképpen ez a koncepcióváltás lényege. A Haier az „elérhető prémium". Megőrizzük a márka prémium szintjét, ugyanakkor sokkal szélesebb fogyasztói kör számára tesszük elérhetővé. Ennek már az eredményeit is látjuk. Már nem csak egy vonalként jelenünk meg a piackutatók statisztikáiban, hanem valódi számokkal is szerepelünk, ami azt jelzi, hogy a márkának már releváns piaci részesedést sikerült elérnie.

A globális márkaerejéhez képest Magyarországon a Haier ismertsége még mindig alacsonyabb annál, amit szeretnének. Mi hiányzik még ahhoz, hogy itthon is széles körben ismert és a vásárlásnál elsőként mérlegelt márka legyen? Minek tulajdonítja az elmúlt időszak látványos növekedését?
A vállalat 2026 szeptemberére elérte azt a forgalmi nagyságrendet, amelyet 2025 egészében produkált. Különösen látványos a fejlődés a hűtés területén, ahol megduplázták a tavalyi év értékesítési eredményeit, a Haier márka önmagában is kimagasló eredményt produkált. Mosásban pedig már kétszámjegyű piaci részesedést értünk el a márkáinkkal. Ebben szerepet játszott a termékstratégia és az újrapozicionálás, de legalább ilyen fontos volt a márkapreferencia erősítése a partneri körben. A kereskedelmi partnerekkel kialakított együttműködéseknek köszönhetően sokkal szélesebb körben tudunk megjelenni, és a displayeken való jelenlétünk is jelentősen megnőtt.

> „A Haiernek nemcsak elérhetőnek, hanem ismertnek is kell lennie a fogyasztók számára"

Most az egyik legfontosabb feladat a márkaismertség további növelése. A Haiernek nemcsak elérhetőnek, hanem ismertnek is kell lennie a fogyasztók számára. Ezt a két lépést azonban nem lehetett felcserélni. Először annak kellett megtörténnie, hogy a termékeink ténylegesen elérhetők és megvásárolhatók legyenek az üzletekben. Ha ez megvan, akkor lehet igazán erőteljes fogyasztói érdeklődést építeni a márka iránt.

Ha végignézünk a legfontosabb kategóriákon, hol a legerősebb ma a Haier, és mely területeken van még a legtöbb tennivaló?
Ha az eddigi utunkat elemezzük, akkor az látszik, hogy a két legfontosabb nagyháztartásigép-kategóriában, a mosásban és a hűtésben már jelentős eredményeket értünk el, és látható piaci pozíciókat szereztünk. A mosogatás és a beépíthető készülékek területe ugyanakkor még a jövő kihívása számunkra. Itt is megvannak az ambícióink, és a megfelelő termékek is rendelkezésünkre állnak. Mindkét területen komoly portfólióváltást hajtottunk végre, így az ajánlatunk már versenyképes. Ezeknek a kategóriáknak az építése lesz az egyik fő fókuszunk a következő időszakban.

A Candy esetében az elmúlt időszakban gyakorlatilag teljes márkamegújulás történt. Mit jelent ez a pozicionálásban, és milyen szerepet szánnak a márkának a következő években?
Nagyon szerencsés együttállás volt, hogy a Haier magyarországi stratégiájának változása és a Candy megújulása gyakorlatilag egy időben történt. Az új Candy-koncepció már az elmúlt év végével elkezdett megjelenni, és a termékkategóriákon átívelően egy egészen új irányt mutat. Korábban úgy fogalmaztam, hogy ideje másként gondolni a Candyre.

A megújulás nemcsak a logóban mérhető. A gyártást Haier-platformokra helyeztük, és a legfejlettebb technológiák bevonásával készülnek a Candy termékek. Ez minőségben, technológiában és a készülékek szolgáltatásaiban is jelentős előrelépést jelent. Valóban nem egyszerű ráncfelvarrás történt, hanem egy teljesen új platform került kialakításra. A régi Candy termékeket fokozatosan kifuttatjuk, miközben érkeznek a következő generáció készülékei. Mosásban például 2027 első negyedévében újabb termékbevezetés következik. A Candyvel egyértelműen az a célunk, hogy egy már ismert márka megújult minőségben, új arculattal és új percepcióval jelenjen meg a háztartásigép-piacon.

Ha egyre több Haier-technológia és közös fejlesztés kerül a Candy készülékekbe, hogyan őrizhető meg a két márka közötti világos különbség? Nem kerülhetnek túl közel egymáshoz?
A Candy megújulásával természetesen együtt jár az is, hogy a márka új piaci pozíciót tud betölteni. Ugyanakkor nagyon fontosnak tartom, hogy a márkáinkat egymástól függetlenül építjük. Nem egymáshoz pozicionáljuk őket, hanem a termékeinket a piachoz határozzuk meg. Az elkövetkező időszakban tehát egy teljes spektrumú Candyvel és egy teljes spektrumú Haierrel kell kalkulálni. Mindkét márka a saját, számára meghatározó versenytársaira és versenykörnyezetére fog megfelelő megoldásokat kínálni.

Mely Candy- és Haier-újdonságokra érdemes különösen figyelni 2027-ben?



Mely termékkategóriákban várható olyan fejlesztés vagy termékváltás, amely érdemben változtathatja a márkák piaci pozícióját?
A 2027-es év számos újdonságot tartogat minden termékkategóriánkban, ezek közül most két területet emelnék ki: a hűtést és a mosást. A hűtőgépeknél például nagyon érdekes fejlesztésnek tartom a NutriBank technológiát, amely a precíz hőmérséklet-szabályozást speciális mágneses mezővel kombinálja. Ennek köszönhetően akár –3 °C-on is képes úgy tárolni például a húsokat és halakat, hogy azok nem fagynak meg, így hosszabb ideig őrzik meg frissességüket, állagukat és tápértéküket. Ez szerintem jól mutatja, hogy egy olyan alapvető funkcióban is, mint az élelmiszerek hűtése, mennyi fejlesztési lehetőség van még.

Emellett tovább szélesítjük a SpaceFit hűtőszekrények választékát, amelyek mindössze 4 mm-es oldalsó helyigényükkel a konyhai tér sokkal jobb kihasználását teszik lehetővé.

A mosásban a Multi Care egy egészen új fejlesztési irányt képvisel. Az Innovation Night rendezvényünkön bemutatott háromdobos Haier mosógép például egy hagyományos elöltöltős készülék méretében teszi lehetővé a különböző ruhatípusok egyidejű, de egymástól elkülönített mosását. Azt gondolom, hogy ez jó példa arra, amikor nem egyszerűen egy új funkciót adunk a készülékhez, hanem magát a mosási szokásainkat gondolhatjuk újra. Tovább erősítjük jelenlétünket a Direct Motion gépeinkkel is, melyekkel szélesebb fogyasztói réteget érünk el.

A Haier prémium szervizhálózatot épített ki több mint harminc partnerrel, konkrét reakcióidőkkel és javítási célokkal. Ma már a szerviz és az ügyfélélmény lehet az egyik legfontosabb megkülönböztető tényező?
Mindig elmondom, hogy jó terméket nagyon sok cég tud gyártani. Nagyon sok vállalatnak lehet kiváló mosógépe, hűtőszekrénye vagy jó megoldása a konyhába. Az ezekhez tartozó szolgáltatások jelentősége akkor értékelődik fel igazán, amikor egy fogyasztónak valamilyen problémája adódik a készülékkel. Én kiemelten fontosnak tartom, hogy a fogyasztók számára gördülékeny, egyértelmű, könnyen használható és biztos megoldásokat kínáljunk a szervizháttér szempontjából is.

Ezért az új stratégia kialakítása során az egyik legfontosabb lépésnek azt tartottuk, hogy olyan prémium szervizhálózatot hozzunk létre, amelynek reakcióideje jelentősen jobb a piaci átlagnál. Ezzel a vásárlói bizalmat is szeretnénk építeni. Aki Haier vagy Candy készüléket választ, biztos lehessen abban, hogy ha problémája adódik, megfelelő segítséget kap. De nemcsak meghibásodásról van szó. Ha valaki tudatos vásárlóként szeretné kitisztíttatni, ellenőriztetni vagy átvizsgáltatni a készülékét, arra is megoldást szeretnénk kínálni.

Jelenleg több mint harminc közvetlen szervizpartner működik velünk együtt, és velük közösen feszes KPI-okat határoztunk meg. Ennek része a nyolcórás reakcióidő és az öt napon belüli megoldásra való törekvés. Végső soron ez is a vásárlói bizalom építéséről szól. Nemcsak akkor kell azt éreznie a fogyasztónak, hogy jó döntést hozott, amikor megvásárolta a készüléket, hanem akkor is, amikor később segítségre van szüksége.

A retail media is egyre nagyobb szerepet kap a stratégiájukban. Mit jelent ez konkrétan a Haier számára?
A márkaépítés következő lépése szempontjából szerintem a legfontosabb a márka jelenlétének biztosítása, és ez az online, illetve az offline felületekre egyaránt érvényes. Azt is figyelembe kell vennünk, hogy azok a kereskedelmi partnereink, amelyek meghatározzák a magyarországi piacot, ma már nagyon komoly eszközökkel rendelkeznek. A termékértékesítésben szerzett tapasztalataikat statisztikákra, adatokra, akár AI-algoritmusokra építve használják fel.

Szerintem ezt a tapasztalatot tiszteletben kell tartanunk és igénybe kell vennünk. Tulajdonképpen egy már működő rendszerhez tudunk csatlakozni. Nekünk az a feladatunk, hogy a különböző retail media aktivitások lehető legjobb mixét alakítsuk ki, és a partnerekkel együttműködve az általuk optimalizált fogyasztói ajánlatokban minél hangsúlyosabban jelenjünk meg. Ez a marketingkooperáció abban is segíthet, hogy az a fajta ismertség és bizalom, amellyel egy adott kereskedő már rendelkezik, a mi márkánkat is erősítse.

Az elmúlt évben lényegesen több értékesítési ponton váltak láthatóvá. Mi a következő lépés a márkaépítésben, és mennyire tudják ezt a magyar piac sajátosságaihoz igazítani? Mekkora önállósága van a magyar szervezetnek a globális Haier-stratégián belül?
Természetesen minden multinacionális vállalatnak megvannak a globális kereskedelmi irányelvei és szabályai, amelyeket minden országban be kell tartani annak érdekében, hogy a globális egység látható maradjon. A Haier esetében ugyanakkor nagyon fontos, hogy az egyes országok jelentős lehetőséget kapnak arra, hogy az adott piacra vonatkozó leghatékonyabb kereskedelmi stratégiát alakítsák ki és működtessék. Mindaddig, amíg ennek az eredményei azt mutatják, hogy mind a márkaértéket, mind a kereskedelmi mutatókat hatékonyan tudjuk fejleszteni, ehhez erős támogatást kapunk a központtól.

Magyarországon is igyekszünk proaktívan stratégiát alakítani, előremenni és az ajánlatainkat egyedileg kidolgozni, ugyanakkor természetesen reagálunk is

a piaci változásokra. A jelenlegi súlyunkból adódóan teljes nagy kategóriákat még nem tudunk dominálni, ugyanakkor egyes területeken már meghatározó szereplők tudunk lenni, és képesek vagyunk a piacot alakítani, befolyásolni. Továbbra is az a célunk, hogy a stratégiánk értékteremtő legyen, mind a piac, mind pedig a saját vállalatunk számára.

A Haier 2027-től négy éven keresztül a Bajnokok Ligája partnereként jelenik meg. Mit várnak ettől Magyarországon, és hogyan lehet ezt a globális együttműködést úgy lefordítani a hazai piacra, hogy ne csak márkaismertséget, hanem közvetlen értékesítési hatást is hozzon?
Óriási dolognak tartom. A Haier számára mindig fontos terület volt a sport támogatása, hiszen ezen keresztül nagyon komoly fogyasztói rétegeket lehet elérni. Európában és világszerte támogatunk tenisztornákat, majd ezt követően a futball irányába is szélesítettük a szponzorációs csomagot, többek között a Paris Saint-Germain és a Liverpool globális partnereként. Ez már eddig is emelte a láthatóságunkat, Magyarországon pedig a Liverpool különösen érdekes volt amiatt, hogy magyar játékosok is szerepelnek a csapatban.

A Bajnokok Ligája azonban ennél sokkal több. Olyan csúcsesemény a futballrajongók számára, amely nem egyetlen rövid időszakra koncentrálódik, hanem gyakorlatilag fél éven keresztül fenntartja az érdeklődést. Ebben az intenzív világban fogunk szponzorként megjelenni, ami szerintem Magyarországon is jelentősen növelni fogja a láthatóságunkat.

A kereskedelmi partnerek számára a Bajnokok Ligájához kapcsolható promóciós tevékenységek az értékesítés ösztönzésében is segítséget adhatnak. A márkaismertség növekedése pedig az üzletekben is nagyobb rotációt eredményezhet. Én azt gondolom, hogy a Haier mostanra eljutott egy olyan fázisba, amikor már van egy viszonylag stabil, bár még nem magas ismertsége. Azon vásárlói rétegek körében pedig, akik high-end termékek mellett döntenek, a márkapreferencia már most is magas. Ha innen tovább tudjuk növelni az ismertséget, szerintem jelentős növekedés indulhat el az értékesítésben.

Többször szóba került a fogyasztói igényekből kiinduló innováció. Miben látja ma a legnagyobb változást a vásárlói elvárásokban, és hogyan tud erre egy márka valódi, kézzelfogható választ adni?
A fogyasztók részéről egyértelműen érezhető változás a tudatosságban, és ezekre a változásokra igyekszünk előre válaszokat és megoldásokat kínálni. A generációváltás is új feladatokat határoz meg. Másképp vásárolnak a Z generáció tagjai, és másképp a szülők, nagyszülők. A fiatalabb vásárlóknál például nagyon fontos, hogy rövid és egyértelmű információkat adjunk a termékekről. Ez egy teljesen más típusú értékesítési folyamatot és kommunikációt jelent.

Régebben egy család elment a boltba, alaposan megnézett egy készüléket, végigbeszélte a funkcióit. Ma valaki felmegy az internetre, megnézi, hogy van-e Wi-Fi, gyors mosás vagy más számára fontos funkció, és már dönt is. Ehhez kell igazodniuk az üzeneteinknek. És itt válik igazán fontossá az, hogy egy adott készülékkel mit tudunk többet adni annál, mint amit az alapkategória jelent. Egy hűtőszekrény természetesen hűt, egy mosogatógép pedig mosogat. A kérdés az, hogy ezen felül mit tudunk kínálni.

Hűtésnél jó példa erre az a technológia, amely úgy képes alacsony hőmérsékleten tartani például a halat vagy a húst, hogy közben nem fagyasztja meg. Így kevésbé roncsolódik az élelmiszer szerkezete, és több napon keresztül megőrizhető a megfelelő állaga. Mosogatásnál is vannak hasonló extra funkcióink, például olyan megoldás, amely szárazon is fertőtlenítési lehetőséget biztosít, illetve segít kiszűrni a nap folyamán a mosogatógépben keletkező szagokat. Ezek azok a kényelmi és technológiai pluszok, amelyek valódi különbséget tudnak jelenteni a fogyasztó számára.



Ha visszatekint az elmúlt másfél évre, hogyan értékeli ezt az időszakot, és mit szeretne elérni 2027-ben? Mi alapján mondaná majd azt, hogy sikeres évet zárt a Haier Magyarországon?
Ha az elmúlt másfél évet kellene összefoglalnom, akkor azt gondolom, hogy nagyon szerencsés helyzetben vagyok. Amikor idejöttem, volt egy vízióm és egy álmom arról, hogy mit szeretnék elérni, és ennek most már jelentős része látható és realizálódott.

A 2027-tel kapcsolatos várakozásom is ebből indul ki. Ha van stratégiánk, van egy jó csapatunk, megvannak a termékeink, kellőképpen elszántak vagyunk, és a kereskedelmi partnereink is nyitottak az együttműködésre, akkor felkészültünk arra, hogy tovább tudjunk lépni. A célunk az, hogy amit a mosás és a hűtés területén már eredményesen elindítottunk, azt a mosogatás és a beépíthető készülékek piacán is megvalósítsuk. Emellett szeretnénk, hogy a Haier ökoszisztémája valóban teljessé váljon. Azt szeretnénk elérni, hogy ha valaki Haier készülékekkel szeretné berendezni az otthonát, akkor 2027-ben minden fontos termékkategóriában megfelelő készüléket tudjon választani, megbízható szervizháttérrel, és azt a kereskedelmi partnereinknél minél szélesebb körben meg is találja.

Az Area30 és a Küchenmeile is megmutatta, milyen súlyos válságban vannak az európai háztartásigép-gyártók

A nyugat-németországi Löhne környékén évente megrendezett, konyhabútor- és háztartásigép-gyártókat felvonultató szakmai eseménysorozat idén is tartogatott meglepetéseket, ezek többsége azonban korántsem volt pozitív. A SELL magazin látogatása során ugyanis azzal szembesültünk, hogy az európai háztartásigép-márkák jelentős része a fejlődés helyett a stagnálás és a passzív védekezés útjára lépett, ami sem a piac, sem a fogyasztók számára nem jelent jó hírt.





A berlini IFA kapcsán még lehetne azzal érvelni, hogy a rendezvényen nem képviselteti magát minden nagyháztartásigép-gyártó, különösen a prémium- és luxuskategóriában tevékenykedő vállalatok közül. Így a kínai márkák berlini fölénye önmagában nem feltétlenül tükrözi a teljes piac helyzetét. Löhnében azonban az európai gyártók nehézségei még egyértelműbbé váltak. Ha nincs a BORA, amely bemutatótermében többnapos, nagyszabású rendezvényt tartott, és számos valóban figyelemre méltó újdonságot leplezett le, köztük egy mindössze tíz perc alatt mosogató gépet, az idei látogatásunk alighanem meglehetősen keserű szájízzel ért volna véget.

A legnagyobb csalódást maga az Area30 okozta, ahonnan szinte teljesen eltűntek a háztartásigép-márkák. A török gyárakból származó, átlagos készülékeket forgalmazó, másodvonalbeli német márkák jelenléte pedig aligha ellensúlyozhatta ezt a hiányt. Igaz, néhány vállalat a Küchenmeile más helyszíneire költözött, sokan azonban egyáltalán nem jelentek meg. Ami ennél is aggasztóbb, hogy valódi újdonságokkal is csak kevesen készültek. Természetesen az IFA-n is kiállító cégektől, például a Mielétől nem várhattuk, hogy néhány héttel a berlini bemutató után ismét jelentős újdonságokkal jelentkezzenek, de most nem is róluk van szó.

Az idei esemény kínálatát látva úgy döntöttünk, hogy beszámolónkban ezúttal a háztartási gépek mellett más, érdekes konyhai megoldásoknak is teret adunk. Az eseményről videóriportot is készítettünk, amelyben kiemelt figyelmet kapott a BORA, mivel a kiállítás egyik legaktívabb szereplőjeként több jelentős újdonságot is bemutatott.

Az IFA-n és Löhnében szerzett tapasztalataink egyaránt arra utalnak, hogy számos nyugati gyártó jelentősen visszafogta beruházásait és fejlesztéseit. Ennek következtében az újdonságok száma is látványosan megcsappant. Bizonyos mértékig ez a koreai vállalatokra is igaz. Jelenleg szinte kizárólag a kínai gyártók haladnak változatlan lendülettel előre.

Bár az idei löhnei látogatásunk némi csalódást okozott, természetesen így is találkoztunk több figyelemre méltó és innovatív megoldással. Ezek többsége azonban – a már említett BORA kivételével – nem közvetlenül a háztartási gépek területéről érkezett. A következő oldalakon hagyományos képes beszámolónkban mutatjuk be a legérdekesebb fejlesztéseket.

BORA

Az ausztriai Niederndorfban épült új, vertikális kialakítású gyárában a termelés beindítására készülő német vállalat az idei Küchenmeile egyik leglátványosabb bemutatójával jelentkezett. A BORA ráadásul négy teljesen új terméket is leleplezett, amelyek közül legalább egy valóban forradalminak nevezhető. Ez nem más, mint a Dish mosogatógép, amelynek fejlesztésekor a gyártó a professzionális konyhatechnológiából merített ihletet. Ahelyett, hogy a lehető legnagyobb befogadóképességre törekedne, a BORA éppen az ellenkező irányba indult el. Egyetlen kosárral rendelkező, kompakt mosogatógépet alkotott, amely mindössze tíz perc alatt elmosogatja és megszárítja az edényeket, ciklusonként csupán kilenc liter víz felhasználásával. A mindössze 61 cm magas készülék már a bepakolás közben megkezdi a felmelegedést, az xSpeed program pedig 44 °C-os bemenő vízhőmérséklettel működik. A kompakt kialakítás egyik előnye éppen az, hogy nincs szükség a piszkos edények felhalmozására. Az eDose automatikus adagolórendszer kétféle folyékony tisztítószer felhasználását optimalizálja, így a hagyományos mosogatógép-tabletták használatára sincs szükség.

Hasonlóan jelentős újdonság a BORA Oven Steam gőzsütő. A fogantyú nélküli, letisztult kialakítás prémium megjelenést kölcsönöz a készüléknek, amelynek minden funkciója a központi üveg kezelőfelületen vagy mobilalkalmazáson keresztül vezérelhető. Piaci szempontból is átgondolt fejlesztésről van szó. A sütő szabványos, 60 cm széles konyhaszekrénybe építhető, kivehető, 1,4 literes víztartá-





VIDEO

https://video.sellmag.cz/26area30

lyának köszönhetően pedig nincs szükség állandó vízbekötésre. További előnye, hogy ára nagyjából fele a már forgalomban lévő X-BO kombinált gőzsütőének. A készülék a forró levegős sütést gőzfunkcióval ötvözi, emellett AirFry üzemmódot is kínál.

A BORA őszi újdonságai között természetesen a márka hagyományos szakterületét jelentő, integrált elszívóval rendelkező főzőlapok is helyet kaptak. A 90 cm széles X Pure Max modell kör alakú elszívója fölött egy ötödik, 14 cm átmérőjű főzőzóna is található, amely például mártások készítéséhez lehet ideális. Bár a piacon ma már az érintőképernyős vezérlés dominál, a visszajelzések alapján továbbra is van igény a hagyományos, fizikai kezelőszervekre. A BORA ezért opcionálisan öt masszív alumínium vezérlőgombot is kínál a kijelző mellé.

A negyedik újdonság egyelőre csak prototípusként bemutatott hűtőszekrény volt. A BORA eddig a Liebherrrel gyártatta hűtőkészülékeit, és bár a német hűtéstechnikai specialista kiváló termékeket készít, a BORA változatai nem igazán kínáltak számottevő többletet. A piacon ezért kritika is érte a márkát, hiszen a jelentősen magasabb vételárat nehéz volt pusztán a némileg átalakított belső térrel indokolni. A vállalat most reagált a visszajelzésekre, és jövőre már saját fejlesztésű hűtőszekrénnyel jelentkezik. Az új modell többek között vákuumos fiókot és korszerű, vékonyabb falvastagságot lehetővé tevő szigetelést kap. Ennek köszönhetően a szabványos, 60 cm széles konyhabútorba építhető készülék az átlagosnál nagyobb belső térfogatot kínálhat.



Quooker

A forrásban lévő vizet biztosító konyhai csaptelepek úttörőjeként ismert holland gyártó legújabb modelljeit hozta el az Area30-ra. A mai trendeknek megfelelően ezek már nemcsak forró, hanem hűtött és szénsavas vizet is képesek biztosítani. A Quooker az új modelleknél egyszerűsítette a kezelést, és további formatervezési változatokkal is bővítette kínálatát. A termékfejlesztés mellett a holland vállalat a szolgáltatások színvonalára is kiemelt figyelmet fordít, ezért új piacokra kizárólag saját képviselettel és szervizháttérrel lép be.





Villeroy & Boch

A nagy múltú német kerámia- és porcelángyártó az Area30 rendszeres kiállítói közé tartozik. A vállalat ezúttal is számos kiváló minőségű kerámiamosogatót mutatott be, amelyek méltatlanul kevés figyelmet kapnak a márka kínálatában. Ezek a termékek ugyanis gyakran háttérbe szorulnak a jóval ismertebb mosdókagylók, WC-k és egyéb szanitertermékek mellett. Pedig a kerámiamosogatók kifejezetten elegáns megoldást jelenthetnek, legyen szó rusztikus stílusú vagy a munkalapba teljesen besüllyesztett kivitelről. Ráadásul a színválaszték is rendkívül széles.

Granberg

A svéd vállalat standjánál a szokásosnál is több időt töltöttünk, hiszen a mozgásukban korlátozott emberek számára fejlesztett különleges megoldásai valóban lenyűgöztek bennünket. A Granberg motoros magasságállító rendszereket kínál konyhai munkalapokhoz, szekrényekhez



és a szekrényeken belüli polcrendszerekhez egyaránt. A svéd gyártó kínálata mostantól a ruhásszekrényekben található vállfatartók motoros mozgatását lehetővé tevő megoldással is kiegészült. A rendszerek külön gombbal, távirányítóval vagy okostelefonos alkalmazáson keresztül is vezérelhetők.



Naber

A konyhai kiegészítők és tartozékok piacának egyik legnagyobb német szereplője egy olyan prototípust mutatott be, amely a kültérbe kivezetett páraelszívók használatakor fellépő hőveszteséget hivatott csökkenteni. Ez különösen a hidegebb hónapokban jelenthet komoly problémát. A vállalat új modulja az elszívott meleg levegő hőjét hasznosítja a kívülről beáramló hideg levegő felmelegítésére, természetesen anélkül, hogy a két légáram összekeveredne, így a kellemetlen szagok sem jutnak vissza a lakótérbe. A fejlesztés akár 85 százalékos hővisszanyerési hatásfokot ígér.

Hansgrohe

A jól ismert csaptelepgyártó több érdekes megoldással is felkeltette figyelmünket az Area30-on. Az egyik újdonság egy olyan csaptelep volt, amelynél a víz megnyitására szolgáló kar tetszőleges helyre szerelhető, akár a mosogató melletti munkalap elülső részére is. Így például a gyermekek is könnyebben elérhetik. A víz emellett a csaptelep felső részének megérintésével is megnyitható és elzárható, akár könyökkel is, ha éppen tele van a kezünk. További előny az extra hosszú kihúzható tömlő, amelynek köszönhetően a csaptelep feje



akár 70 cm-re is eltávolítható a helyéről. Ezt a mosogató alatt elhelyezett új visszahúzó mechanizmus teszi lehetővé, amely megakadályozza a tömlő elakadását vagy megszorulását.



Küppersbusch

A Teka Grouppal együtt a kínai Midea tulajdonába került német prémiummárka a Gut Böckel birtokon állította ki termékeit. A helyszín a Küchenmeile egyik hagyományos központja, ahol egyszerre több gyártó is bemutatkozik. A Küppersbusch kínálatából elsősorban egy fogantyú nélküli, elektronikusan nyíló ajtóval rendelkező sütő prototípusa keltette fel figyelmünket. A készülék nagyméretű érintőképernyőt és gőzfunkciót is kapott.

Miele

A nagy múltú német prémiumgyártó bemutatójánál szintén hosszabb időt töltöttünk. A Miele a Gut Böckel birtok egyik tágas, korábban pajtaként használt épületében rendezkedett be, amely az elmúlt három évben már nemcsak a vásár idején, hanem egész évben a vállalat rendelkezésére áll. Mivel a legfontosabb újdonságokat, köztük a kamerával felszerelt G 8000 mosogatógépeket már szeptember elején, az IFA-n láthattuk, ezúttal inkább a Hettichhel közösen fejlesztett, jövőbe mutató Miele Compact Living: Kitchen Unit koncepcióra koncentráltunk.
A rendkívül kis alapterületű lakásokba szánt, szinte sci-fibe illő megoldást már tavasszal, Milánóban is bemutatták, de Löhnében nyílt először lehetőségünk arra, hogy alaposabban is megismerkedjünk vele. A képen látható asztalba indukciós tekercseket építettek, így főzésre is használható. A teljesen elrejthető sütő és kávéfőző alatt egy keskeny elszívónyílás található. A fotón éppen a készülékeket eltakaró elemek záródása látható.
A hűtőszekrény az egység oldalában kapott helyet.





Steel
A felső prémiumszegmensbe tartozó tűzhelyeket, pontosabban a különösen igényes vásárlóknak szánt főzőközpontokat gyártó olasz vállalat több modellt is bemutatott löhnei bemutatótermében. A leglátványosabbak közé egyértelműen a Genesi sorozat robusztus ajtókkal és fogantyúkkal rendelkező változata tartozott. Az újdonság már indukciós főzőlappal és integrált elszívóval is elérhető, ráadásul a konyhabútorba úgy építhető be, hogy a főzőfelület teljesen egy síkba kerüljön a munkalappal. Ez a süllyesztett kialakítás napjainkban a beépíthető főzőlapok körében is egyre népszerűbb. A Steel egy matt felületű indukciós főzőlappal szerelt modellt is kiállított, amely várhatóan hamarosan a Genesi termékcsaládban is megjelenik.

Gaggenau
A legfelső prémiumkategóriában tevékenykedő német márka állandó bemutatóteremmel rendelkezik Löhnében, amelyet természetesen az idei Küchenmeile során is felkerestünk. Bár ezúttal nem találkoztunk új termékekkel, lehetőségünk nyílt közelebbről is szemügyre venni a legendás, 90 cm széles EB300 sütő modernizált változatát, az EB333 modellt. A készülék különlegessége, hogy a 2016-ban bemutatott új változat csupán néhány korszerű funkcióval tér el az 1986-os eredetitől. Az alapvető konstrukció lényegében változatlan maradt.

V-ZUG
A svájci luxusmárka bemutatótermében ezúttal is érdekes újdonságokkal találkoztunk. Figyelmünket elsősorban a CookTop V6000 Integra rejtett indukciós főzőlap keltette fel, amely a vállalat egyik legfrissebb fejlesztése. A NOVY és a Gaggenau után újabb prémiumgyártó jelentkezett hasonló megoldással. A V-ZUG fejlesztésének különlegessége, hogy a főzőlap jelenléte finoman mégis érzékelhető. Nem az eltérő felületi anyag árulkodik róla, hanem a főzőzóna körvonalát diszkréten megvilágító fény.





Mi az Area30?
Az Area30 a németországi Löhnében évente megrendezett B2B szakkiállítás, amely elsősorban a konyhai ágazat szereplőit hozza össze. A 2011-ben indult rendezvényen a konyhabútorok mellett háztartási gépek, csaptelepek, mosogatók, munkalapok, kiegészítők, világítástechnikai és egyéb konyhai megoldások gyártói is bemutatkoznak. Az esemény évente mintegy 12 ezer szakmai látogatót fogad több mint 60 országból. Az Area30 ugyanakkor csak egyik helyszíne a szeptemberben megrendezett Küchenmeilének. Utóbbi nem hagyományos, egyetlen vásárterületre koncentrálódó kiállítás, hanem Löhne és a környező települések bemutatótermeit és kiállítási helyszíneit összekapcsoló szakmai eseménysorozat. Számos gyártó saját showroomjában vagy akár közvetlenül a gyára mellett mutatja be újdonságait. A Küchenmeile jelenlegi szervezeti formája 1998 óta működik, és évente mintegy 25 ezer szakmai látogatót vonz.

Nehéz helyzetben a Vestel –veszteség, visszaeső bevételek és pénzügyi átalakítás

Az idei IFA egyik feltűnő hiányzója a Vestel volt. A török gyártó még tavaly is egy egész nagy csarnokot töltött meg Berlinben, idén azonban már nem jelent meg kiállítóként. A vállalat problémáiról tavasszal már írtunk, azóta pedig nem sokat javult a helyzet. A Vestel továbbra is veszteséges, a menedzsment pedig egyre határozottabb lépésekkel próbálja stabilizálni a céget. Az iparágban az elmúlt hónapokban már az is felmerült, hogy a problémák akár ennél súlyosabb forgatókönyvhöz is vezethetnek. Pedig egy évtizeddel ezelőtt még egészen más kép rajzolódott ki a vállalatról. A Vestel Európa egyik legfontosabb gyártóbázisává nőtte ki magát, és számtalan saját márkás, valamint ismert brand számára gyártott televíziókat és háztartási gépeket. Az OEM-üzlet hosszú éveken keresztül remekül működött, a Vestel pedig az európai piac egyik meghatározó háttérszereplőjévé vált.



Mostanra azonban alaposan megváltozott a helyzet. A vállalat értékesítése jelentősen visszaesett, miközben a költségoldalon is komoly nyomás nehezedik rá. A 2026 első felére vonatkozó tőzsdei adatok szerint a Vestel árbevétele 48 százalékkal, 46,9 milliárd török lírára zuhant. A Vestel Elektronik a második negyedévben 1,29 milliárd lírás EBITDA-szintű működési veszteséget könyvelt el, EBITDA-marzs pedig mínusz 5,3 százalékra csökkent.

Mi vezetett idáig?

A Vestel helyzetét természetesen nem lehet kizárólag vállalati hibákkal magyarázni. Az elektronikai és háztartásigép-piac jelenlegi környezete önmagában sem kedvező. A Fitch szeptemberi elemzése szerint egyszerre több negatív tényező nehezíti a vállalat működését. A kereslet a legfontosabb európai piacokon továbbra is gyenge, miközben a Vörös-tengeri válság jelentősen megemelte a logisztikai költségeket. Ehhez jön még a magas török infláció, amely folyamatosan drágítja a munkaerőt. A Vestel számára különösen fájdalmas, hogy a török líra gyengülése nem tart lépést a belföldi inflációval. Ez azért probléma, mert a vállalat egyik legfontosabb hagyományos versenyelőnye éppen az alacsonyabb költségszint volt. Ha ez eltűnik, egyre nehezebb árban versenyezni azokkal az ázsiai, mindenekelőtt kínai gyártókkal, amelyek az elmúlt években rendkívül agresszíven terjeszkedtek Európában.

Pénzügyi átalakítás és időnyerés

A kérdés most az, hogy a Vestel mennyi idő alatt tudja rendezni pénzügyi helyzetét. A probléma súlyosságát jól jelzi, hogy a Fitch szeptemberben továbbra is a rendkívül spekulatív CCC– kategóriában tartotta a vállalat besorolását, negatív kilátással. A Vestel Beyaz Eşya ezért június végén hivatalosan is átfogó pénzügyi restrukturálást kezdeményezett.
A menedzsment közben megállapodott a dollárban kibocsátott kötvények tulajdonosaival bizonyos pénzügyi feltételek ideiglenes felfüggesztéséről. Ez gyakorlatilag időt ad a vállalatnak arra, hogy rendezze a helyzetét. A jelenlegi megállapodás szerint a hitelezők 2026. november 15-ig elfogadják, hogy a Vestel nem teljesíti az eredetileg meghatározott pénzügyi limiteket. Ezzel párhuzamosan adósságcserét készítenek elő, valamint akár 400 millió dollár értékben is értékesíthetnek vállalati eszközöket. A Vestel emellett engedélyt kapott 2 milliárd török líra értékű belföldi kötvény kibocsátására is.

Azóta azonban újabb figyelmeztető jel érkezett. A Moody's október 1-jén a Vestel Elektronik hosszú távú vállalati hitelminősítését Caa3-ról Ca-ra rontotta. A társaság 2029-ben lejáró, 500 millió dollár értékű garantált senior fedezetlen kötvényeinek besorolása is tovább csökkent. Mindkét minősítés kilátása továbbra is negatív. Ez azért fontos fejlemény, mert azt mutatja, hogy a hitelminősítők továbbra sem látják stabilizálódni a vállalat pénzügyi helyzetét. A Moody's júliusban már egyszer rontott a Vestel besorolásán, vagyis néhány hónapon belül ez már a következő negatív lépés volt.

A TOGG-ból is kiszállna a Vestel

A Vestel közben a befektetési portfólióját is átalakítja. A Reuters beszámolója szerint a vállalat kiszállna a török elektromosautó-gyártó TOGG-ból, amelyben 23 százalékos részesedése van. A Vestel és az Anadolu Group együttes, 46 százalékos tulajdonrészét a török állami vagyonalap és a Turkcell veheti át. A tranzakció értékét egyelőre nem hozták nyilvánosságra. A lépés jól illeszkedik a Vestel jelenlegi stratégiájába. A vállalatnak most elsősorban likviditásra és egyszerűbb, átláthatóbb struktúrára van szüksége, ezért logikusnak tűnik, hogy olyan befektetésekből is kivonuljon, amelyek nem tartoznak közvetlenül az alaptevékenységéhez.

Van azért pozitív jel is

A kép ugyanakkor nem minden részletében negatív. A Vestel Elektronik nettó vesztesége 2026 első negyedévében éves összevetésben 6,64 milliárd líráról 2,83 milliárd lírára csökkent. Ez továbbra is jelentős veszteség, de azt mutatja, hogy bizonyos területeken már látható némi javulás. Fontos tényező az is, hogy a török bankok továbbra is biztosítanak hitelkereteket a vállalat számára. Ez jelen helyzetben kulcsfontosságú, hiszen a Vestelnek időre van szüksége az átalakításhoz.
A működés oldalán a vállalat a termékportfólió átalakításával próbál javítani a jövedelmezőségen. A cél az, hogy nagyobb súlyt kapjanak a magasabb hozzáadott értékű termékek, és csökkenjen a kizárólag alacsony árra épülő tömegtermékek jelentősége. A Fitch elemzői szerint, ha a vállalat következetesen végigviszi ezt a stratégiát, az EBITDA-marzs 2029-re akár ismét 14 százalék körüli szintre emelkedhet.

A következő hónapok sok mindenről dönthetnek

A Vestel helyzete azért is különösen érdekes, mert nem egy kis vagy perifériás gyártóról van szó. A vállalat évtizedek óta fontos része az európai elektronikai és háztartásigép-iparnak, és rengeteg márka épít a gyártókapacitásaira. Éppen ezért egy esetleges komolyabb megingás nemcsak magát a Vestelt érintené. Számos független márka számára is kellemetlen következményekkel járhatna, miközben az európai piac még nagyobb része kerülhetne ázsiai gyártók kezébe. A következő hónapokban tehát nem egyszerűen az lesz a kérdés, hogy a Vestel képes-e újra nyereségessé válni. Előbb azt kell bizonyítania, hogy sikerül stabilizálnia a finanszírozását, csökkentenie a veszteségeket, és visszaszereznie azt a költségelőnyt, amelyre korábbi európai sikereinek jelentős része épült. A mostani átalakítás mindenesetre már jóval több egyszerű költségcsökkentésnél. A Vestel egyszerre próbálja rendezni adósságait, értékesíteni egyes befektetéseit, átalakítani termékportfólióját és újrapozicionálni magát. Hogy ez elég lesz-e a fordulathoz, valószínűleg már a következő néhány negyedévben sokkal tisztábban fog látszani.

Felfelé terjeszkedik a ruhaápolás

A mosógép tetejére helyezett szárítógép régóta bevett megoldás, az utóbbi években azonban ebből önálló termékkategória kezdett kialakulni. Az integrált mosótornyok közös kezelőfelületet, összehangolt működést és egységes megjelenést kínálnak, miközben az IFA 2026 alapján már a három- és négydobos konstrukciók is megjelentek. A kategóriában komoly piaci potenciál lehet.









A külön mosókonyha kevés háztartásban adott, a mosógépet és a szárítógépet ezért sokan egymás fölé helyezik. Logikus következő lépés volt, hogy a gyártók a két különálló készülékből egységes rendszert hozzanak létre. A mai értelemben vett mosótorony koncepcióját az LG tette igazán ismertté a WashTower bevezetésével. Bár egymásra épített mosó- és szárítóegységek korábban is léteztek, az LG megoldásánál a két készülék egyetlen formatervezett egységet alkot, középen elhelyezett közös kezelőpanellel. A konstrukció előnye nem pusztán a helytakarékosság. A központi kezelőfelület kényelmes magasságba kerül, a mosógép és a szárítógép kommunikálhat egymással, a rendszer pedig például a mosási ciklus alapján automatikusan ajánlhat megfelelő szárítási programot. Mindez egységesebb megjelenéssel is párosul. Mivel a mosógép fölé telepített szárítógép amúgy is gyakori megoldás, a hagyományos készülékpárok egy részét a jövőben könnyen leválthatják az integrált tornyok.

Magyarországon a kategória még szűk. Az LG WashTower jelenleg több változatban is elérhető, a 60 cm széles WT1210 például 12 kg-os mosási és 10 kg-os szárítási kapacitást kínál. A Haier magyar kínálatában pedig már megjelent a Couture Care Collection 11 Laundry Center, amely egy 10 kg-os mosógépet és egy 8 kg-os hőszivattyús szárítót egyesít 160 cm magas készülékben.

Ki hol tart?

LG – A kategória egyik úttörője, WashTower modelljei Magyarországon is kaphatók, közös kezelőpanellel és egymással kommunikáló mosó- és szárítóegységgel.

Haier – A Couture Care Collection 11 Laundry Center már a magyar termékpalettán is szerepel, 10 kg-os mosási és 8 kg-os szárítási kapacitással, közös OLED kezelőfelülettel.

Hisense – Az IFA 2026-on bemutatott AI Laundry Station integrált mosótornyot központi kezelőfelület, automatikus tisztítás és mesterséges intelligenciával támogatott mosás és szárítás jellemzi.

TCL – A P9 AI SuperDrum Ultra Tower szintén Berlinben debütált, 54 cm átmérőjű dobbal, automatikus adagolással és hőszivattyús szárítással. Európai bevezetése 2027-ben várható.

Samsung – A Bespoke AI Laundry Hub elsősorban az észak-amerikai piacon képviseli ezt a kategóriát. A teljes méretű mosógépet és szárítót egyetlen toronyba integrálja, közös központi kezelőpanellel.

Electrolux – Az Egyesült Államokban 300 és 600 Series Laundry Tower néven kínál integrált, függőleges mosó- és szárítórendszereket.

Kettőnél több dob?

Az IFA 2026 azt is megmutatta, hogy a fejlődés nem feltétlenül áll meg a két egymás fölé helyezett dobnál. A gyártók egy része már több, egymástól független mosótérben gondolkodik, így például a fehér és színes, a normál és kényes ruhák vagy akár a gyermekruhák egyszerre, de teljesen elkülönítve kezelhetők.

A Haier Berlinben már négydobos rendszert is bemutatott, amely három mosódobot és külön szárítódobot kombinál. A Xiaomi Mijia Tri-Drum Washer Dryer Pro három elkülönített dobot használ, a Midea Omni Trio pedig szintén három, egymástól független vízkörrel és meghajtással rendelkező mosódobbal érkezett az IFA-ra.

Mindez arra utal, hogy a mosótorony nem feltétlenül egyetlen új készüléktípus lesz, hanem egy szélesebb változás kezdete. A hagyományos, egyetlen dobbal rendelkező mosógép mellett egyre nagyobb szerepet kaphatnak azok a moduláris vagy többzónás rendszerek, amelyek ugyanakkora alapterületen több, egymástól független ruhakezelési feladatot képesek elvégezni.



Mosó Masa okosdája

A mai mosógépek takarékosabb működéssel, intelligens programokkal, gőztechnológiával és automatizált adagolással teszik egyszerűbbé a mindennapi ruhaápolást. A keskeny elöltöltős modellek a kis helyiségek praktikus megoldásai, míg a felültöltős készülékek a kényelmes pakolás és a helytakarékos kialakítás hívei számára lehetnek ideálisak. A felsőkategóriában mindkét típusnál egyre fontosabb a hatékonyság, a kíméletes ruhakezelés és az intelligens vezérlés.

A kisebb lakásokban, garzonokban vagy szűk mosókonyhákban minden centiméter számít. A keskeny elöltöltős mosógépek éppen ezért népszerű választásnak számítanak: kisebb mélységük révén könnyebben elhelyezhetők a fürdőszobában, a konyhában vagy akár egy beépített szekrénysorban. Elöl nyíló ajtajuknak köszönhetően a mosási folyamat jól követhető, a készülék teteje pedig – megfelelő beépítés és stabil elhelyezés esetén – további tárolófelületként is használható. A konkrét kapacitás és a programkínálat modellenként eltér, ezért vásárlás előtt érdemes összevetni a készülék méreteit, dobkapacitását és energiafogyasztását. A felsőkategóriás keskeny elöltöltős mosógépeknél különösen fontos, hogy a kompakt méret ne járjon együtt a szükséges funkciók elvesztésével. A fejlett inverteres motor, a precíz dobmozgás-szabályozás, a csendes működés, az automatikus mosószer-adagolás és a ruhatöltethez igazított programoptimalizálás mind értékes kényelmi és hatékonysági szempont lehet. A digitális kijelző ma már szinte alapelvárásnak számít, ami a kezelést is megkönnyíti, ugyanakkor a fejlettebb modellek a használati szokásokból is tanulhatnak, illetve alkalmazáson keresztül számos extrát kínálnak a felhasználónak.

Van, aki felülről szereti

A felültöltős mosógépek legnagyobb előnye – nevükből eredően –, hogy a ruhákat felülről lehet a dobba helyezni. Ez sokak számára kényelmesebb, mert nem szükséges mélyen lehajolni a be- és kipakoláshoz. Keskeny kialakításuk miatt olyan fürdőszobákban is jó megoldást jelenthetnek, ahol az alapterület korlátozott, és nincs elegendő hely egy szélesebb elöltöltős készülék számára. A felültöltős típusok további előnye, hogy az ajtónyitáshoz nem kell szabad helyet hagyni a készülék előtt. Ugyanakkor a felső fedél kinyitásához felfelé szabad térre van szükség, ezért polc vagy munkalap alá történő elhelyezés előtt mindig ellenőrizni kell a beépítési lehetőségeket. A dobkapacitás és a centrifugálási teljesítmény szintén modellenként változik, így a választás során nem elegendő kizárólag a külső méreteket figyelembe venni. A felültöltős gépek fejlődésében is egyre nagyobb szerepet kapnak az energiatakarékos motorok, az automatikus töltetfelismerés, az optimalizált mosási ciklusok, valamint a digitális megoldások.

ÉSZ, ERŐ, ELEGANCIA



A
ENERGIAOSZTÁLY

SLIM
42,9 CM

6 KG

KOMPAKT MÉRET. NAGY TELJESÍTMÉNY.

A Philco PLDSI 126 A15 B elöltöltős mosógép 42,9 cm mély kialakításával kisebb helyiségekben is könnyen elfér. Energiatakarékos működése, inverteres motorja és antibakteriális programja hatékony, kíméletes és higiénikus mindennapi mosást biztosít.
Tudatosan innovatív.

WWW.PHILCO.HU

PHILCO
Famous for Quality the World Over



AEG
L6SE47DE

- **7 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **45 l vízfogyasztás**
- **75 dB zajszint**

Az AEG ökoinverteres motorral dolgozó mosógépe 100 ciklus alatt 45 kWh áramot fogyaszt. A 75 dB zajszinten működő modell több mint 10 programot kínál a ruhák tisztításához. Ezek kiválasztását közepes méretű LED kijelző könnyíti meg. A választható opciók között a 20 perces gyorsprogram is elérhető, amellyel 3 kg ruha mosható ki. A ciklusok késleltetve is indíthatók, valamint szabályozható a mosási hőmérséklet és a centrifuga fordulatszáma is, ennek a maximuma 1351 fordulat percenként. A teljes higiénia jegyében a Steam Anti Allergy mosás is elérhető a készüléken. A modell mélysége 45 cm.

Beko
BM3WFSU37013WPBB

- **7 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **43 l vízfogyasztás**
- **72 dB zajszint**

A Beko mosógépe OptiSense szenzorokkal minden mosás során a ruhanemű mennyiségéhez és szennyezettségéhez igazítja a vízmennyiséget és az energiafogyasztást, ezzel is optimalizálva a mosást. Extra funkcióként a SteamCure gőztechnológia behatol a szövetek belsejébe, vagyis folteltávolító és extra előmosás nélkül távolítja el a makacs foltokat, az allergéneket és a baktériumokat is. A hagyományos programok mellett a dobtisztítás is elérhető a higiénikus használat érdekében.





Candy
BQD 48SBL10U-S

- **8 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **42 l vízfogyasztás**
- **72 dB zajszint**

A Candy mosógépe Inverter BP motorral van felszerelve, ami nemcsak megbízható, de energiatakarékos működést is kínál. Az AutoDose funkció automatikusan adagolja a megfelelő mennyiségű mosószert minden egyes mosáshoz, az AirPro Wash technológia pedig mikrobuborékokat hoz létre, melyek növelik a mosás hatékonyságát. A modell kezelését nagy méretű digitális kijelző könnyíti meg, de a hOn alkalmazás távolról való vezérlést is lehetővé tesz. A készülék összesen 19 programot kínál, a mosási idő pedig akár 14 perc is lehet.

Electrolux
EWS6347DE

- **7 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **45 l vízfogyasztás**
- **75 dB zajszint**

Az ökoinverteres motorral dolgozó mosógép összesen 15 programot kínál a mosáshoz, köztük a 14 perces gyorsprogramot és az antiallergén programot gőzzel. Ez utóbbi a vasalást is megkönnyíti. A TimeManager funkció segítségével beállítható a programok hosszúsága anélkül, hogy kompromisszumot kellene kötni a tisztasággal. A mosás késleltetve is indítható, a beállításokat LED kijelző segíti. A 75 dB zajszinten dolgozó készülék energiafogyasztása 45 kWh/100 ciklus.





több idő arra, ami igazán számít

Az Electrolux 600-as mosógépek és szárítógépek új modelljei a FullWash 45' és QuickCare programokkal teszik gyorsabbá és kényelmesebbé a ruhaápolást.



FullWash 45'
gyors mosás, teljes töltettel

Az Electrolux 600-as mosógépek FullWash 45' programjával egy teljes töltetnyi ruha mindössze 45 perc alatt kimosható, 30 °C-on.*

*A „Full Wash" (teljes mosás) a gép maximális töltetére vonatkozik.

QuickCare
gyors segítség a sűrű napokon

Az Electrolux 600-as szárítógépek QuickCare programjával akár 4 kg ruha is megszárítható 75 perc alatt.**

**Belső teszt alapján, 4 kg szintetikus ruhatöltettel, 40% kezdeti nedvességtartalommal, az IEC 60456 szabvány szerint. A szárítási idő a textíliák típusától függően változhat.



FullWash 45' és QuickCare: az új Electrolux 600-as modellek gyors megoldásai a sűrű napokra. További információ: electrolux.hu



Gorenje
W3G6PS94A12

- **9 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **54 l vízfogyasztás**
- **72 dB zajszint**

A Gorenje mosógépé 16 különböző programot kínál, köztük a 14 perces gyors, antiallergén és babaruha programokat. Emellett a gőzprogram is elérhető a repertoárban, amely a ruhák frissítését és a gyűrődésmentesítést szolgálja. Az inverteres PowerDrive motor megbízható és csendes működést biztosít. A beállításokat digitális kijelző könnyíti meg, ahonnan a maradékidő is leolvasható. A centrifugálási sebesség maximuma 1400 fordulat percenként. A véletlen indítás ellen gyerekzár véd.



Haier
HW90-B14387TU1

- **9 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **42 l vízfogyasztás**
- **70 dB zajszint**

A Haier mosógépének innovatív Direct Motion motorja és az új AI technológiával dolgozó dinamikus egyensúlyozó rendszere rendkívül hatékony és halk mosási élményt nyújt. A mosási program befejezése után a dobba fújt tiszta levegő akár 12 órán át frissen tartja a ruhákat, megkönnyítve ezzel a vasalást is. A dob lézerhegesztésű belső felülete és az erős üvegajtó pedig kiváló tartósságot biztosítanak. A modell Wi-Fi és Bluetooth kapcsolaton keresztül távolról is irányítható, illetőleg felügyelhető.



Hisense
W90-B14387TU1-S

- **8 kg kapacitás f**
- **A energiaosztály**
- **42 l vízfogyasztás**
- **70 dB zajszint**

A Hisense mosógépe Auto funkcióval automatikusan felismeri a ruhákat és beállítja a mosási ciklusokat a személyre szabott mosás érdekében. A beállításokat LED kijelző könnyíti meg, amely mindig világos, könnyen érthető felületet kínál. A mosás bármikor megállítható, hogy a kifelejtett ruhákat a felhasználó hozzáadja az adott ciklushoz. Ami a programokat illeti, a 30 perces gyorsmosás is elérhető a repertoárban. Az intelligens modell képes kapcsolatot tartani a kompatibilis szárítógéppel a teljes ruhaápolás jegyében.



LG
F2X70S9TWS

- **9 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **50 l vízfogyasztás**
- **71 dB zajszint**

Az LG Inverter Direct Drive motorral rendelkező mosógépe 71 dB zajszinten végzi a munkáját, az energiafogyasztása pedig 35 kWh 100 ciklusra lebontva. A programok között a 14 perces gyorsmosás is megtalálható féltöltettel. A hatékonyság érdekében az AI DD technológia automatikusan kiválasztja az adott töltetnek megfelelő optimális dobmozgást. A beállításokat digitális kijelző könnyíti meg. A gőzt használó LG Steam technológia eltávolítja az allergén anyagok 99,9%-át, és puhítja a szöveteket. A maximális centrifugateljesítmény 1200 fordulat percenként.

Haier

Maximális frissesség, kíméletes tisztítás és extra gondoskodás minden mosásnál a Haier X Series 9 mosógéppel



Nagy kapacitás
A tágas dob a nagyobb mosásokhoz is elegendő helyet biztosít

Ultra Fresh Air
Akár 12 órán át megőrzi a ruhák és a dob frissességét*

Akár 70 dB-es halk működés
A Direct Motion motor-nak köszönhetően alacsonyabb zajszint**

hOn alkalmazás
Távolról is irányíthatod a készüléket, közvetlenül a telefonodról

Regisztráld új Haier készülékedet a vásárlást követő 30 napon belül a plusz egy év garanciáért. Részletek: pluszegyerv.hu

*A kellemetlen szagok kialakulásának csökkenése a mosási ciklust követően akár 12 órán keresztül. A Milánói Egyetem Környezettudományi és Környezetpolitikai Tanszéke által tesztelve.
**A rezgések amplitúdója 50%-kal csökkent. A Haier belső laboratóriuma által tesztelve.



Philco
PLDI 128 AB HU

- **8 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **48 l vízfogyasztás**
- **75 dB zajszint**

A Philco mosógépe olyan programokat kínál, mint a 15 vagy 30 perces gyorsmosás, az antibakteriális program vagy éppen a csendes, éjszakai üzemmód. Az említett programok gőzfunkcióval is kiegészíthetők, illetőleg az opció külön is használható a ruhák frissítésére. Emellett a dobtisztító program nemcsak a ruhákat, hanem a mosógépet is tisztán tartja, a késleltetett indítás pedig lehetővé teszi, hogy a tervezett időpontban érjen véget az adott program. A beállításokat a digitális kijelző teszi egyszerűvé.

Samsung
WW60A3120BE/LE

- **9 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **50 l vízfogyasztás**
- **72 dB zajszint**

A Samsung mosógépe digitális inverter technológiával biztosítja az energiatakarékos és csendes működést. A modell a 15 perces gyorsprogram mellett gőzfunkcióval is rendelkezik, amely eltávolítja a baktériumok 99,99 százalékát. A teljes higiénia jegyében a gyártó a dobtisztítás opciót is lehetővé teszi, amely eltávolítja a mosószer-maradványokat és a szennyeződéseket a dob belsejéből. A mosás a kényelmes használat jegyében késleltetve is indítható.





Sharp
ES-NFL214CWDA-EE

- **12 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **43 l vízfogyasztás**
- **77 dB zajszint**

A Sharp mosógépe gőzfunkcióval akár 12 perc alatt képes lefrissíteni a ruhákat, emellett pedig a 30 perces gyorsmosás is elérhető a programkínálatban. A modell Allergy Smart funkciót kínál a maximális higiénia jegyében, ez az opció ugyanis mosás közben eltávolítja az allergének és baktériumok meghatározott típusait, így gondoskodva a ruhákról. A beállításokat a digitális kijelző könnyíti, ahol a késleltetett indítás ideje is megadható. A biztonságos működés érdekében a habzás elleni védelem és a túlfolyás elleni védelem is elérhető a modellen.

Whirlpool
WAM 864BB HU

- **8 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **45 l vízfogyasztás**
- **76 dB zajszint**

A Whirlpool mosógépe személyre szabott beállításokat kínál, ennek jegyében szabadon programozható a mosási hőmérséklet, a centrifuga fordulatszáma vagy a gőzfunkció hozzárendelése is a programokhoz. A továbbfejlesztett 6. Érzék technológia intelligensen optimalizálja a víz- és energiafelhasználást a ruhamennyiséghez igazítva, ezzel hatékonyabb és kíméletesebb mosást biztosít. A FreshCare+ funkció akár 8 órán keresztül frissen tartja a ruhákat a program lejárta után, míg az AddGarment+ lehetővé teszi, hogy a mosás elindítása után a kimaradt ruhadarabokat is hozzáadhassuk a ciklushoz.





Keskeny dizájn, maximális tudás: Whirlpool WAM 864BB HU elöltöltős mosógép

A Whirlpool WAM 864BB HU keskeny elöltöltős mosógépe ötvözi a prémium gőzfunkciókat, „A" energiaosztályú hatékonyságot és 8 kg-os kapacitást egy helytakarékos, elegáns formába.

A mindössze 46,8 cm-es vázmélység (a gép teljes befoglaló mérete 85x60x50 cm) ellenére a készülék lenyűgöző, 8 kg-os (pamut) kapacitással bír, ami egy több fős család igényeit is kényelmesen kiszolgálja. A vizuális élményt a markáns, fekete kezelőpanel és a hangsúlyos fekete dobajtó teszi különlegessé, ami modern, prémium karaktert kölcsönöz a fürdőszobának. Ráadásul a nagyméretű digitális kijelzőhöz tartozó kezelőpanel teljesen magyar nyelvű.

A modell igazi szupererejea textíliákat kímélő gőztechnológiában rejlik. Az intenzív gőzmosás higiénikus tisztaságot garantál, míg a gőzöléses ruhafrissítés percek alatt távolítja el a kellemetlen szagokat és simítja ki a gyűrődéseket a tiszta, de hordott ruhákból. A rohanó mindennapok megmentője a FreshCare+ opció, amely a ciklus lejártát követően akár 8 órán át frissen és puhán tartja a ruhákat a dobban. Ha pedig az indítás után veszszük észre, hogy kimaradt egy póló, az AddGarment+ funkcióval utólag is gond nélkül a mosáshoz adhatjuk.

A csendes, megbízható Inverter motor (76 dBA zajszint) és a Whirlpool ikonikus 6. Érzék szenzortechnológiája garantálja, hogy a készülék a legszigorúbb „A" energiaosztály követelményeit is teljesítse (1400 fordulat/perces, „B" hatékonyságú centrifuga mellett). A HomeWhiz távoli elérésnek köszönhetően a mosás akár az okostelefonunkról is vezérelhető. A már eleve bőséges programkínálat – mint a 28 perces gyorsmosás, a tolltöltet-tisztítás vagy a sötét ruhákhoz való ciklus – a dedikált alkalmazáson keresztül letölthető extra programokkal tovább bővíthető. A WaterMode opcióval pedig a felhasználó döntheti el, hogy az adott töltetnél a maximális víztakarékosságot, vagy érzékeny bőr esetén az extra öblítést részesíti előnyben.

A WAM 864BB HU ideális választás azoknak, akiknek számít a tér optimalizálása, de kompromisszummentesen ragaszkodnak az okosotthon-kompatibilis vezérléshez, a textíliák professzionális ápolásához és az exkluzív megjelenéshez.

6th sense

Whirlpool



AEG
LTR8E363E

- **6 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **42 l vízfogyasztás**
- **79 dB zajszint**

Az AEG felültöltős mosógépe PowerCare technológiát alkalmaz, amely a finom ruhaneműket is maximálisan kényezteti, még a rövidebb ciklusok során is. Az 59 perces PowerClean program eltávolítja a foltokat már 30 °C-on, ugyanakkor a gőz funkcióval még rövidebb idő alatt, mindössze 25 perc alatt frissíti a ruhákat. Az ÖKO Inverter motornak köszönhetően a mosógép hosszú ideig és energiatakarékosan működik. A használatot LCD kijelző könnyíti meg, ahol a mosás kezdete is állítható 0 és 24 óra között.

Beko
TB721DAESEE

- **7 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **42 l vízfogyasztás**
- **76 dB zajszint**

A Beko mosógépe rezgésmentesen és alacsony zajszinten végzi a munkáját. Összesen 15 programot kínál a modell, köztük a népszerű gyors és ECO programokat is. A SteamCure gőztechnológiával a ruhák szintén rövid idő alatt frissíthetők, de hasznos lehet a funkció olyan kényes darabokhoz is, mint például a babaholmik, vagy finomabb ágyneműk. A maximális centrifugálási fordulatszám 1200/perc. A beállításokat digitális kijelző könnyíti meg, melyről a hátralévő idő is leolvasható.





Candy
TCAS 276TM6-S

- **7 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **42 l vízfogyasztás**
- **77 dB zajszint**

A Candy mosógépe inverteres motorral rendelkezik, melynek köszönhetően az energiafogyasztás minimalizálódik. Az „A” energiaosztályú modell már akár 14 perc alatt képes tisztára varázsolni a kevésbé szennyezett ruhadarabokat. A speciális AI Weight Sense funkcióval automatikusan beállítja a kiválasztott mosási ciklus optimális paramétereit a ruhák által felszívott víz elemzésével, így extra fogyasztás nélkül tökéletesen kimossa a ruhákat. A gőz funkció alkalmazásával pedig a ruhák frissítése is gyerekjáték.

Electrolux
EW6T1827E fullwash45

- **7 kg kapacitás**
- **B energiaosztály**
- **52 l vízfogyasztás**
- **78 dB zajszint**

Az Electrolux mosógépe AI WashAssist intelligens töltetérzékelővel rendelkezik, így a programok hossza a saját időnkhöz rendelhető. A gép a töltethez igazítja az időt, a víz- és energiafelhasználást. A modell számos programot kínál, köztük a FullWash 45‘ programot, amellyel a teljes töltet kimosható 30 °C-on, mindössze 45 perc alatt. Az Inverter Motor+ pontos vezérlést és egyenletes működést biztosít. A FlexiDose adagolófiók könnyen tölthető, valamint egy mozdulattal kivehető, ezért a tisztítása is egyszerű.





Hatékony mosás, praktikus, keskeny kivitelben

Kisebb fürdőszoba, szűkebb mosókonyha vagy egyszerűen több szabad tér – egy keskeny mosógép választásának számos oka lehet. A Beko BM3WFSU37013WPBB egyik legfontosabb előnye a mindössze 41,8 cm-es vázmélység, amely különösen kedvező érték a keskeny mosógépek kategóriájában. A kompakt kialakítás ráadásul nem jár együtt kisebb kapacitással: a gép 7 kg ruha mosására alkalmas, így a mindennapi háztartási igényeket is kényelmesen kiszolgálja.

EnergySpin – hatékonyság a gyakran használt programoknál

A helytakarékos kialakítás modern technológiával párosul. Az EnergySpin speciális dobmozgások segítségével támogatja a mosószer hatékonyabb feloldódását, így több gyakran használt program esetében is alacsonyabb energiafelhasználást tesz lehetővé.*

A modell emellett A energiaosztályú, ami további fontos szempont lehet a készülékválasztásnál.

Gőzzel a kényelmesebb ruhaápolásért

A SteamCure® gőztechnológia gőz segítségével támogatja a mosást, segítve a szennyeződések kezelését és a ruhák gyűrődéseinek csökkentését. A gyors és speciális programok pedig lehetővé teszik, hogy a mosás könnyebben alkalmazkodjon a háztartás napi ritmusához.

Az AquaWave® dob speciális kialakítása kíméletesebb ruhaápolást tesz lehetővé, míg az OptiSense® érzékelők a mosási folyamat felügyeletével támogatják az optimális működést.



AddXtra – ha egy ruhadarab még kimaradt

Ismerős helyzet, amikor a program elindítása után kerül elő egy elfelejtett póló vagy zokni? Az AddXtra funkcióval a mosási ciklus kezdeti szakaszában további ruhadarabok adhatók a töltethez – egy apró funkció, amely a mindennapokban kifejezetten praktikus lehet.

A BM3WFSU37013WPBB jól példázza, miért lehet vonzó választás egy korszerű keskeny mosógép: kevesebb helyet igényel, miközben 7 kg-os kapacitást, valamint a kényelmet és a hatékony működést támogató technológiákat kínál.

*Az EnergySpin technológia energiamegtakarítása programtól és modelltől függ; a vonatkozó termékspecifikus feltételek szerint.



Gaba
GMW-612CSB

- **6 kg kapacitás**
- **C energiaosztály**
- **43 l vízfogyasztás**
- **78 dB zajszint**

A Gaba 6 kg kapacitású felültöltős mosógépe összesen 16 programot kínál a napi mosáshoz, köztük a gőzzel történő ruhafrissítést, illetőleg a tizenöt perc alatti gyorsmosást, valamint a kímélő ECO programot is. Külön állítható a mosási hőmérséklet, a centrifuga fordulatszáma, a késleltetett indítás, valamint olyan opciók közül lehet választani, mint az extra öblítés vagy az előmosás funkció. A használatot digitális kijelző könnyíti meg. A biztonsági funkciók között a véletlen indítás elleni gyerekzár is megtalálható.

Haier
HW90-BPD13386U1

- **9 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **48 l vízfogyasztás**
- **72 dB zajszint**

A Haier felültöltős mosógépének a tetején érintésvezérlésű LCD kijelző kapott helyet, amely folyamatos információkkal szolgál a mosás állapotáról és a használatot is megkönnyíti. Az intelligens I-Time funkció lehetővé teszi a mosás időtartamának finomhangolását, így az rövidíthető, de hosszabbítható is. A dob speciális párna alakzatú részekből áll, melyek kíméletesen bánnak a finom anyagokkal is. A Smart AI automatikusan felismeri a ruha mennyiségét és típusát minden töltetnél, és 2500 lehetséges kombináció közül választja ki az ideális mosó- és öblítőszer adagot.





Midea
MF100T70BA10/W-HR

- **7 kg kapacitás**
- **B energiaosztály**
- **52 l vízfogyasztás**
- **78 dB zajszint**

Egy LED kijelző segíti a Midea mosógépének a használatát, melyen 14 különböző program közül választhatunk. A memória funkciónak köszönhetően a kedvenc beállításokat el is lehet menteni. A modellen olyan kényelmi funkciók érhetőek el, mint a mosás szüneteltetése, a hangjelzés kikapcsolása, a gyermekzár vagy a 24 órás indításkésleltetés. Az inverter BLDC motor hosszú élettartamot, alacsony rezgést és energiatakarékos működést garantál.

Whirlpool
TW721WBSSWAHU

- **7 kg kapacitás**
- **A energiaosztály**
- **45 l vízfogyasztás**
- **72 dB zajszint**

A Whirlpool mosógépe optimalizált szoftveralgoritmussal és a megnövelt motorteljesítménnyel biztosítja az alacsony energiafogyasztást és a minimális rezgésszintet, még centrifugálás során is. A 7 kg kapacitású modell kezelését digitális kijelző segíti, melyen ugyanúgy beállítható a késleltetett indítás, mint ahogy leolvasható róla a maradékidő is. A készülék a mosás befejeztével a dobot mindig a nyitási pozícióban állítja meg, így téve egyszerűvé a ruhák kivételét. A véletlen indítás ellen gyermekzár véd.





Kompakt forma, kompromisszummentes intelligencia: Whirlpool TW721WBSSWAHU felültöltős mosógép

A 40 cm keskeny felültöltős mosógépek a helyhiánnyal küzdő fürdőszobák megmentői, ám a fogyasztók ma már ezen a piacon is a csúcskategóriás dizájnt és a legmodernebb okosfunkciókat keresik. A Whirlpool TW721WBSSWAHU modellje – a széria 6 és 6,5 kg-os változatai mellett – lenyűgöző, 7 kg-os kapacitásával bizonyítja: a prémium ruhaápolás kis helyen is kompromisszumok nélkül elfér.

A megszokott, tisztán fehér gépek tengeréből azonnal kitűnik a modell hófehér készülékháza és a vele éles kontrasztot alkotó, markáns fekete kezelőpanel. A nagyméretű digitális kijelző nemcsak elegáns, de a teljesen magyar nyelvű feliratoknak köszönhetően végtelenül felhasználóbarát is. A beépített WIFI kapcsolat révén pedig a gép zökkenőmentesen integrálható a modern okosotthonok rendszereibe, így a távvezérlés is pillanatok alatt megoldható.

A készülék technológiai szíve a SenseWash intelligencia. Minden mosási ciklusnál két kifinomult szenzor dolgozik össze intuitív módon, hogy a betöltött ruha mennyiségéhez és típusához igazodva válasszák ki az ideális programot és annak pontos hosszát. Ezt a precizitást a beépített átfolyásmérő teszi tökéletessé, amely rendkívül pontosan szabályozza a vízfelhasználást. A gépet egy modern, szénkefe nélküli Orca Inverter motor hajtja, amely nem csupán a legszigorúbb „A" energiaosztályú működést, hanem kiemelkedően csendes, mindössze 72 dBa zajszintű („A" zajosztályú) üzemelést garantál – még az 1200 fordulat/perces centrifugálás során is.

15 választható program között olyan különlegességek kaptak helyet, mint a Gőzfrissítés, amely percek alatt eltünteti a szagokat a textíliákból, vagy a FreshCare+ opció, ami a mosás végeztével is gyűrődésmentesen és frissen tartja a ruhákat a dobban. A kényelmet a mérnöki finomítások koronázzák meg: a dobpozícionálásnak köszönhetően a dobajtó a program végén mindig pontosan felfelé áll meg, a könnyített nyitás pedig egyetlen finom mozdulattal enged hozzáférést a frissen mosott ruhákhoz.

A Whirlpool TW721WBSSWAHU több mint egy praktikus háztartási gép: egy elegáns, csendes és intelligens társ a mindennapokban. Ápolásához és az exkluzív megjelenéshez.

6th sense

Whirlpool



Haier: erősödő piaci pozíció, ambiciózus folytatás

A 2025 tavaszán elindított új stratégia eddigi eredményeit és a következő időszak terveit mutatta be a Haier az Innovation Night rendezvényen. A Madame Tussauds Budapest különleges környezetében megrendezett eseményen Huczka István, a Haier Hungary ügyvezetője többek között a márka piaci pozíciójának erősödéséről, az új prémium szervizhálózatról, a retail media szerepéről és a 2027-ben induló Bajnokok Ligája-szponzorációról is beszélt.

A tavaly meghirdetett stratégiai átalakítás legfontosabb lépéseit a vállalat végrehajtotta, és a következő időszakban már ezek eredményeire szeretne építeni. A stratégia egyik központi eleme továbbra is az „elérhető prémium” pozicionálás. A Haier prémium technológiákat és innovációkat szeretne szélesebb fogyasztói kör számára elérhetővé tenni, miközben jelentősen növelné a márka ismertségét Magyarországon. Ez utóbbi Huczka István szerint jelenleg az egyik legfontosabb feladat, hiszen miközben a Haier globálisan rendkívül erős márka, hazánkban a márkaismertség még nem éri el azt a szintet, amelyet a vállalat szeretne.

Az elmúlt egy év számai ugyanakkor már komoly előrelépést mutatnak. A vállalat 2026 szeptemberére elérte azt a forgalmi nagyságrendet, amelyet 2025 egészében produkált. Különösen látványos a fejlődés a hűtés területén, ahol a korábbi mintegy 4 százalékos piaci részesedés 12 százalék körüli szintre emelkedett. A Haier márka önmagában augusztusban 6 százalékos részesedést ért el ebben a kategóriában. Mosásban szintén kétszámjegyű, 10 százalék feletti piaci részesedésről számolt be az ügyvezető.

A következő időszak egyik fontos feladata a Candy márka további erősítése és az innovatív termékváltás folytatása. A Candy az elmúlt években átfogó megújuláson ment keresztül. Új arculatot és logót kapott, miközben a termékportfólió is fokozatosan megújul. A márka fejlesztése során a Haier Europe technológiai tudását építik be a Candy hagyományosan olasz, könnyen használható és elérhető termékkoncepciójába. Az okosfunkciók és a digitális szolgáltatások terén a csoport közös hOn platformja kap fontos szerepet. A cél, hogy az új kínálat és technológiai háttér Magyarországon is tovább erősítse a Candy pozícióját.

Ugyanakkor vannak olyan területek, ahol a vállalat saját értékelése szerint még jelentős fejlődési lehetőség áll előtte. Ilyen mindenekelőtt a beépíthető készülékek piaca, valamint a mosogatás. Ezekben a szegmensekben különösen fontos a márkaismertség növelése, hiszen a vásárlók gyakran komplett konyhai megoldásban gondolkodnak, így egyetlen erős termékkategória önmagában nem feltétlenül elegendő.

Regionális támogatással folytatódhat a növekedés

A magyarországi terveket Gregor Grzina, a Haier Europe közép- és kelet-európai régiójának ügyvezető igazgatója is megerősítette. Mint elmondta, a régiós központ teljes mértékben elkötelezett a magyar csapat támogatása mellett, és a kereskedelmi partnerekkel együtt fenntartható, hosszú távú növekedésre törekszik.

A következő évek egyik meghatározó iránya a fogyasztói igényekből kiinduló innováció lesz. A vállalat olyan fejlesztésekre koncentrálna, amelyek valós felhasználói igényekre reagálnak, új funkciókat hoznak a piacra, és akár korábban kevésbé jelentős termékszegmenseket is képesek tovább építeni.



A régiós vezető hangsúlyozta, hogy a Haier nem egyszerűen a versenytársak követésében gondolkodik, hanem olyan új megoldásokat szeretne piacra vinni, amelyek kézzelfogható értéket nyújtanak a fogyasztóknak. Mindezzel párhuzamosan a márkák erősítése és láthatóságuk növelése is kiemelt szerepet kap.

Nemcsak a termékkel akarnak versenyezni

Huczka István szerint ma már szinte minden jelentős gyártó rendelkezik jó termékekkel, ezért a verseny egyre inkább arról szól, milyen további szolgáltatásokat tud egy márka biztosítani a vásárlóknak. Ennek jegyében indította el a Haier tavasszal prémium szervizhálózatát. A rendszerben 30 szervizpartner dolgozik országos lefedettséggel, szigorúan meghatározott teljesítménymutatók mellett. A cél, hogy a hibabejelentést követően nyolc órán belül megtörténjen a kapcsolatfelvétel a fogyasztóval, a javítás pedig lehetőség szerint öt napon belül lezáruljon. A Haier ezt nemcsak ügyfélélményt javító szolgáltatásnak tekinti, hanem olyan konkrét értékesítési érvnek is, amely megkülönböztetheti a márkát a versenytársaktól.

A következő évben a retail media is nagyobb szerepet kap a vállalat stratégiájában. A Haier szeretné jobban megérteni és támogatni a fogyasztói döntési folyamatot, és a kereskedelmi partnerekkel együttműködve növelni a termékek láthatóságát az értékesítési pontokon. Ehhez erősebb kommunikációs aktivitás és további marketingbefektetés is társul majd.

A Bajnokok Ligája adhat további lendületet

A márkaismertség növelésének egyik legfontosabb eszköze a sport lesz. A Haier 2027-től négy éven keresztül az UEFA Bajnokok Ligája szponzoraként jelenik meg. A partnerség jelentősen növelheti a márka láthatóságát, de a cél nem pusztán a futballpályák melletti megjelenés. A globális együttműködésre Magyarországon is átfogó kommunikációs kampány épül majd, amelyet retail media aktivitásokkal és kereskedelmi megjelenésekkel egészítenek ki.

A márkaépítés mellett a kereskedelmi jelenlét további erősítése is fontos szerepet kap. A Haier az elmúlt évben lényegesen több értékesítési ponton vált láthatóvá és elérhetővé, a következő lépés pedig az, hogy ezt a jelenlétet erősebb fogyasztói ismertséggé alakítsák.

Az Innovation Night szakmai programja a design és az innováció világával folytatódott. Az est vendége volt Federico Ferretti, a Haier milánói designközpontjának vezetője is, aki a jövő formatervezési irányairól beszélt. A Madame Tussauds különleges helyszíne és a termékbemutatók jól illeszkedtek ahhoz az irányhoz, amelyet a Haier a magyar piacon is erősíteni szeretne, vagyis a technológia, a design és a szolgáltatások együttes előtérbe helyezéséhez.

A Haier elhozott néhány, a berlini IFA-n bemutatott különleges újdonságot is. Az Aura sütő többek között AI Vision technológiát, beépített kamerát, vezeték nélküli maghőmérőt, nagyméretű TFT-kijelzőt, valamint pirolitikus és hidrolitikus tisztítást kínál. A Lunar Black modell matt fekete kivitelével, AirFry XL funkciójával és fejlett sütési megoldásaival képviseli a prémium kategóriát.

A hűtés egyik látványos újdonsága a Horizon, egy 630 literes, intelligens tárolási megoldásokkal felszerelt modell. A Magic Zone és az Adaptive Humidity Zone különböző élelmiszerekhez igazítható tárolási feltételeket biztosít, míg az Active Fresh Tech a frissesség hosszabb megőrzését szolgálja. A mosás területén a Vision 15 több mesterséges intelligenciára épülő funkciót vonultat fel. Az AI Vision, az AI Power Sense System és az AI Memory a programok automatikus optimalizálását segíti, a készülék emellett többek között háromrekeszes SmartDose adagolórendszert, Direct Motion technológiát és hőszivattyús szárítási megoldást is kínál. A Laundry Tower különlegessége a négy dobos kialakítás, amely lehetővé teszi különböző ruhatípusok párhuzamos kezelését. A mosogatógépek között a Biovitae jelentette az egyik érdekes újdonságot. A készülék Biovitae Sanitizing Light fertőtlenítő fényt, H-Spray Arm mosórendszert, 16 terítékes Maxi Tub belső teret kínál, miközben a fejlesztésben a higiénia, az alacsony zajszint és az energiahatékonyság is kiemelt szerepet kapott.





Magyarországra is megérkezett az ECOVACS

A robotika egyre inkább a mindennapok részévé válik. Az 1998-ban alapított ECOVACS évtizedek óta fejleszti az automatizált takarítás megoldásait. A DEEBOT robotporszívók és a WINBOT ablaktisztító robotok legújabb generációja azt mutatja meg, hogyan válhat a padló és az üvegfelületek tisztítása egyszerűbbé és hatékonyabbá. A márka termékei mostantól hivatalosan Magyarországon is elérhetők.

Egy új márka megismerésekor jogos kérdés, milyen tapasztalat és fejlesztési háttér áll a termékek mögött. Az ECOVACS több mint 25 éve foglalkozik robotikai megoldások fejlesztésével. A vállalatot 1998-ban alapították, az ECOVACS ROBOTICS márka pedig 2006-ban jött létre. Első DEEBOT padlótisztító robotját 2007-ben, első WINBOT ablaktisztító robotját pedig 2011-ben mutatta be a gyártó. A vállalat termékeit világszerte már 38 millió háztartás használja, mostantól pedig Magyarországon is hivatalosan elérhetők. A fejlesztések középpontjában az automatizálás, az intelligens navigáció és a mindennapi használat kényelme áll, a kínálat pedig ma már a padló- és ablaktisztító robotok mellett a GOAT robotfűnyírókra és az ULTRAMARINE medencetisztító robotokra is kiterjed.

Prémium takarítás, porzsák nélkül

A DEEBOT X12S OmniCyclone az ECOVACS padlótisztító kínálatának csúcsmodellje, amely a nagy teljesítményű takarítást a lehető legkevesebb kézi beavatkozással ötvözi. BLAST™ technológiája akár 53 AW szívóteljesítményt és 27 l/s légáramlást biztosít, az OZMO™ ROLLER 3.0 felmosóhenger pedig folyamatosan, nagynyomású tisztavíz-sugárral tisztítja önmagát. A FocusJet™ technológia célzottan előáztatja a beszáradt foltokat, így a makacs szennyeződések eltávolítása is



hatékonyabb lehet. A modell egyik legfontosabb különlegessége az OmniCyclone ciklonos dokkolóállomás, amely porzsák nélkül gyűjti össze a port, emellett automatikusan gondoskodik a felmosóhenger mosásáról, szárításáról és a vízkezelésről. A mesterséges intelligenciával támogatott AIVI® 3D 4.0 akadályfelismerés, a szélek menti tisztítást segítő TruEdge™ rendszer és a hajszálak feltekeredését mérséklő ZeroTangle™ technológia tovább csökkenti a felhasználó teendőit. Az éjszakai látást segítő LED-világítás gyengébb fényviszonyok között is támogatja a pontos akadályfelismerést.

Hatalmas teljesítmény, automatizált padlóápolás
A DEEBOT T90S PRO OMNI a nagy szívóerőt és az alapos felmosást ötvözi magas szintű automatizálással. BLAST™ technológiája akár 40 000 Pa szívóerőt kínál, a 27 centiméteres OZMO™ ROLLER 3.0 henger pedig folyamatos öntisztítással dolgozik, hogy a szennyeződések ne kerüljenek vissza a padlóra. A rendszer a makacs foltok eltávolítását is támogatja, szőnyeg érzékelésekor pedig automatikusan megemeli a felmosóhengert.

Az OMNI dokkolóállomás elvégzi a portartály ürítését, a víz utántöltését, valamint a felmosóhenger forró vizes tisztítását és meleg levegős szárítását. Az intelligens navigáció a bonyolultabb alaprajzokhoz is alkalmazkodik. A robot alkalmazáson keresztül és hangasszisztens segítségével is vezérelhető, így a takarítás a napi rutinhoz igazítható. A beépített LED-világítás gyenge fényviszonyok mellett is támogatja az akadályfelismerést. A 4000 mAh-s akkumulátor bizonyos takarítási üzemmódokban akár 350 perces működést tesz lehetővé. A PowerBoost technológia a felmosóhenger minden mosásakor részben feltölti az akkumulátort az állomásban, így a robot gyakorlatilag megállás nélkül takaríthat. A modell fekete és fehér színben is elérhető lesz.



Az ablaktisztítás új generációja
A nagy üvegfelületek tisztítása sok időt és energiát igényelhet, különösen akkor, ha az ablakok nehezen hozzáférhetők. A WINBOT W3 OMNI egyik legfontosabb újítása a Vortex Wash multifunkciós állomás, amely automatikusan kimossa a tisztítókendőt, így jelentősen csökkenti a használat közbeni kézi munkát. A permetezőrendszer fellazítja a szennyeződéseket, a mikroszálas kendő pedig eltávolítja azokat. A TruEdge™ technológia két lehúzót használ, amelyek az ablak szélein automatikusan leereszkednek, és alaposan megtisztítják a kereteket és a sarkokat. A 9000 mAh-s akkumulátor akár 130 perces üzemidőt biztosít, így a robot egyetlen töltéssel akár 120 m^2 felületet is megtisztít.

Az intelligens WIN-SLAM 5.0 navigáció pontosan megtervezi a tisztítás útvonalát. A készülék hét tisztítási üzemmódot kínál, és különböző méretű ablakokon, tükrökön, illetve más sima üvegfelületeken is használható. Az akár 10 000 Pa szívóerő a stabil tapadást, a 12 fokozatú biztonsági rendszer pedig a biztonságos használatot segíti.



Precizitás egészen az ablak széléig
A WINBOT W2S OMNI a kényelmes és alapos ablaktisztításra helyezi a hangsúlyt. Egyik legfontosabb megoldása a TruEdge™ technológia, amely a szélekhez érve külön tisztítóhengert aktivál, így a keretek és a sarkok környéke is nagyobb figyelmet kap. A WIN-SLAM 4.0 navigáció segíti a rendezett útvonaltervezést, a 8000 Pa szívóerő pedig a stabil tapadást támogatja.

A hordozható, 6 az 1-ben állomás és a hálózati vagy akkumulátoros működés különösen rugalmassá teszi a használatot. A készülék így akkor is bevethető, ha az ablak közelében nincs konnektor. A 110 perces üzemidő és a hétféle tisztítási mód, köztük a kézi vezérlés, lehetővé teszi, hogy a robot különböző feladatokhoz is jól alkalmazkodjon. A biztonságos használatot intelligens hajtásrendszer és 12 fokozatú biztonsági rendszer támogatja.



Hivatalos háttér Magyarországon
Az ECOVACS magyarországi megjelenése a termékek hivatalos forgalmazása mellett szervezett garanciális hátteret is jelent. A szervizeléshez Pick & Return szolgáltatás kapcsolódik: szükség esetén futár díjmentesen szállítja a készüléket a hivatalos központi szervizbe, majd a javítást követően vissza a vásárlóhoz. A cél, hogy a garanciális ügyintézés minél egyszerűbb és gyorsabb legyen. A termékekhez teljes tartozékválaszték is elérhető, így a hivatalos magyarországi jelenlét a vásárlás utáni támogatásra is kiterjed.

ECOVACS



Kávé új hullámon

Átalakulóban a kávégépek piaca

A kávégépek piacán egyszerre két, első pillantásra egymással ellentétes irány erősödik. Miközben egyre többen keresik az otthoni baristaélményt és a kávékészítés feletti nagyobb kontrollt, a teljesen automata készülékek is egyre többet vállalnak át a felhasználótól. Mindehhez új italtrendek, hidegen készített kávék, intelligensebb technológiák és egy újabb fejlesztési irány társul, a gyártók egyre több funkciót próbálnak egyre kisebb készülékházba zsúfolni.

A kávé Európában továbbra is kiemelkedően fontos fogyasztási kategória. Az European Coffee Federation adatai szerint a kontinensen évente mintegy 3,26 millió tonna kávé fogy, amivel Európa a világ legnagyobb kávéfogyasztó régiója, a globális fogyasztás mintegy 31 százalékát adva. Naponta hozzávetőleg 1,1 milliárd csésze kávét fogyasztanak el Európában, és az európaiak több mint 70 százaléka naponta iszik kávét.
Az egy főre jutó fogyasztás ugyanakkor jelentős eltéréseket mutat. A legnagyobb fogyasztók között Svédország és Dánia emelhető ki, ahol az éves mennyiség eléri a 10 kilogrammot fejenként, míg Magyarországon ez körülbelül 2–2,6 kilogramm.



A kis háztartási gépek piaca 2026-ban az egyik dinamikusabban fejlődő terület lehet a műszaki fogyasztási cikkek között. Az NIQ GfK előrejelzése szerint Nyugat-Európában a kategória értékben 5–7 százalékos növekedést érhet el, Kelet-Európában pedig mintegy 6 százalékos bővüléssel számolnak.
A növekedésben szerepet játszik a koronavírus-járvány idején vásárolt kisgépek cseréjének megindulása, de ennél is fontosabb, hogy a fogyasztók továbbra is hajlandók többet költeni azokra a készülékekre, amelyek jól érzékelhető pluszt kínálnak teljesítményben, kényelemben vagy funkcionalitásban. A magyar kávéfőzőpiac szintén fejlődik, a NIQ GfK szerint a piac évek óta pozitív pályán van, 2026-ban pedig értékben körülbelül 3–5 százalékos növekedés várható.

Az ár továbbra is fontos döntési tényező, ugyanakkor a készülékek fejlődése ma már messze túlmutat azon, hogy egy gép jó eszpresszót vagy cappuccinót tud-e készíteni.
A választék egyre inkább az elkészítés módjáról, a személyre szabhatóságról, az italválasztékról, a készülék méretéről és magáról a kávékészítés élményéről szól.

Otthon is baristaként

Az utóbbi évek egyik leglátványosabb jelensége a karos, illetve félautomata eszpresszógépek iránti érdeklődés növekedése. A trend mögött részben az áll, hogy a minőségi kávé fogyasztása egyre kevésbé korlátozódik a kávézókra. Sokan otthon is szeretnék reprodukálni az ott megszokott eredményt, és ehhez hajlandók időt, figyelmet és pénzt is áldozni.

A magyar piacon is jól látható ez az irány. Az NIQ GfK adatai szerint eladott darabszám alapján a teljesen automata gépek a piac 22 százalékát, a kapszulás modellek 35 százalékát, a magas nyomással működő karos készülékek pedig 13 százalékát adják. Az alacsonyabb nyomású, úgynevezett Steam Solo gépek részesedése 18 százalék.

Jelenleg a karos gépek számítanak a legdinamikusabban fejlődő kategóriának, ezen belül azonban kifejezetten a beépített őrlővel rendelkező modellek növekednek erősen. Ez azért is érdekes, mert ezek a gépek egy új köztes kategóriát teremtenek a teljesen manuális és a teljesen automata kávékészítés között.

A gyártók többféleképpen reagálnak erre a növekvő igényre. A **Bosch** HomeCafé Series 4 integrált őrlővel, 30 őrlési fokozattal és 58 milliméteres szűrőtartóval hozza közelebb a baristaélményt, miközben az adagolás és a tömörítés továbbra is a felhasználó feladata. A **De'Longhi** La Specialista Touch már több automatizált segítséget ad. Beépített őrlő, érintőkijelző és automatikus tejhabosítás támogatja a használatot, miközben a gép a különböző kávébabokhoz is képes igazodni.
A **Sage** Oracle Jet még tovább megy. Automatikusan őröl, adagol és tömörít, kijelzője segíti az extrakciót, emellett automatikus tejhabosítást, Cold Brew és Cold Espresso programot is kínál.

Mi kell a jó eszpresszóhoz?
A jó eszpresszó nem egyetlen beállításon múlik. Az őrlemény mennyisége és finomsága, a víz hőmérséklete, a nyomás, az extrakció ideje és az elkészült ital aránya együtt határozza meg az eredményt. Már kisebb eltérés is érezhető változást okozhat az ízben. Egy dupla eszpresszóhoz jellemzően 18–20 gramm őrölt kávét használnak, amelyből nagyjából kétszeres mennyiségű, körülbelül 36–40 gramm ital készül. Az extrakció általában 25–30 másodpercig, nagyjából 9 bar nyomáson, 90–96 °C közötti vízzel történik.

Legalább ilyen fontos az őrlés finomsága. Ha az őrlemény túl durva, a víz gyorsan áthalad rajta, az eredmény hígabb és savasabb lehet. Túl finom őrlés esetén az extrakció lelassul, ami keserűbb, túlextrahált ízekhez vezethet. A megfelelő és egyenletes tömörítés szintén szükséges ahhoz, hogy a víz egyenletesen haladjon át a kávépogácsán. A frissen őrölt kávé, az egyenletes őrlemény és a stabil hőmérséklet legalább olyan fontos, mint maga a gép. A modern karos készülékek ezért egyre pontosabb őrlőkkel, PID hőmérséklet-szabályozással, nyomásmérővel és előáztatási lehetőségekkel segítik a reprodukálható eredményt.

A **Gaggia** Classic UP ezzel szemben a professzionális kávégépek mellett megszokott anyaghasználattal, precíz, PID hőmérséklet-szabályozással, előáztatási beállításokkal, shot timerrel, nyomásmérővel és könnyen átlátható kijelzővel segíti a home barista munkáját, megajándékozva a manuális alkotás örömével.

A négy példa jól mutatja, mennyire kitágult a karos kategória. A teljesen manuális élménytől egészen az olyan gépekig terjed, amelyek már szinte minden nehezebb lépést elvégeznek a felhasználó helyett.

A másik véglet is erősödik
Miközben az egyik vásárlói csoport egyre több kontrollt keres, a másik éppen az ellenkezőjét várja: minél jobb kávét, minél kevesebb beavatkozással. Ez hajtja tovább a teljesen automata gépek fejlődését. Az új generációk már nem néhány alapreceptet kínálnak, hanem egyre inkább komplett italmenüként működnek.

Az IFA 2026-on bemutatott **Siemens** EQ600 iAroma akár 25 specialitást kínál közvetlenül a készülékről, további receptek pedig alkalmazásból érhetők el. A gép kedvenc italokat is tárol, XL programjai pedig nagyobb poharakhoz készültek. A **JURA** S10 még tovább bővíti a kínálatot: 45 specialitást kínál Hot Brew, Light Brew, Cold Brew és Sweet Foam kategóriákban, felhasználói profilokkal kiegészítve. A fejlődés iránya jól látható. Az automata kávégép egyre kevésbé egyszerű eszpresszógép, sokkal inkább egy komplett italplatform.

A hideg kávé már nem mellékszereplő
Az egyik legérdekesebb új irány a hidegen készített kávé térnyerése. Ami néhány évvel ezelőtt még elsősorban kávézói trend volt, az ma már egyre több otthoni kávégép funkciólistáján jelenik meg. Németországban 2026 első felében a Cold Brew készítésére alkalmas teljesen automata kávégépek értékesített darabszáma 42,5 százalékkal nőtt az előző évhez képest. Magyarországon ugyanez a trend egyelőre kisebb volumenben jelentkezik, de a fejlődés rendkívül gyors. Az NIQ GfK szerint a Cold Brew funkcióval rendelkező gépek értékesítése évről évre nagyjából megduplázódik. Jelenleg azonban még csak körülbelül 2 százalékos szegmenst képviselnek.

A 2026-os IFA-n több gyártó is
továbbfejlesztette ezt a koncepciót. A **JURA** S10 kétféle hideg extrakciót kínál, köztük az új Intense Cold Brew eljárást. A **NIVONA** ennél is tovább lépett. Az új NIVO 8000 modellek Nitro Coffee készítésére is képesek. A cél a hideg, krémes és finom buborékos textúrájú ital előállítása otthoni környezetben. A **De'Longhi** és a **Sage** karos gépeinél szintén megjelenik a Cold Brew, ami azért érdekes, mert a hideg kávé már nem kizárólag az automata készülékek extra funkciója. Mindez jól példázza a kávégéppiac egyik fontos változását. A gyártók ma már folyamatosan figyelik a kávézók italtrendjeit, majd ezeket próbálják otthoni környezetben, egyre egyszerűbben reprodukálható formában kínálni.

Nagy tudás, kis helyen
A technológiai fejlődés mellett egy másik, kevésbé látványos, de egyre markánsabb irány is megfigyelhető. Az automata kávégépek keskenyednek. Ennek hátterében meglehetősen prózai ok áll. A konyhai munkapult véges, különösen a kisebb városi lakásokban, miközben az automata kávégépek hagyományosan a nagyobb kisgépek közé tartoznak. A magyar adatok is azt mutatják, hogy a jelenség már az értékesítésben is megjelent. Az NIQ GfK szerint a 20 centiméternél keskenyebb gépek kategóriája növekszik, bár egyelőre a Cold Brew gépekhez hasonlóan még csak körülbelül 2 százalékos szegmenst képvisel.

A **JURA** az idei IFA-n különösen erősen ráépített erre az irányra. Az új A8 mindössze 19 centiméter széles, ezzel a márka eddigi legkeskenyebb automata kávégépe. A méretcsökkentés ellenére teljes méretű főzőegységet és integrált őrlőt használ, és 18 kávéspecialitást kínál. A JURA azonban korántsem egyedül mozog ebbe az irányba. A **Smeg** BCC13 mindössze 18 centiméter széles,

A matcha is gépre kerülhet?
A Cold Brew mellett egy másik kávéházi trend is egyre nagyobb teret nyer Európában. A matcha az elmúlt években a specialty kávézók kínálatának állandó szereplőjévé vált, és a növekedés 2026-ban is folytatódik. A matcha népszerűsége Európa több piacán is erősödik, miközben az új termékbevezetések között is egyre nagyobb súlyt képvisel. A trend az otthoni készülékek világában is kezd megjelenni, bár egyelőre jóval korábbi szakaszban jár, mint a Cold Brew. Az egyik legérdekesebb példa a Cuzen Matcha Maker, amely a hagyományos matchakészítés folyamatát automatizálja. A készülék egész tenchaleveleket őröl finom porrá kerámia malommal, majd egy mágneses habosító segítségével el is keveri a matchát. Vagyis az elv részben hasonló a bean-to-cup kávégépekéhez, az alapanyagból közvetlenül az elkészítés előtt készül az ital.
A nagy kávégépgyártóknál egyelőre inkább közvetett megoldások jelennek meg. A Ninja például matcha latte receptet kínál kávé- és eszpresszógépéhez, ahol a készülék a tejhabosításban segít, a matchaport azonban továbbra is külön kell elkeverni. Az arra utal, hogy a matcha egyelőre még nem vált a kávégépekbe integrált önálló italprogrammá. A kávézói trend gyors terjedése ugyanakkor felveti a kérdést, hogy a Cold Brew-hoz hasonlóan a következő években a matcha latte is megjelenhet-e teljesen automatizált formában az otthoni italrendszerekben.

miközben beépített őrlőt és automatikus tejrendszert kínál. A **De'Longhi** Rivelia 24,5 centiméteres szélességével ugyan nem kerül a 20 centiméter alatti kategóriába, de szintén a helytakarékos automaták egyik jó példája. A kisebb készülékház mellett megmarad a cserélhető babtartályokra épülő Bean Switch rendszer és a széles italválaszték is. Az olasz kávégépgyártás tradícióját képviselő **Gaggia** szortimentjében pedig 9 féle, csupán 22 cm széles modell érhető el, köztük a hidegebb és tejes italokat is automatán készítő Magenta OVER ICE sorozat.

A tendencia azért különösen érdekes, mert a kisebb méret ma már nem feltétlenül jelent egyszerűbb készüléket. Egy teljes értékű őrlőt, főzőegységet, víztartályt, babtartályt, zaccfiókot és adott esetben automata tejrendszert kell minél kisebb helyre beépíteni. Érdemes ugyanakkor azt is látni, hogy a kompakt kialakítás sok esetben elsősorban a szélesség csökkentését jelenti. A készülékek mélysége ettől még jelentős maradhat. A gyártók tehát elsősorban a konyhapulton elfoglalt helyet optimalizálják.

Ez kereskedelmi szempontból is érdekes lehet. Az automata kávégépek egyik korlátja az ár mellett mindig a méret volt. Egy 18–20 centiméter széles modell olyan konyhákban is alternatívát jelenthet, ahol korábban inkább kapszulás vagy kisebb eszpresszógép fért el.

Személyre szabva

A következő fontos irány a személyre szabhatóság. Ennek legegyszerűbb formáját már régóta ismerjük. A felhasználó módosíthatja a kávé erősségét, mennyiségét vagy a tej arányát. Az új generáció ennél tovább megy. Felhasználói profilok, menthető receptek, eltérő extrakciós eljárások, különböző kávébabokhoz igazított beállítások és alkalmazásból elérhető italok jelennek meg.

Ez részben technológiai verseny, részben válasz arra, hogy egy háztartáson belül sem ugyanazt jelenti mindenkinek a jó kávé. Az egyik felhasználó rövid és intenzív eszpresszót szeretne, a másik tejes italt, a harmadik pedig nagy pohárban készített enyhébb kávét vagy hideg specialitást választana. A gyártók ezért egyre kevésbé egyetlen ideális kávé elkészítésére optimalizálják a gépeket. Ehelyett arra törekednek, hogy ugyanaz a készülék minél több különböző fogyasztási szokást tudjon kiszolgálni.

A kávégép már életstílust is árul

Mindezek mellett a dizájn jelentősége is nő. A kávégép jellemzően egész nap látható helyen marad a konyhapulton, ezért a vásárlási döntésnél az esztétika sokkal nagyobb szerepet játszik, mint számos más kis háztartási gépnél. Ebben a tekintetben érdekes módon összekapcsolódik a prémiumizáció és a kompakt gépek trendje. A kisebb készülékház önmagában is dizájnelemmé válik, amit a gyártók prémium anyaghasználattal, letisztult kezelőfelületekkel és egyre több színváltozattal egészítenek ki.

A magasabb értékű készülékeknél a fizikai üzlet továbbra is fontos szerepet tölthet be. A méret, az anyaghasználat, a kijelző, a kezelés vagy akár a tejhab minősége olyan tulajdonság, amelyet a vásárló személyesen könnyebben értékel.

Két irány, ugyanaz a cél

A jelenlegi kávégéppiac egyik legérdekesebb sajátossága, hogy egyszerre erősödik a manuálisabb és az automatizáltabb kávékészítés. Az egyik oldalon ott vannak azok a vásárlók, akik maguk szeretnék kiválasztani az őrlési finomságot, beállítani az extrakciót és felhabosítani a tejet. A másikon pedig azok, akik egyetlen gombnyomással szeretnének mindig ugyanolyan eredményt kapni. A két csoport azonban valójában ugyanazt keresi. Jobb minőségű otthoni kávét.

A kettő között ráadásul egyre szélesebb átmeneti kategória alakul ki. A **De'Longhi**, a **Bosch** és különösen a **Sage** új gépei azt mutatják, hogy a karos készülékek is egyre több automatizált segítséget kínálnak, miközben továbbra is megtartják az eszpresszókészítés klasszikus formáját. A Gaggia ugyanakkor azt bizonyítja, hogy a hagyományosabb, nagyobb felhasználói kontrollt kínáló megközelítésnek is megvan a helye és a manualítás és a precíz alkotás élménye fontosabb lehet, mint a teljes kényelem elvárása.

A 2026-os adatok alapján minderre a magyar piacon is van kereslet. Miközben a teljes kávéfőzőpiac értékben várhatóan 3–5 százalékkal bővül, egyes kisebb kategóriák ennél jóval gyorsabban fejlődnek. A beépített őrlővel rendelkező karos gépek jelenleg a legdinamikusabb szegmensnek számítanak, a Cold Brew funkcióval rendelkező készülékek értékesítése évről évre nagyjából megduplázódik, és növekszik a 20 centiméternél keskenyebb modellek kategóriája is.

A kávégépek piacán tehát nem egyetlen nagy technológiai áttörés zajlik. Sok kisebb változás történik egyszerre. Ezek együtt viszont alapvetően formálják át azt, hogy mit várunk ma egy otthoni kávégéptől.





A kávé jövője a csészében

Milyen kávét iszunk öt év múlva, hogyan változik a specialty világ, és meddig automatizálható az otthoni kávékészítés? Többek között ezek a kérdések kerültek középpontba a Sage A Kávé Napja alkalmából rendezett szakmai programján, ahol Tóth Sándor, a Bányai Kávé vezérigazgatója, Tóth Zoltán barista és Fazekas Imre, a Sage termékmenedzsere beszélgetett a kávé jelenéről és jövőjéről.

A kávékultúra az elmúlt évtizedekben jelentősen átalakult. A tömegfogyasztás elterjedését a kávéházi élmény és a baristakultúra erősödése követte, majd megjelent a harmadik hullám, amely már a kávé teljes útjára, annak eredetére, termesztésére, feldolgozására, pörkölésére és elkészítésére is nagyobb figyelmet fordít. A specialty szemlélet középpontjába ezzel egyértelműen a minőség került.

Tóth Sándor szerint azonban minden továbbra is a megfelelő alapanyagnál kezdődik. Egy kiváló kávé bizonyos elkészítési hibákat még képes tolerálni, gyenge minőségű alapanyagból viszont a legjobb géppel sem lehet igazán jó italt készíteni. Napjaink egyik fontos változása, hogy már nemcsak jó minőségű kávéhoz, hanem megfelelő technológiához és tudáshoz is sokkal könnyebben hozzáférhetnek a fogyasztók. Ez pedig az otthoni kávékészítés lehetőségeit is alapvetően átalakította.

Ahogy Fazekas Imre elmondta, a professzionális szintű otthoni kávékészítés négy fontos tényezőre épül. A megfelelő, jellemzően 18–22 grammos kávéadag mellett fontos a 9 bar körüli extrakciós nyomás, a nagyjából 93 °C-os vízhőmérséklet, tejes italok esetében pedig a megfelelően finom szerkezetű mikrohab. A technológia egyre több feladatot képes átvenni a felhasználótól, a beszélgetés résztvevői szerint azonban az emberi tényező ettől még nem tűnik el. A gép segíthet az őrlés, az adagolás vagy más paraméterek beállításában, végül azonban továbbra is a fogyasztó dönti el, milyen ízt szeretne elérni.

Növekvő piac, változó arányok

A kávé iránti érdeklődést a magyar készülékpiac számai is jól mutatják. A rendezvényen bemutatott adatok alapján 2025 szeptembere és 2026 augusztusa között több mint 350 ezer kávéfőzőt értékesítettek Magyarországon. A lakossági piac éves értéke Fazekas Imre elmondása szerint megközelíti a 22 milliárd forintot. A GfK adatai alapján 2026 első nyolc hónapjában a piac értéke 2,5 százalékkal, az eladott készülékek száma pedig 3 százalékkal nőtt az előző év azonos időszakához képest. Ez azért is figyelemre méltó, mert a tartós fogyasztási cikkek piacán ebben az időszakban számos kategóriára inkább stagnálás volt jellemző.

A szegmensek fejlődése ugyanakkor eltérő képet mutat. Az automata eszpresszógépekből 1 százalékkal kevesebb fogyott, értékesítési értékük pedig 5 százalékkal csökkent, miközben a korábban dinamikusan bővülő kapszulás kategória növekedése jelentősen lelassult. Ezzel szemben a manuális, karos eszpresszógépekből 34 százalékkal több fogyott, értékben pedig 54 százalékkal bővült a kategória. Értékbeni részesedésük egy év alatt 10 százalékról 16 százalékra emelkedett. Ez a trend jól illeszkedik ahhoz a folyamathoz, amelyben egyre több fogyasztó szeretne az otthoni kávékészítésben is aktív szerepet vállalni.

A Sage ebben a prémium szegmensben van jelen. Fazekas Imre szerint a márka kávégépeinek átlagára Magyarországon 220–230 ezer forint körül alakul, miközben a karos gépek piacának jelentős részét továbbra is az alacsonyabb, 80–100 ezer forint körüli ársáv adja. A márka magyarországi értékesítése ennek ellenére az elmúlt években folyamatosan növekedett, 2025-ben mintegy 1800 Sage kávégépet értékesítettek.

A kávéfogyasztásban közben szintén a minőség felé történő elmozdulás rajzolódik ki. A rendezvényen ismertetett adatok szerint 2022 és 2024 között Magyarországon a kávé értékesített mennyisége 8,8 százalékkal csökkent, miközben a piac értéke 14 százalékkal nőtt, az átlagár pedig több mint 25 százalékkal emelkedett. Az áremelkedés mellett ebben szerepet játszhat az is, hogy a fogyasztók egyre nagyobb figyelmet fordítanak a jobb minőségű, különlegesebb kávékra.

A kávé jövőjét ugyanakkor nemcsak a fogyasztói igények és a technológia alakítják. A változó csapadékviszonyok, az emelkedő átlaghőmérséklet és a szélsőséges időjárás a termelést is egyre komolyabb kihívások elé állítja. Tóth Sándor szerint ezért a következő évtizedekben az ellenállóbb arabica- és robustafajták, új hibridek és korszerűbb termesztési módszerek egyaránt fontos szerepet kaphatnak.

A jövő otthoni kávézását így várhatóan egyszerre határozza majd meg a jobb alapanyagok iránti igény, a növekvő tudatosság és az egyre intelligensebb technológia. A gépek egyre több segítséget nyújtanak, a cél azonban változatlan marad, hogy minél jobb kávét készítsünk a saját ízlésünk szerint.



Klasszikusok felturbózva

A karos kávéfőzők nem csupán a kávézók és a baristák eszközei, egyre több otthoni felhasználó keresi bennük a kávékészítés szabadságát és a személyre szabható ízélményt. A kategória az elmúlt években jelentős technológiai fejlődésen ment keresztül, így a hagyományos működés egyre kifinomultabb digitális megoldásokkal, precíz hőmérséklet-szabályozással és intelligens funkciókkal egészül ki.

A karos kávéfőzők különleges helyet foglalnak el a kávégépek piacán. Míg az automata készülékek a kényelemre és az egyszerű kezelésre helyezik a hangsúlyt, addig a karos modellek nagyobb szabadságot biztosítanak a felhasználónak a kávékészítés egyes lépéseiben. A megfelelő őrlemény, a kávéadag, a tömörítés és a lefőzés paramétereinek megválasztása mind befolyásolja a végeredményt. Ez a kontroll lehetővé teszi, hogy a kávé szerelmesei saját ízlésükhöz igazítsák az eszpresszót, és ugyanabból a kávéból eltérő karakterű italokat készítsenek. A kategória egyik legfontosabb sajátossága, hogy a kávéfőzés nem egyetlen gombnyomásból álló folyamat, hanem aktív részvételt igénylő tevékenység. A legtöbb modellnél külön kell gondoskodni az őrlésről, a megfelelő adagolásról és a kar előkészítéséről, ezért a jó eredményhez némi gyakorlat is szükséges. Cserébe a felhasználó pontosabban megismerheti az alapanyag tulajdonságait, és nagyobb befolyást gyakorolhat az ital ízére, testességére és aromáira. Ez különösen fontos lehet a különleges termőterületekről származó, egyedi pörkölésű kávék esetében.

Intelligens fejlesztések

Az elmúlt években a karos kávéfőzők technológiai színvonala jelentősen emelkedett. A korábban elsősorban a vendéglátásban elérhető megoldások egy része ma már a prémium otthoni készülékekben is megjelenik. A korszerű modellek egyik legfontosabb fejlesztése a pontosabb hőmérséklet-szabályozás. A PID-vezérlés segít stabilan tartani a főzéshez szükséges vízhőmérsékletet, ami hozzájárulhat az egyenletesebb extrakcióhoz és a kiszámíthatóbb ízprofilhoz. A többféle kávéhoz igazítható hőmérséklet-beállítás különösen hasznos, hiszen a különböző pörkölések eltérő paraméterek mellett mutatják meg legjobb tulajdonságaikat. A fejlesztések másik fontos iránya a nyomás és az átfolyás szabályozása. Egyes fejlettebb készülékek lehetővé teszik az előáztatás időtartamának, a szivattyú nyomásának vagy a vízáramlásnak a befolyásolását. Ezzel a felhasználó finomhangolhatja a kávé extrakcióját, és jobban alkalmazkodhat az adott kávébabhoz. A digitális kijelzők, az időzítők, a beépített mérlegek, illetve bizonyos modellek alkalmazásalapú beállításai szintén a pontosabb munkát segítik. Emellett a gyártók a gyorsabb felfűtésre, az energiahatékony működésre és a könnyebb tisztíthatóságra is egyre nagyobb figyelmet fordítanak. A fejlettebb modellek gyakran külön kazánnal biztosítják a kávéfőzéshez és a tejhabosításhoz szükséges hőmérsékletet, így a két művelet párhuzamosan is végezhető. Ez különösen előnyös cappuccino és latte készítésekor.

Fókuszban a pontosság

A karos kávéfőzőknél néhány grammnyi eltérés az őrlemény mennyiségében vagy a lefőzési idő változása is érezhető különbséget okozhat az ízvilágban. Éppen ezért a baristák gyakran mérleggel és időzítővel dolgoznak. Ez a precizitás nem öncélú, hanem az egységes minőség és ízélmény egyik kulcsfontosságú összetevője.





De'Longhi
EC 9885 M La Specialista Maestro

- **1450 W teljesítmény**
- **19 bár nyomás**
- **2,5 l víztartály kapacitás**
- **Analóg nyomásjelző**

A De'Longhi karos kávéfőzője az őrlemény mellett kávébabból is tud kávét főzni. Az integrált őrlő kiváló minőségű, rozsdamentes acél pengékkel rendelkezik, az őrlés finomsága pedig 15 pozícióban állítható. A My LatteArt gőzölőpálca olyan örvényt hoz létre, amely a tejet selymes, mikrobuborékos habbá alakítja át. A gép 8 előre beállított italreceptttel rendelkezik, többek között eszpresszó, americano, cappuccino, flat white vagy latte macchiato. A Cold Extraction Technológia segítségével kevesebb mint 5 perc alatt elkészül az első kávé.

Electrolux
E8EC1-8SW – 910004057

- **2200 W teljesítmény**
- **20 bár nyomás**
- **3 l víztartály kapacitás**
- **Analóg nyomásjelző**

Az Electrolux karos kávéfőzőjén az őrlemény finomsága 30 pozícióban szabályozható. A kettős Thermoblock biztosítja az egyenletes főzési és gőzölési hőmérsékletet. A hatékony melegítőrendszer lehetővé teszi, hogy az eszpresszó készítése közben a tejet is habosítsuk. A habosító a tejet erőteljes gőzöléssel bársonyos, finom habbá alakítja, amely ideális a cappuccinókhoz és egyéb kávékülönlegességekhez. Az adag- és mennyiségszabályozás egy gombnyomással a csésze méretéhez igazítja az őrlési beállításokat és az eszpresszóadagot.





ETA
Aromico 5175 90000

- **1350 W teljesítmény**
- **20 bár nyomás**
- **1,8 l víztartály kapacitás**
- **Digitális kijelző**

Az ETA kávéfőzője egyetlen gombnyomással nemcsak eszpresszót vagy lungót készít, hanem habos cappuccinót vagy lattét is. A modell a 20 báros szivattyúnyomásnak köszönhetően mindig tökéletes, krémes habot és telt kávéaromát biztosít. A két fűtőegységből álló, egyedi Thermoblock rendszer gondoskodik a gyors felmelegedésről, és lehetővé teszi, hogy egyszerre készülhessen kávé és habosítson tej. Használatát az áttekinthető, színes érintőpanel teszi egyszerűvé, melyen a kívánt italok is kiválaszthatók.

Gaggia
Classic Up

- **1200 W teljesítmény**
- **15 bár nyomás**
- **2,1 l víztartály kapacitás**
- **Analóg nyomásjelző**

A Gaggia kávéfőzője Dual PID hőmérséklet-szabályozással, 2"-os TFT kijelzővel és automata előáztatással segít abban, hogy minden kávé kontrolláltabb és aromásabb legyen. A háromszintű előáztatás segít a kávépogácsa egyenletesebb átnedvesítésében. Ez különösen hasznos lehet specialty kávéknál, ahol a világosabb pörkölések gyakran érzékenyebbek az őrlésre. A teljesen forgatható rozsdamentes acél gőzkar mikrozsíros, selymes tejhab készít. A gép nemcsak presszóhoz, hanem cappuccinóhoz, flat white-hoz és latte italokhoz is ideális.





Gorenje
ESCM15CD

- **1100 W teljesítmény**
- **1,5 l víztartály kapacitás**
- **15 bár nyomás**
- **Digitális kijelző**

A Gorenje karos kávéfőzője digitális kijelzővel segíti a kávéfőzést, a nagy méretű víztartálynak köszönhetően pedig egyszerre több csésze is lefőzhető vele. A gazdag ízvilágról a 15 bár nyomás gondoskodik. Az állítható, nagy nyomású tejhabosító segít felmelegíteni a tejet, és krémes, sűrű habot készít belőle. A gőzfunkció extra ízt ad a kávénak, amikor a tej habosítását és a cappuccino elkészítését választjuk. A csepptálca és a víztartály könnyen levehető és egyszerűen elmosogatható.

KitchenAid
5KES6551EPL

- **1500 W teljesítmény**
- **2,5 l víztartály kapacitás**
- **15 bár nyomás**
- **Analóg nyomásjelző**

A KitchenAid kávéfőzője beépített intelligens adagolási rendszerrel rendelkezik, amely automatikusan beállítja az eszpresszóhoz szükséges ideális mennyiséget és állagot, akár egy, akár két adagnyi kávéról van szó. Ugyanakkor a beállítások manuálisan is elvégezhetők és a kávé saját ízlésünkre szabható, ezt támogatja a 15 pozícióban állítható őrlési finomság is. A modell Quiet Mark tanúsítványt kapott, ami a csendes működés garanciája.





Krups
SA403BE0

- **1370 W teljesítmény**
- **1,8 l víztartály kapacitás**
- **15 bár nyomás**
- **Digitális kijelző**

A Krups karos kávégépe őrleményből és kávébabból egyaránt képes kávét készíteni. Az eszpresszótól a cappuccinón át egészen a cold brew-ig egy gombnyomással készíthetők az italok. A gazdag aromákat a rozsdamentes acél daráló, az automatikus tömörítés és a 15 báros nyomás garantálja. Az őrlési finomság öt fokozatban szabályozható. Mivel a modell mindössze 15 cm széles, így a kisebb vagy szűkösebb konyhákba is kiváló választás lehet. A használatot digitális kijelző segíti.

Ninja
Luxe Pro ES701EU

- **1650 W teljesítmény**
- **2 l víztartály kapacitás**
- **14 bár nyomás**
- **Digitális kijelző**

A Ninja modellje három készülék egy házban: eszpresszó-, filterkávé- és cold brew kávéfőző beépített darálóval és mérleggel. A nagy méretű digitális kijelzőn 13 eszpresszó-stílus, 4 kávé-stílus, 7 italméret és 5 előre beállított tejhab-típus érhető el. Az italok lefőzése egy érintéssel indítható. Az intelligens készülék Barista Assist-technológiával van felszerelve, amely őrlési finomság-segédlet a tökéletes kávéért, valamint automatikus beállításokkal és ajánlásokkal segíti a felhasználót. A beépített tömörítő biztosítja a pontos súlyt és nyomást a tökéletes pogácsákhoz.





Olasz módi

Gaggia Classic Up karos kávéfőző a tökéletes feketéért

A prémium minőségű eszpresszó többé nem csak a kávézók kiváltsága. A Gaggia Classic Up karos kávéfőző azoknak készült, akik otthonukban is kompromisszumok nélkül szeretnék élvezni a valódi olasz kávék ízvilágát. A márka közel 100 éves hagyományaira építve a modell a klasszikus értékeket ötvözi a modern technológiával.

A Gaggia Classic Up a kávézók világából meríti a tudását és a home barista igényekre is fókuszál. A készülék nagy teljesítményű pumpája biztosítja az ideális nyomást, amely elengedhetetlen az aromák tökéletes kioldásához és a selymes, mogyoróbarna sűrű krémréteg kialakulásához. A precízen szabályozható, dupla PID hőmérséklet-szabályozásnak köszönhetően pedig minden egyes eszpresszó kiegyensúlyozott és gazdag ízvilágú lesz. A fejlett réz fejkazán és a minőségi anyaghasználat – például a tartós rozsdamentes alkatrészek – nemcsak a hosszú élettartamot biztosítják, hanem a stabil teljesítményt is.

A kávéfőzés szabadsága

A készülék egyik legnagyobb előnye a sokoldalúság. A professzionális gőzölő cső segítségével könnyen készíthető krémes tejhab cappuccinóhoz vagy latte macchiatóhoz. Így nemcsak eszpresszót, hanem számos kávékülönlegességet varázsolhatunk az asztalra. A shot timer és a programozott előáztatási opciók lehetőséget adnak arra is, hogy a kávéfőzés minden részletét egyéni ízlésünkhöz igazítsunk – az őrlemény mennyiségétől kezdve az elkészítési időn és hőmérsékleten át egészen az extrakcióig. Ez a szabadság teszi igazán élvezetessé a kávékészítés folyamatát. Különösen fontos lehet azok



számára, akik nem érik be átlagos kávéval, hanem valódi barista élményre vágynak.

Csipetnyi elegancia

A Gaggia Classic Up nemcsak tudásában, de megjelenésben is kiválót nyújt. Letisztult, rozsdamentes acél elemekkel kombinált dizájnjával, krómkeretes nyomásmérőjével elegánsan illeszkedik minden konyha enteriőrjébe, megmutatva a klasszikus olasz stílus jegyeit. A modell ideális választás mindazok számára, akik tartós, megbízható és magas színvonalú kávéfőzőt keresnek a mindennapi otthoni kávézáshoz.

GAGGIA
MILANO



Philips
PSA3228/01

- **1350 W teljesítmény**
- **2,3 l víztartály kapacitás**
- **15 bár nyomás**
- **Analóg nyomásjelző**

A Philips kávéfőzője 1350 Watt teljesítmény mellett és 15 bár nyomással készíti el a különféle kávés italokat. A gőzfúvókának köszönhetően tejhabos italok is készíthetők a modellel, mint például a cappuccino, a latte macchiato vagy az americano. A 280 grammos dupla szemeskávé-tartály hatékony aromazárral őrzi meg a kávé frissességét. Az őrlési finomság 15 különböző pozícióban szabályozható. A tejtartályon található hőmérsékletjelző sáv segítségével könnyedén ellenőrizhető a megfelelő tejhabhőmérséklet is.

Sage
Barista Pro SES878

- **1650 W teljesítmény**
- **2 l víztartály kapacitás**
- **9 bár nyomás**
- **Digitális kijelző**

Nagy méretű LCD kijelzővel rendelkezik a Sage kávéfőzője, amely egyszerűvé teszi a használatot. A darálási szint is itt állítható be, az őrlemény finomsága 30 pozícióban szabályozható. Az alacsony nyomású előfőző rendszer a nyomás fokozatos növekedését biztosítja a tökéletes ízvilág eléréséért. A beépített kúp alakú kávédaráló rozsdamentes acélcsiszolólapokkal lehetővé teszi, hogy csak a szükséges mennyiségű kávét őrölje meg közvetlenül a tartóba. A gép 3 másodperc alatt készen áll a használatra.





Sencor
SES 6020BK

- **1650 W teljesítmény**
- **2,5 l víztartály kapacitás**
- **20 bár nyomás**
- **Digitális kijelző**

A Sencor kávéfőzője beépített fém kávédarálóval rendelkezik, amely közvetlenül a kávékészítés előtt őrli meg a pörkölt kávészemeket. Az őrlés 30 különböző finomsági fokozaton szabályozható. A színes ikonokkal ellátott kijelző kényelmes használatot biztosít. A forgatható gőzkar selymes, finom mikrohabbá gőzöli a tejet. A kávéfőző tetején található csészemelegítő felület segít melegen tartani a csészéket, így a frissen elkészített ital tovább megőrzi ideális hőmérsékletét.

Xiaomi
BHR9798EU

- **1350 W teljesítmény**
- **0,9 l víztartály kapacitás**
- **20 bár nyomás**
- **Digitális kijelző**

A Xiaomi karcsú kialakítású kávéfőzője 20 báros szivattyúval dolgozik, amely gazdag krémréteget képez, az NTC intelligens hőmérséklet-szabályozás pedig minden csészénél pontos beállításokat garantál. A hőmérséklet mellett a kávé erőssége is szabályozható. A használatot az érintésvezérlésű digitális kijelző teszi egyszerűvé. A forgó gőzelvezető cső sűrű és selymes tejhabot hoz létre, ami ideális cappuccinóhoz és egyéb tejhabos italokhoz. A modellel egyszerre két csésze kávé is készíthető.



Egyetlen érintés a tökéletes kávéig



Megérkezett a Sencor ENZO iF Design Award 2026 díjas kávégépe Prémium kávéélmény otthon, kompromisszumok nélkül. Ezt kínálja a Sencor SES 9400BK ENZO automata kávéfőző, amely frissen őrölt kávéval, selymes tejhabbal és változatos italprogramokkal teszi különlegessé a mindennapi kávézást.



Egyetlen érintés, számtalan kávéélmény

Legyen szó egy lendületes eszpresszóról, egy krémes cappuccinóról vagy egy frissítő Cold Brew-ról, a Sencor ENZO segítségével könnyedén elkészíthetjük kedvenc italunkat. A színes, áttekinthető érintőkijelzőn keresztül összesen tíz automatikus program érhető el, köztük négy Cold Brew változat. A beépített, halk, kerámia síktárcsás kávédaráló kilenc őrlési finomságot kínál, így a kávé karaktere az egyéni ízléshez igazítható. A 20 bar nyomású szivattyú, a Thermoblock rendszer és a Smart Brew technológia együtt gondoskodik az intenzív aromáról és a gazdag ízélményről. A 250 grammos kávészem-tartály kapacitása több csésze frissen őrölt kávé elkészítéséhez is elegendő.

Bársonyos tejhab, egyetlen mozdulattal

A tejes kávék rajongói számára a LatteFlow automatikus tejhabosító rendszer jelent különleges előnyt. Egyetlen érintéssel könnyű, krémes mikrohab készíthető, miközben a tej és a tejhab aránya is az egyéni preferenciák szerint alakítható. A 700 milliliteres, kivehető tejtartály praktikus megoldást kínál, a fel nem használt tej pedig a tartállyal együtt akár a hűtőbe is betehető.

Modern technológia, egyszerű mindennapok

A prémium funkciók mellett a kényelem is fontos szempont volt a készülék fejlesztése során. Az elölről könnyen hozzáférhető víztartály és kávézacctartó egyszerűvé teszi a használatot, míg a Self-cleaning funkció támogatja a főző- és tejrendszer átöblítését és a vízkőtelenítést. Az elegáns fekete készülék ráadásul nemcsak technológiájával, hanem megjelenésével is csábít, nem véletlen, hogy formatervezését a rangos iF Design Award 2026 díjjal is elismerték.

SENCOR®



ÚJ PERSPEKTÍVÁBAN A VÍZFORRALÓK

Egy jó vízforraló ismérve, hogy gyors, energiatakarékos és kényelmes használatot kínál a forró víz előállítására. A vízforralók egyik legnagyobb előnye a sebesség. Egy megfelelő teljesítményű készülék néhány perc alatt felforralja a szükséges mennyiségű vizet, miközben csak minimális energiát használ. A vezeték nélküli kialakítás, a 360 fokban forgatható talp, a vízszintjelző és az automatikus kikapcsolás ma már az alapfelszereltség része. Az elmúlt években megjelent a hőmérséklet-szabályozás a zöld teához, a kávékülönlegességekhez vagy akár a bébiételek elkészítéséhez. Egyes modellek képesek a beállított hőmérsékletet hosszabb ideig tartani, kijelzővel, előre programozható beállításokkal vagy letölthető alkalmazásokkal teszik még kényelmesebbé a használatot.



Amica KF 6011 Digital

Az Amica vízforralója elegáns LED kijelzőt kapott, melyről leolvasható a víz aktuális hőmérséklete, illetőleg tetszés szerint beállítható a kívánt hőfok. A duplafalú SafeTouch rendszer hideg és így biztonságos érintést kínál. Emellett a biztonsági funkciói között az automatikus kikapcsolás és a száraz indítás elleni védelem is elérhető. A helytakarékosság érdekében a tápkábel a modell aljába felcsévélhető.



Bosch TWK4M221

A Bosch fehér színű vízforralójának 1,7 liter a kapacitása, az aktuális töltöttséget pedig a kancsó oldalán elhelyezett praktikus vízszintjelző mutatja.
A 2400 W teljesítményű modell háromszoros biztonsági védelemmel rendelkezik, ez az automata kikapcsolás, a túlmelegedés- és túlforrásvédelem, valamint a szintén automata kikapcsolás felemeléskor. A STRIX csatlakozó segítségével a vízforraló könnyen csatlakoztatható és leválasztható az alapról. A működést LED lámpa jelzi.



Gorenje K17CLIN

A Gorenje klasszikus dizájnnal rendelkező vízforralója elegáns retró stílusával csábítja a felhasználókat.
A modell 1,7 literes űrtartalmával és 2000 wattos teljesítményével rövid idő alatt melegít fel nagyobb mennyiségű vizet is. A rozsdamentes acél kiöntő, a rejtett vízszintjelző és a kerek analóg hőmérő stílusossá és maximálisan kényelmessé teszi a mindennapi vízforralást. Biztonsági funkciói között az automatikus kikapcsolás és a száraz indítás elleni védelem egyaránt elérhető. A tápkábel hossza 1 méter.



Electrolux E6K1-6SW – 910004159

Az Electrolux vízforralóján 40°C és 100°C fok között 5 °C-os lépésekben lehet szabályozni a kívánt hőmérsékletet. A modell 40 percig képes fenntartani a kiválasztott hőfokot. Ha a víz 4 °C-kal lehűl, automatikusan újramelegíti azt. A turbófunkcióval 200 ml vizet kevesebb mint 1,5 perc alatt képes felforralni. A beépített vezetéktároló megkönnyíti a használatot és a tárolását. A 2400 watt teljesítményű készülék vízkapacitása 1,7 liter, az aktuális állapot az átlátszó vízszintjelzőről olvasható le.



ETA Bella 2587 90000

Az ETA Bella rozsdamentes acél vízforraló 2200 W teljesítményt és nagyméretű, 1,7 literes kapacitást kínál a mindennapokra. A hőmérséklet 70°C és 100°C fok között négy pozícióban szabályozható, ami ideális teákhoz, kávékhoz és instant italokhoz. A KEEP WARM funkció akár 2 órán keresztül megbízhatóan a beállított hőmérsékleten tartja a vizet. A használatot LED kijelző teszi egyszerűvé. A biztonsági funkciók között az automatikus kikapcsolás és a túlmelegedés elleni védelem egyaránt elérhető.



Hyundai VK690B

A Hyundai érintésvezérlésű vízforralója 40°C és 100°C fok között öt pozícióban képes szabályozni a hőmérsékletet, majd a KEEP WARM funkcióval a kívánt ideig tartani is tudja azt. Funkciói között szerepel az automatikus kikapcsolás a forráspont vagy a beállított hőmérséklet elérésekor. Emellett a háromszintű biztonsági rendszer aktiválja az automatikus kikapcsolást túlmelegedés, üres működés vagy a talpról való levétel esetén.



KitchenAid 5KEK1701EAC

A KitchenAid rozsdamentes acél borítású vízforralója pontos hőfokszabályozást kínál, a kívánt hőmérséklet 50°C és 100 °C között 7 pozícióban szabályozható. Ezért egyaránt alkalmas kávékhoz és a különböző teakülönlegességekhez is. A vízforraló maximális kapacitása 1,7 liter, a pontos mennyiség az átlátszó vízszintkijelzőről olvasható le. A 2400 watt teljesítményű modell kábeltekercselő funkciót kapott, ami kényelmes tárolást tesz lehetővé.



Philips HD9396/90

A Philips 1,7 liter kapacitású vízforralója hat pozícióban kínálja a pontos hőmérsékletbeállítást, így egyaránt alkalmas a különböző teákhoz, kávékhoz vagy akár bébiételekhez. A 2200 watt teljesítmény gyors használatot tesz lehetővé. Amint a vízforraló eléri a kívánt hőmérsékletet, az intelligens melegen tartás funkció pontosan tartja a beállított hőfokot. A fogantyúban lévő digitális kijelző mutatja az aktuális hőmérsékletet, illetőleg a kiválasztott beállításokat.



Russell Hobbs 26750-70 Brontë

A Russell Hobbs vízforralójának a belseje bekapcsolás után elegáns fényben világít, hogy a reggeleknek vagy éppen estéknek megfelelő hangulatot kölcsönözzön. A 2400 watt teljesítményű modell többszörös biztonsági rendszerrel van felszerelve, így automatikus kikapcsolási funkcióval és száraz indítás elleni védelemmel is. A 360°-ban mozgatható talp kényelmes használatot biztosít, ahogy az egy gombnyomásra nyíló tető is.



Sencor SWK 0850GY

A Sencor vízforralója intuitív érintőképernyőt kapott, melyen manuálisan lehet beállítani a kívánt vízhőmérsékletet, vagy kiválasztani a hat előre beállított program egyikét, legyen szó kávéról vagy teakülönlegességekről. Ugyanakkor innen kapcsolható be a Keep Warm melegentartó és a Clean tisztítófunkció is. A csiszolt rozsdamentes acél külső burkolat elegáns, modern megjelenést kölcsönöz a vízforralónak, míg a dupla szigetelés biztonságos érintést kínál.



Tefal Selection KI871DE0

A Tefal vízforralója a hőfokot 40°C és 100°C között képes állítani hat különböző pozícióban, így ugyanúgy ideális kávékhoz, mint a különféle teákhoz. Ha eléri a kívánt hőmérsékletet, a készülék automatikusan kikapcsol, így kényelmesen és biztonságosan használható. A valós idejű hőmérséklet-kijelző a vízmelegítés állapotának egyszerű ellenőrzését teszi lehetővé. A melegentartó funkció 30 percig biztosítja a kívánt hőmérsékletet. A vízkőszűrő kivehető és könnyen tisztítható.

MÁRKA	MODELL	TELJESÍTMÉNY (Watt)	KAPACITÁS (l)	Digitális kijelző	HŐFOKÁLLÍTÁS	Hőmérséklet tartása
Amica	KF 6011 Digital	2200	1,5	igen	korlátlan	nem
BOSCH	TWK4M221	2400	1,7	nem	nem	nem
GORENJE	K17CLIN	2000	1,7	nem	nem	nem
Electrolux	Electrolux E6K1-6SW	2400	1,7	igen	40-100 C	igen
ETA	Bella 2587 90000	2200	1,7	igen	70-100 C	igen
G3Ferrari	VK690B	2200	1,7	igen	40-100 C	nem
Hyundai	VK690B	2200	1,7	igen	40-100 C	igen
KitchenAid	5KEK1701ESX	2400	1,7	nem	50-100 C	nem
Philips	HD9396/90	2200	1,7	igen	40-100 C	Igen
Russell Hobbs	26750-70 Brontë	2400	1,7	nem	nem	nem
Sencor	SWK 0950Wh	1800	1,7	igen	40-100 C	igen

Csendesen, elegánsan, praktikusan

Két vízforraló a Sencortól



Legyen szó egy gyors reggeli kávéról, délutáni teázásról vagy több csésze forró ital elkészítéséről, egy jól megválasztott vízforraló sokat tehet a kényelemünkért. A Sencor SWK 0800GY és SWK 0850GY modellek a modern kialakítással, az 1,7 literes kapacitással és a csendes működéssel kínálják a tökéletes élményt a mindennapokhoz.

Gyors és csendes vízforralás

A két modell közös alapja az 1800 wattos teljesítmény, az 1,7 literes űrtartalom és a mindössze 50 dB-es zajszint. Az U-Shape rendszerű kialakításnak köszönhetően a vízforralás hatékony és kellemesen csendes, így a készülék reggel vagy este sem zavarja meg a nyugodt pillanatokat. Az egyedülállóan homorú formatervezésű, dupla falú Cool Touch kialakítás a komfortosabb használatot szolgálja, miközben a rozsdamentes acél belső tartósságot és könnyű tisztíthatóságot biztosít. A modern, letisztult megjelenésnek köszönhetően mindkét modell kiválóan illeszkedik a korszerű konyhák enteriőrjébe.

Egyszerűség és személyre szabott működés

A Sencor SWK 0800GY azok számára ideális választás, akik egy megbízható, könnyen kezelhető vízforralót keresnek a mindennapokra. Az 1,7 literes kapacitás több csésze italhoz is elegendő, a 360°-os központi csatlakozás pedig kényelmes használatot tesz lehetővé.

Az SWK 0850GY azonban azoknak kínál kényeztetést, akik a víz hőmérsékletére is figyelnek. Az érintőpanelen ugyanis manuálisan kiválasztható a kívánt hőfok, emellett pedig hat előre beállított program közül is választhatunk, többek között zöld- és fehér teához, kávéhoz, valamint fekete teához.



Az elegáns kezelőpanelről a Keep Warm funkció is indítható, így a készülék a kiválasztott hőmérséklet megtartásában is segítséget nyújt. Ugyanitt található a Clean tisztítófunkció, amely a karbantartást teszi kényelmessé.

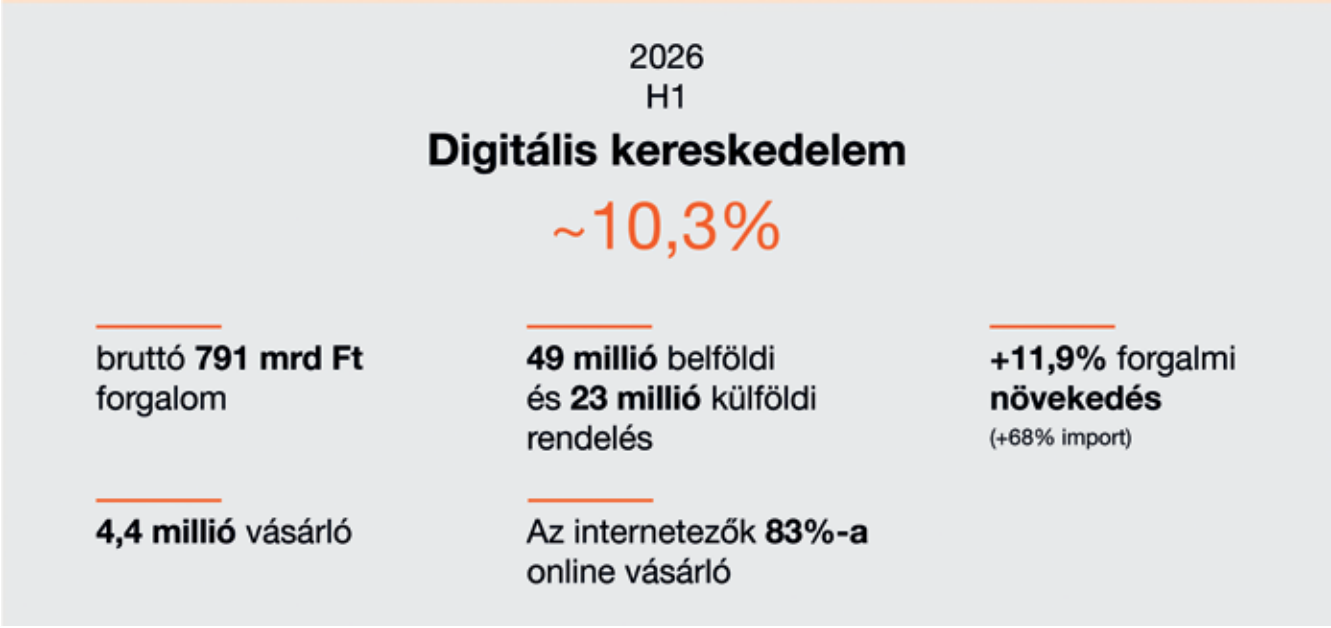
A két Sencor vízforraló ugyanarra a vásárlói elvárásra épül, mégis eltérő igényekhez igazodik: az SWK 0800GY a letisztult egyszerűséget, az SWK 0850GY pedig a személyre szabható vízmelegítés szabadságát nyújtja.

SENCOR®

pwc

A digitális kereskedelem számokban

Digitális Kereskedelmi Körkép 2026



ÚJ SZAKASZBA LÉPETT AZ ONLINE KERESKEDELEM

A magyar e-kereskedelmi piac 2026 első felében is dinamikusan bővült, miközben a vásárlói szokások és a versenyfeltételek jelentősen átalakultak. A PwC és a Digitális Kereskedelmi Szövetség legfrissebb kutatása szerint az ár mellett egyre fontosabbá válik a gyors szállítás, a kényelmes fizetés és a teljes vásárlási élmény. A nemzetközi piacterek térnyerése ugyanakkor újabb kihívások elé állítja a hazai kereskedőket.

Tovább növekszik az online piac

A magyar e-kereskedelem 2026 első negyedévében 14,2 százalékkal bővült az előző év azonos időszakához képest, az online vásárlók száma pedig elérte a 4,4 millió főt. A PwC Digitális Kereskedelmi Körkép adatai szerint a növekedés a második negyedévben is folytatódott, amikor a magyar fogyasztók összesen 25,8 millió online tranzakciót bonyolítottak le. Ez közel 10 százalékos emelkedést jelent éves összevetésben. A belföldi online kiskereskedelmi forgalom meghaladta a bruttó 422 milliárd forintot, amelyhez az importkereskedelem további 113 milliárd forinttal járult hozzá. Így a magyar vásárlók teljes online költése megközelítette az 535 milliárd forintot.

A növekedés hátterében elsősorban a rendelések számának emelkedése áll, az átlagos kosárérték ugyanis lényegében változatlan maradt az év első felében. Figyelemre méltó, hogy a második negyedéves rendelési volumen a hagyományosan erős karácsonyi időszak szintjén alakult. Ez arra utal, hogy az online vásárlás egyre inkább a mindennapi fogyasztás részévé válik, miközben a korábban jellemző szezonális különbségek mérséklődnek.

Átrendeződik a nemzetközi verseny

A hazai e-kereskedelem növekedésében továbbra is meghatározó szerepet játszanak a külföldi szereplők. A teljes online forgalom közel ötödét már az importkereskedelem adja, miközben az Európai Unió új vámszabályai a rendelések származási helyét és a kiszolgálási modelleket is befolyásolják. A 2026. július 1-jén bevezetett változtatások célja az EU-n kívülről érkező kisértékű küldemények versenyelőnyének mérséklése volt.

A piaci alkalmazkodás azonban már a szabályozás életbelépése előtt megkezdődött. A második negyedévben az EU-n kívülről, elsősorban Kínából érkező csomagok száma mintegy 750 ezerrel csökkent az előző negyedévhez képest, miközben az Unión belüli rendelések volumene több mint 1,25 millió darabbal emelkedett.

A változás egyik nyertese a lengyel Allegro, amelynek ismertsége a PwC nyári felmérése alapján már megközelítette az 50 százalékot a magyar online vásárlók körében. Erősödésében az ár mellett a széles választék, a magyar vásárlói igényekhez igazodó szállítási megoldások és a lojalitási program is szerepet játszik.

A kutatás szerint a fogyasztók nem

feltétlenül a kisebb hazai webáruházak felé fordulnak vissza, hanem más nemzetközi platformokon keresztül szerzik be a keresett termékeket. Az európai raktárkészletekkel, széles választékkal és kedvező szállítási feltételekkel működő piacterek így egyre komolyabb versenytársakká válhatnak. A vámváltozások tehát önmagukban nem biztosítanak előnyt a magyar kereskedőknek, különösen azért, mert a globális szereplők gyorsan képesek alkalmazkodni az új feltételekhez.

A csomagautomata lett a legnépszerűbb

Az online kereskedelem fejlődésével párhuzamosan a szállítási szokások is átalakulnak. A PwC kutatása szerint 2026 első felében hosszú évek után először a csomagautomata vált a legkedveltebb átvételi móddá, megelőzve a házhozszállítást. Magyarországon már közel 11 ezer csomagautomata működik, és a fix átvételi pontokon átvett küldemények döntő többsége már automatába érkezik.

Az automaták népszerűsége elsősorban a rugalmasságukkal magyarázható, hiszen a vásárlók a számukra megfelelő időpontban vehetik át rendeléseiket. A szolgáltatás mára olyan alapvető elvárássá vált, amelyhez a nemzetközi kereskedőknek is alkalmazkodniuk kellett. A nagyobb külföldi platformok többsége már Magyarországon is kínál csomagautomatás átvételt, így a hazai és nemzetközi webáruházak közötti különbségek ezen a területen is csökkennek.

Előtérben az elektronikus fizetés

A szállítás mellett a fizetési szokásokban is jelentős változás figyelhető meg. A PwC lakossági kutatása szerint az online vásárlók 56 százaléka lehetőség szerint már az elektronikus előrefizetést választja. A tranzakciós adatok alapján az online vásárlások 76 százalékát elektronikusan fizették ki, ebből 41 százalékot már a rendelés véglegesítésekor, online bankkártyával rendeztek.

Az utánvétes fizetés továbbra is jelen van, azonban ezen belül is egyre fontosabb a készpénzmentesség. A bankkártyás utánvétet a vásárlók 35 százaléka részesíti előnyben, szemben a készpénzes fizetés 30 százalékos arányával. A fiatalabb generációk körében a digitális pénztárcák használata is természetessé vált, miközben valamennyi korosztály számára meghatározó szempont marad a biztonság és az egyszerűség.

Már nem csak az ár dönt

A kutatás egyik legfontosabb megállapítása, hogy az online kereskedelemben a verseny egyre kevésbé korlátozódik az árakra és a termékkínálatra. A vásárlók a teljes rendelési folyamatot egységként értékelik, a termék kiválasztásától és a fizetéstől kezdve a kiszállításon át egészen az esetleges visszaküldésig. Egy webáruház megítélését így a fizetési lehetőségek, a szállítás gyorsasága, az átvételi módok rugalmassága és a problémamentes ügyintézés egyaránt befolyásolja.

Ez különösen a kisebb hazai kereskedők számára jelent kihívást, hiszen a nemzetközi platformok egyre fejlettebb logisztikai és fizetési szolgáltatásokat kínálnak. A versenyképesség megőrzéséhez ezért már nem elegendő a kedvező ár vagy a megfelelő választék, a teljes vásárlási folyamatot is fejleszteni kell.

A PwC szerint a következő években az online és offline kereskedelem közötti határvonal is tovább halványulhat. A fogyasztók egyre inkább az adott vásárlási helyzet alapján választanak csatornát, legyen szó gyors beszerzésről, hétvégi bevásárlásról vagy kényelmes otthoni rendelésről. A digitális kereskedelem következő növekedési szakaszát így várhatóan nem elsősorban az új vásárlók megjelenése, hanem a már aktív fogyasztók további vásárlási helyzeteinek online térbe kerülése határozza meg.







Amikor a legtöbb sem elég

A gamer monitorok lényege a gyorsaság és a kiváló minőségű, pontos képmegjelenítés. Ennek jegyében a jobb modellek ma már 240–330 Hz-es képfrissítést, 0,03- 0,01 ms-os válaszidőt, 4K felbontást, HDR-t és egyre fejlettebb képjavító technológiákat kínálnak, hogy az extrákról ne is beszéljünk.

A gamer monitorok egyik legfontosabb előnye tehát továbbra is a hagyományos kijelzőknél magasabb képfrissítési tartomány. Míg néhány éve a 144 Hz komoly gamer extrának számított, ma már a 240 Hz-es modellek sem ritkák. A csúcskategóriában pedig a 360, 480 vagy akár 500 Hz-es kijelzőkkel is találkozhatunk. Ez különösen a kompetitív játékokban fontos, ahol minden ezredmásodperc számíthat. Lényegében, ha én lövök előbb, akkor győztem. Ma már egy gamernek nem elég, hogy tehetséges legyen, megfelelő technológia is kell a győzelemhez. Ennek jegyében a magas képfrissítés önmagában már szintén nem minden. A gyors válaszidő, az alacsony input lag, az adaptív képfrissítés – például az AMD FreeSync vagy az NVIDIA G-SYNC megoldásai – és a megfelelő mozgásmegjelenítés együtt dolgozik azon, hogy a kép folyamatos, éles és szakadásmentes legyen.

Hódít az OLED, a több üzemmód és a hajlítás

Biztosra mondható, hogy a technológiai fejlődés egyik legnagyobb ugrását az OLED technológia hozta. A tökéletes fekete rendkívül magas kontrasztot és a villámgyors pixelválaszt tesz lehetővé, mellyel olyan képminőséget ad, amely különösen látványos sötét jelenetekben, filmes játékokban és HDR-tartalmaknál. Érdekes irányt jelentenek a több üzemmódot kínáló kijelzők. Az egyik legnépszerűbb új funkció ugyanis a fizikai váltás lehetősége a felbontás és a képfrissítés között. A felhasználók egy gombnyomással válthatnak például 4K - 240 Hz (történetorientált, látványos játékokhoz) és FHD 480 Hz / 500 Hz+ (kompetitív e-sport játékokhoz) módok között. Szintén új opció, hogy a 21:9 és 32:9 képarányú Ultrawide kijelzők mellett megjelentek az állítható görbületű, azaz flexibilis kijelzők, amelyeknél a felhasználó maga döntheti el, hogy sík vagy hajlított módban használja-e a monitort.

Fejlesztés kontra versenyelőny

A prémium kategóriában mára az OLED technológia vette át a vezető szerepet. A nagyobb gyártók a QD-OLED és WOLED panelek továbbfejlesztésére fókuszálnak: növelik a csúcsfényerőt (HDR-teljesítmény), finomítják a beégés elleni védelmi mechanizmusokat (Panel Care), és javítják a szövegek olvashatóságát biztosító alpixel-elrendezést.





Acer
Predator Z57bmiiphuzx

- **DUHD képernyő**
- **57 col képátló**
- **7860 x 2160 pixel felbontás**
- **120 Hz képfrissítés**

A 7860 x 2160 pixel felbontású Acer monitor 1 ms válaszidőt kínál a játékosoknak, valamint 32:9-es képarányt, mindezt 1,07 milliárd szín megjelenítése mellett. A 400 nit fényerőre képes monitor 10 millió:1 kontrasztarányra képes, a betekintési szög pedig 178 fok, így gyakorlatilag mindenhonnan tökéletesen látható. A modell két darab 10 wattos hangszóróval rendelkezik, az interfészek között a HDMI 2.1 csatlakozó és az USB 3.0 egyaránt elérhető.

AOC
PD34

- **QD-OLED képernyő**
- **34 col képátló**
- **3440 x 1440 pixel felbontás**
- **240 Hz képfrissítés**

Az ívelt, keret nélküli, 34 colos gamer monitor a kiváló felbontás mellett 240 Hz képfrissítést és 0,3 ms válaszidőt kínál a játékosoknak, így a gyorsabb és legújabb játékokat is kifogástalanul kezeli. A modell alapvető képaránya 21:9, ami persze állítható. A maximális fényerő 1000 cd/m², a kontrasztarány pedig 1500000:1. A 178 fokos betekintési szög a nézőknek is jó láthatóságot biztosít. A készülékházon az USB 3.2 mellett a HDMI 2.1 csatlakozó is elérhető. A megfelelő hangteljesítményről 2 x 8 wattos hangszóróteljesítmény gondoskodik.





Asus
ROG Swift OLED PG34WCDN

- **QD-OLED képernyő**
- **34 col képátló**
- **3840 x 1440 pixel felbontás**
- **240 Hz képfrissítés**

Az Asus hajlított gamer monitora 34 colos méret és 3840 x 1440 pixel felbontás mellett kínál tökéletes vizuális élményt a játékokhoz, a 0,03 ms válaszidő pedig csökkenti a reakcióidődet, ami előnyt jelenthet a többi játékoshoz képest. Az 1300 cd/m² maximális fényerő jobb képmegjelenítést tesz lehetővé erős napfényben történő játék során is. Az alapvetően 21:9-es képarány szintén a játékélményt fokozza. A készülékházon USB 3.2 és HDMI 2.1 csatlakozó is elérhető.

BenQ
EX271UZ 9H.LP2LA.TBE

- **QD-OLED képernyő**
- **27 col képátló**
- **3840 x 2160 pixel felbontás**
- **240 Hz képfrissítés**

A 0,03 ms válaszidővel és 240 Hz képfrissítéssel rendelkező 27 colos 4K felbontású monitor 250 cd/m2 maximális fényerőre képes. A modell erőssége, hogy a játékosok közvetlen visszajelzései alapján fejlesztették ki a játék grafikai stílusaira épülő színmódokat, amelyek hűen ábrázolják a három legikonikusabb játékvilágot, vagyis a fantasyt, a sci-fit és a realistát. A natív kontrasztarány 1500000:1, míg a betekintési szög 180 fok. Az alap képméretarány 16:9, ami tetszés szerint állítható.





Dell
Alienware AW2725Q

- **QD-OLED képernyő**
- **27 col képátló**
- **3840 x 2160 pixel felbontás**
- **240 Hz képfrissítés**

A Dell gamer monitora 240 Hz képfrissítéssel és 0,03 ms (GtG) válaszidővel garantálja a hihetetlen gyors játékélményt. A 16:9 képarányú kijelző 1000 nit maximális fényerőre és 1 500 000:1 dinamikus kontrasztarányra képes. A tükröződésgátló és 180 fokos betekintési szöggel bíró modell NVIDIA G-Sync Compatible, AMD FreeSync Premium Pro és VESA AdaptiveSync technológiákat kínál a tökéletes játékélményért. A készülékházon HDMI 2.1, USB A és USB B csatlakozók is megtalálhatók.

Gigabyte
M034WQC36

- **QD-OLED képernyő**
- **34 col képátló**
- **3440 x 1440 pixel felbontás**
- **360 Hz képfrissítés**

A Gigabyte gamer monitora magas kontrasztaránnyal mélyebb fekete és ragyogóbb fehér színt biztosít. A széles látószögű monitor 21:9 képaránnyal lehetővé teszi, hogy a játékos teljesen elmerüljön a játékélményben. A nagyszerű 1300 cd/m² maximális fényerő biztosítja, hogy a monitor még erős napfényben történő játék esetén is jól látható legyen. Az akadálytalan képbetöltést a G-SYNC és FreeSync Premium technológia garantálja.





Lenovo
Legion 27U-20

- **IPS képernyő**
- **27 col képátló**
- **2560 x 1440 pixel felbontás**
- **240 Hz képfrissítés**

A Lenovo 21:9 képarányú gamer monitora 240 Hz-es frissítési gyakorisággal és 0,01 ms válaszidővel érkezik, hogy a gyors játékok is tökéletesen jelenjenek meg a képernyőn. A 99%-os sRGB-vel és 98,5%-os DCI-P3 színterével az élénk színeket is remekül adja vissza a modell. A 178 fokos betekintési szög és a 300 cd/m² fényerő minden körülmények között kiváló láthatóságot kínál. A kompatibilitásról két HDMI 2.1 bemenet és egy DisplayPort 1.4 csatlakozó gondoskodik.

LG
UltraGear evo 52G930B-B

- **OLED képernyő**
- **52 col képátló**
- **5120 x 2160 pixel felbontás**
- **240 Hz képfrissítés**

Az LG 5K2K felbontású ívelt gamer monitora 21:9 képarány mellett 0,01 ms-os (GTG) válaszidővel garantálja a maximális játékélményt. Ráadásul az 1000R ívelségnek köszönhetően a kijelző természetesebben tölti ki a látóteret. A HDMI 2.1 csatlakozó stabil kapcsolatot biztosít konzolokkal és más eszközökkel is. A megfelelő hangélményről a négy pólusú fejhallgató-kimenet, valamint a két darab 10 wattos sztereó hangszóró gondoskodik.





MSI
MAG 321UPX

- **QD-OLED képernyő**
- **32 col képátló**
- **3840 x 2160 pixel felbontás**
- **240 Hz képfrissítés**

Az MSI gamer monitora a 10 bites Quantum Dot színkonverziót és az önfényes OLED pixeleket ötvözi a tökéletes fekete és a minimális válaszidő elérése érdekében. A magas 240 Hz-es frissítési frekvencia és a hihetetlen 0,03 ms (GtG) válaszidő biztosítja a VESA ClearMR 13000 minősítést. A készülékházon HDMI 2.1 bemenet, DisplayPort 1.4 csatlakozó, az USB Type-C, és az USB 2.0 egyaránt megtalálható.

Philips
Evnia 49M2C8900L/00

- **QD-OLED képernyő**
- **49 col képátló**
- **5120 x 1440 pixel felbontás**
- **320 Hz képfrissítés**

A Philips monitora MI-támogatású processzort kapott, amely elemzi a beérkező képtartalmat, és folyamatosan a képhez igazítja a kibocsátott fény színét és fényerejét. Emellett a SmartImage játék mód használata tovább optimalizálja a monitorban rejlő lehetőségeket, mint a sötét területek javítását, egy adott terület kiemelését vagy a gyors jeleneteknél a válaszidőt. A kiemelkedő hangélményt a négy 7,5 wattos hangszóró garantálja.





Samsung

LS34BG850SUXEN

- **OLED képernyő**
- **175 Hz képfrissítés**
- **34 col képátló**
- **3440 x 1440 pixel felbontás**

A Samsung ívelt kialakítású, OLED gamer monitora a Neo Quantum processzor segítségével vakítóbb fehéreket, mélyebb feketéket és közel végtelen színkontrasztot biztosít a játékokhoz. A 0.1ms válaszidő komoly fegyvertény lehet bármilyen akció során. A 21:9-es képarány nagyobb látóteret biztosít, míg a 250 cd/ fényerő napfénynél is élvezhetővé teszi a játékokat. Extraként a Samsung TV Plus ingyenes élő tartalmat kínál letöltések és regisztráció nélkül.

TCL
32X3A

- **OLED képernyő**
- **32 col képátló**
- **3840 x 2160 pixel felbontás**
- **240 Hz képfrissítés**

A TCL keret nélküli monitora kimagasló színpontosságot és valósághű színvisszaadást kínál, melynek köszönhetően a játékélmény még valóságosabbnak hat. Az intelligens képkockafeldolgozás egy lépéssel előre dolgozik, jelentősen csökkentve a megjelenítési késleltetést a gyorsabb és gördülékenyebb élmény érdekében. A válaszidő mindössze 0,03 ms. A monitor valós időben érzékeli a környezeti fényviszonyokat, és automatikusan beállítja a fényerőt. A lenyűgöző hangzást az előre sugárzó hangszórórendszer garantálja.



LAZÍTÁS OTTHON ÉS ÚTKÖZBEN

Van, aki a fülhallgatókra, és van, aki a fejhallgatókra esküszik, az utóbbi kategória legnagyobb előnye a kényelmes viselet és a gazdag hangzás. A fül körül elhelyezkedő párnák hatékonyan csökkenthetik a külső zajokat, miközben hosszabb használat során is komfortos élményt nyújthatnak. A termékcsalád több szegmensre osztható: az alapmodellek a mindennapi zenehallgatást szolgálják, a prémium kategória fejlett zajszűréssel és kiváló hangminőséggel csábít, míg a gamerfejhallgatók a térhatású hangzásra és a tiszta kommunikációra helyezik a hangsúlyt. A professzionális modellek pedig a stúdiómunkában is nélkülözhetetlenek. Az elmúlt évek fejlesztései között kiemelkedik az aktív zajszűrés, a vezeték nélküli kapcsolat, a hosszabb akkumulátor-üzemidő és az adaptív hangvezérlés. Emellett a fülbe dugható modellekhez képest a fejhallgatók gyakran nagyobb hangszórókat, tágasabb hangteret és stabilabb illeszkedést kínálnak, így különösen vonzóak az elmélyült zenehallgatás kedvelőinek.



Acer Predator Galea 365



Az Acer gamer fejhallgatója 7.1-es hangzással támogatja a tökéletes, térhangzású játékélményt, illetőleg különféle extrákkal kényezteti a felhasználót. Ilyen a levehető mikrofon, amely játék közben akár zavaró is lehet, vagy a puha fülpárnák, melyek a hosszú távú használat során is kényelmes viseletet biztosítanak. A fejhallgató vezetékes használatot is lehetővé tesz, a megfelelő kényelemről a 3,5 mm-es audiojack-csatlakozó és az 1,5 méteres kábel gondoskodik.

Anker Soundcore Space One Pro

Az Anker fejhallgatója ANC nélkül akár 60 órányi lejátszási időt biztosít, a modell gyorstöltő funkcióval is rendelkezik, ami 5 perc alatt 8 órányi zenehallgatást tesz lehetővé. A négyfokozatú zajszűrő rendszer valós időben megszünteti a környezeti hangokat. Az erős basszusok, a tiszta középhangok és az éles magas hangok tökéletes zenei élményt garantálnak. A praktikumot a FlexiCurve technológiával szolgálja, amely lehetővé teszi, hogy a készülék eredeti méretének felére összehajtható legyen.



Bose QuietComfort Ultra Headphones

A Bose fejhallgatója Mozi móddal rendelkezik, amely térbelivé teszi és kiegyensúlyozza a videótartalom térhatású hangját és párbeszédeit, így filmszerű élményt kínál. A modellhez tartozó alkalmazáson keresztül személyre szabható a használat, beállítható a zajszűrés szintje, hozzá lehet férni az EQ-hoz és innen lehet csatlakozni a külső eszközökhöz is. A modell összecsukható, ami az utazásoknál jelenthet nagy előnyt.



Canyon Wireless Gaming Headset Ego GH-16

A Canyon gamer fejhallgatója gyors, megszakítás nélküli kapcsolatot biztosít a BT 5.3-mal, lehetővé téve a vezeték nélküli játékot késleltetés vagy akadozás nélkül. A 40 mm-es hi-fi hangszórók mély basszust, éles magas hangokat és magával ragadó surround hangzást biztosítanak. A modell a 3,5 mm-es vezetékes kapcsolatra is képes, bár a 20 órás üzemidő bőven elegendő a hosszabb játékokhoz is. A beépített hangerőszabályzóval menet közben gyorsan állítható a hangerő. A mikrofon stílusosan behúzható.



GoGEN BTM 93B

A GoGEN vezeték nélküli, fémből és műanyagból készült fejhallgatója összecsukható, így ideális utazásokhoz is. A kényelmes fülkagylók kiváló minőségű hangszórókat rejtenek, széles, 20-20 000 Hz-es frekvenciatartományban, így minden zenei műfaj hallgatására alkalmas a modell. A fejhallgató ANC funkcióval, aktív zajszűréssel rendelkezik a zavartalan zenehallgatás érdekében. A beépített mikrofonnak köszönhetően a készülék telefonhívásokhoz vagy online konferenciákhoz is használható.



HP Cloud Alpha 2 Wireless (AJ5C7AA)

A HP gamer fejhallgatója 2,4 GHz-es módban akár 250 órán keresztül használható. A kiváló hangzást a HyperX többrétegű kompozit kialakítás, az 53 mm-es hangszórók, valamint a HyperX NGENUITY 3 által biztosított térhangzás teszi lehetővé. Az újraprogramozható RGB-bázisállomás hangvezérlést kínál a felhasználóknak. A leválasztható mikrofonkar és a belső mikrofonok tiszta hangkommunikációt biztosít. A modell vezetékkel is használható, a tápkábel hossza 1,5 méter.



Mozivarázs a nappaliban

Prémium kép- és hangélmény a Panasonic Z95BEGA OLED televízióval

Egy igazán jó televízió ma már jóval többet jelent egy egyszerű képernyőnél. A nappali központi elemeként a közös filmesték, az izgalmas sportközvetítések és a játékélmények meghatározó szereplője. A Panasonic Z95BEGA OLED televízió a fejlett képtechnológiát, a magával ragadó hangzást és az intelligens funkciókat ötvözi, hogy az otthoni szórakozás valódi élménnyé váljon.

Lenyűgöző látvány minden pillanatban
A Panasonic Z95BEGA egyik legnagyobb erőssége az új generációs Primary RGB Tandem OLED panel, amelyet a ThermalFlow hűtési technológia egészít ki. A megoldás nagy fényerőt, mély feketéket és gazdag színvilágot kínál, így a sötét filmes jelenetek és a világos képrészletek egyaránt részletgazdagon jelenhetnek meg. A 4K felbontás mellett a HCX Pro AI MKII processzor optimalizálja a képminőséget, míg a Dolby Vision IQ támogatás a környezeti fényviszonyokhoz igazodó megjelenítést segíti.

Hangzás, amely körülölel
A látványhoz méltó hangélményről a Technics szakértelmével hangolt 360° Soundscape Pro hangrendszer gondoskodik.
A 65 hüvelykes modell 170 wattos hangrendszere és a Dolby Atmos támogatás térhatású hangzással teszi még átélhetőbbé a filmeket, koncerteket és sporteseményeket. A beépített Fire TV rendszer egyszerű hozzáférést biztosít a különböző streamingalkalmazásokhoz és kedvenc tartalmakhoz, az Alexa hangvezérlés pedig tovább könnyíti a mindennapi használatot.

Szórakozás kompromisszumok nélkül
A Panasonic Z95BEGA a játékosok igényeire is felkészült. Az akár 144 Hz-es képfrissítés, a változó képfrissítési frekvencia (VRR) és az automatikus alacsony késleltetésű mód (ALLM) a gyors, dinamikus játékok során is gördülékeny megjelenítést tesz lehetővé.



A prémium anyaghasználat és a letisztult kialakítás révén a készülék a modern nappalik elegáns kiegészítője is lehet.
A Panasonic Z95BEGA sorozat 55, 65 és 77 hüvelykes méretben érhető el, így különböző méretű otthonokba is megfelelő választást kínál.

A terméket forgalmazza többek között az Adiv Consulting kft.

www.adiv.hu

ADIV CONSULTING Kft.



Hama
Spirit Calypso III (221780)

A Hama vezeték nélküli fejhallgatója akár 60 órás lejátszási időt kínál egyetlen töltéssel. A modell kiegészítő basszuserősítő funkcióval rendelkezik, amely a zenei stílustól függően egyetlen gombnyomással aktiválható. A Bluetooth multipoint technológia két eszköz egyidejű csatlakoztatását teszi lehetővé, a beépített mikrofonnak köszönhetően pedig telefonhívásokhoz is használható. A puha fülpárnák és az állítható, párnázott fejpánt hosszabb használat során is kényelmes viseletet biztosítanak. A fejhallgató összecsukható, valamint Bluetooth-kapcsolaton és audiokábelen keresztül egyaránt használható.



Sencor
SEP Sleeper ANC

A Sencor SEP Sleeper vezeték nélküli fejhallgató hibrid ANC aktív zajcsökkentő technológiával van felszerelve, ami kiszűri a közlekedési zajokat és az egyéb zavaró hangokat a zenehallgatás során. A 40 mm-es hangszórók a 20–20 000 Hz-es frekvenciatartományban szólaltatják meg a magas hangokat, az énekhangokat és a mély basszusokat. A könnyű szerkezet és a puha fülpárnák hosszabb használat során is kényelmes viseletet kínálnak. A Bluetooth 5.3 vezeték nélküli kapcsolat hatótávolsága akár 10 méter is lehet.



Lamax
LXOHMHIGC2ABA

A Lamax fejhallgatója vezetékkel és vezeték nélkül egyaránt használható. Legyen szó bármelyik változatról is a 40 mm-es meghajtók kiváló hallgatási élményt nyújtanak, a hang tiszta és kiegyensúlyozott, az EQ módok pedig személyre szabják a hangprofilt. A modell Bluetooth 5.4 technológiát kínál, és egyetlen töltéssel több mint 50 órás zenehallgatást tesz lehetővé. A térhangzásról a beépített öt mikrofon gondoskodik.

JBL
Tour One M3AVI

A JBL fülhallgatójához egy érintőképernyős Audio Transmitter is tartozik, amely teljes körű irányítást kínál a modellhez. Az adóval bármilyen hangforráshoz könnyen lehet csatlakozni, és bármilyen Auracast kompatibilis hangszóróra vagy fejhallgatóra streamelhetünk. A beépített nyolc mikrofon valós időben figyeli a környezeti zajokat, és automatikusan visszaadja a fordított fázist, így alig hallani valamit a külvilágból. Beszéd közben a készülék automatikusan lehalkítja a zenét. A modell egy töltéssel 70 óra üzemidőre képes.





Panasonic
B-M600B

A párnázott, állítható fejpánt kényelmes használatot tesz lehetővé, akár 65 órán keresztül is, mivel ez a modell lejátszási ideje egyetlen töltéssel. Ugyanakkor a gyorstöltés funkció 15 perc alatt 6 órás zenehallgatás érhető el. Az aktív zajszűrés technológia lehetővé teszi, hogy a felhasználó maradéktalanul elmerüljön a zenei élményben. A Bluetooth 5.3 vezeték nélküli technológia 10 méteren belül problémamentes csatlakozást tesz lehetővé külső eszközökkel.

Xiaomi
HAYS40BL

A Xiaomi fülhallgatója AI alapú zajszűrő technológiával rendelkezik, hogy minden nem kívánatos külső zajt kizárjon. A 3 beépített mikrofon kombinációjával még a szélzajnak is ellenáll a készülék. A kristálytiszta hangzást a Dolby Audio technológia biztosítja, ami a koaxiális tripla meghajtós rendszerre épül. Gyártó applikációján a gesztusok és a hangbeállítások is testreszabhatók. A készenléti idő egy töltéssel akár 180 óra is lehet.



MÁRKA	TÍPUS	Töltési idő (h)	Lejátszási idő	Zajszűrés	Akkumulátor kapacitás (mAh)	Súly (gramm)
Acer	Predator Galea 365	nincs	nincs	igen	nincs	350
Anker	Soundcore Space One Pro	3	60	igen	350	375
Bose	QuietComfort Ultra Headphones	3	28	igen	350	250
Canyon	Wireless Gaming Headset Ego GH-16	1,5-2	20	nem	300	211
GoGEN	BTM 93B	2,5	63	igen	500	460
Hama	Spirit Calypso III	2,5	60	igen	490	180
HP	Cloud Alpha 2 Wireless (AJ5C7AA)	6	250	igen	500	345
JBL	Tour One M3AVI	2	70	igen	850	278
Lamax	LXOHMHIGC2ABA	2	57	igen	450	230
Panasonic	RB-M600B	5	65	igen	400	265
Sencor	SEP Sleeper ANC	3	30	igen	500	210
Sony	Noise Cancelling WH-1000X	3	32	igen	500	350
Xiaomi	HAYS40BL	2,5	90	igen	650	290

Több mint televízió: : így támogatja partnerei növekedését a Union Distribution a Blaupunkttal

Az IFA 2026-on mutatott erős jelenlétét követően a Union Distribution tovább bővíti európai üzleti tevékenységét a Blaupunkt okostelevízióival, OTT-eszközeivel és kijelzőtartó megoldásaival. Alex Viazlo vezérigazgatóval, Anastasia Lukasevich marketingvezetővel és Tomasz Rogalski country managerrel a piaci lehetőségekről, a partnerek támogatásáról és a hosszú távú B2B kapcsolatok építéséről beszélgettünk.



Alex Viazlo



Anastasia Lukasevich


Tomasz Rogalski

Az Union Distribution évről évre figyelemre méltó eredményeket ér el. Mi áll a folyamatos növekedés hátterében, és hogyan fejlődött a Blaupunkt portfóliója az Önök licencmegállapodása alatt?
Alex Viazlo, vezérigazgató: Őszintén szólva minket is mindig meglep, hogy minden évben ambiciózus célokat tűzünk ki magunk elé, majd végül jelentősen túl is teljesítjük őket. Számunkra az IFA szinte egyfajta évadzáró esemény, amikor egy pillanatra megállunk, visszanézünk arra, mit terveztünk, és azt látjuk, hogy végül jóval többet sikerült megvalósítanunk.
A siker titka tulajdonképpen egyszerű. Kiváló szakemberekből álló csapatunk van, akik szorosan együtt dolgoznak, nagyon jól ismerik a helyi piacokat, és minden disztribútorunknak aktív, közvetlen támogatást nyújtanak. Jó példa erre az IFA 2026 előtti időszak, amikor az Amazon Fire TV szoftverrel is bővítettük kínálatunkat. Portfóliónkban így ma már a világ vezető operációs rendszerei egyaránt megtalálhatók, köztük a Google TV, a Samsung által támogatott Tizen OS és az Amazon Fire TV. Mindezt egy erős prémium termékportfólió egészíti ki, amely véleményünk szerint a technológia, a minőség, a funkcionalitás és az ár tekintetében is kiemelkedő egyensúlyt kínál. Ebben fontos szerepet játszik technológiai beszállítóink erős támogatása, az a képességünk, hogy gyorsan alkalmazkodjunk a piaci változásokhoz, valamint az évek során felhalmozott tapasztalatunk.

Az európai vásárlók köztudottan igényesek. Hogyan látják ma a Blaupunkt márkát, és milyen marketingtámogatást nyújtanak partnereiknek?
Anastasia Lukasevich, marketingvezető: A Blaupunkt több mint százéves német öröksége erős márkaismertséget és stabil alapot jelent partnereink számára.
A mi feladatunk az, hogy ezt a lehetőséget releváns helyi marketinggel és olyan érvekkel töltsük meg, amelyek valódi okot adnak a fogyasztóknak arra, hogy a Blaupunktot válasszák. Tevékenységünk jóval túlmutat a termékek szállításán és a márkalicenc biztosításán. Partnereinkkel közösen alakítunk ki egyedi marketingterveket, lokalizált tartalmakat és digitális anyagokat készítünk, támogatjuk a kiskereskedelmi promóciókat, valamint online és offline kampányokat is szervezünk. Az Amazonon, a Kauflandon, az Allegrón, a Worten, az OTTO és más európai piactereken szerzett tapasztalataink révén jól ismerjük az egyes piacok kategóriasajátosságait és promóciós lehetőségeit. Ezeket az ismereteket arra használjuk, hogy segítsük partnereinket kínálatuk és marketingtevékenységük adott piac igényeihez igazításában.
Célunk, hogy erősebb kapcsolat alakuljon ki a fogyasztókkal, és ezzel párhuzamosan az értékesítés is növekedjen.

Kereskedelmi szempontból mi teszi egyszerűvé és megbízhatóvá az együttműködést a Union Distributionnel a kereskedelmi láncok és disztribútorok számára?
Tomasz Rogalski, country manager: Azt gondolom, hogy a partnerek számára elsősorban azért kényelmes velünk dolgozni, mert rendkívül széles portfólióval rendelkezünk. Gyakorlatilag mindenki megtalálhatja benne azt a terméket, amely az adott piac és a helyi vásárlók igényeinek megfelel. Kínálatunk a kijelzők teljes spektrumát lefedi, a nagy volumenben értékesített, kedvező árú LED-modellektől és nagy fényerejű QLED televízióktól egészen a csúcskategóriás QD-MiniLED készülékekig. MiniLED modellünk a Bureau Veritas France értékelésén minden fontos teljesítménymutató tekintetében kiemelkedő eredményt ért el, és már készülünk a következő generáció bemutatására is, amely a jövő év első negyedévében érkezik.
Mivel központunk Csehországban működik, a legfontosabb piacokon pedig helyi szakemberekből álló regionális irodákkal vagyunk jelen – többek között Németországban és Spanyolországban –, jól ismerjük az egyes régiók sajátosságait. Ennek köszönhetően tevékenységünk nem merül ki a termékek leszállításában, hanem partnereinket az optimális termékmix kialakításában és a megfelelő árstratégia meghatározásában is támogatjuk. Olyan egyedi termékportfólióval rendelkezünk, amely véleményünk szerint kiemelkedik a piaci kínálatból. Legyen szó nagy volumenben értékesíthető standard televíziókról, speciális 12 voltos utazómodellekről, interaktív okostáblákról vagy az üzleti és oktatási szegmens számára kínált komplex megoldásokról, minden fontos igényre tudunk megfelelő megoldást kínálni. Talán az mutatja a legjobban az együttműködés sikerét, hogy valamennyi partnerünk, aki valaha elkezdett velünk dolgozni, a mai napig velünk maradt, hosszú távú partnerként.

Mi a legfontosabb üzenetük a leendő partnerek számára a 2027-es szezon előtt?
Anastasia Lukasevich: Arra törekszünk, hogy partnereink minden szükséges eszközt megkapjanak a hatékony piaci versenyhez. Folyamatosan frissített termékinformációkat, lokalizált tartalmakat, rövid videós anyagokat és célzott kampánytámogatást biztosítunk számukra. Emellett már dolgozunk az IFA 2027 új koncepcióin is, amelyekkel a Blaupunkt portfólióját a korábbinál is hangsúlyosabban szeretnénk bemutatni.
Alex Viazlo: A Union Distributionnel való együttműködés jóval többet jelent annál, mint hogy partnereink hozzáférést kapnak a Blaupunkt termékeihez.
Egy tapasztalt csapatot, komoly európai piaci ismereteket, stabil működési hátteret és aktív marketingtámogatást is kapnak. 2027-ben is szeretnénk új együttműködéseket kialakítani, meglévő partnereinket pedig további növekedési lehetőségek kiaknázásában támogatni.

Jegyzet

AZ ELMÚLT NÉHÁNY HÓNAPBAN TÖBBSZÖR IS AZON KAPTAM MAGAM, HOGY UGYANAZ A KÉRDÉS MOTOSZKÁL BENNEM. MI TÖRTÉNIK AZ EURÓPAI HÁZTARTÁSIGÉP-IPARRAL?

Kisebb hely, nagyobb nyomás

Nehéz egyetlen okot megnevezni. Túlságosan sok minden történik egyszerre. Háború, energiaárak, infláció, magas költségek, szabályozás, gyenge fogyasztói bizalom és egyre agresszívebb globális verseny alakítja a piacot. Az idei IFA, majd később az Area 30 után viszont nehezen kerülhető meg az érzés, hogy valami megváltozott. És nem feltétlenül jó irányba.

Berlinben természetesen elsősorban a kínai vállalatok elképesztő aktivitása volt feltűnő. Ez önmagában már nem újdonság. Évek óta látjuk, hogy egyre nagyobb standokkal, egyre több márkával és egyre komolyabb technológiával érkeznek Európába. Donald Trump vámháborúja azonban adott ennek még egy lökést. Ha az amerikai piac egyre nehezebben hozzáférhető, miközben Kínában is brutális a verseny, teljesen logikus, hogy az ottani gyártók még nagyobb erővel fordulnak Európa felé. *Nem kérdés, mi vagyunk a következő nagy pálya.*

Európa természetesen próbál védekezni a dömpinggel és az egyenlőtlen versenyfeltételekkel szemben, de ne áltassuk magunkat. Továbbra is alapvetően nyitott piac vagyunk, és nincs olyan protekcionista fal, mint amilyet az Egyesült Államok húzott fel bizonyos kínai termékek előtt. Mire pedig Brüsszel megvizsgál, egyeztet és szabályoz egy jelenséget, a piac sokszor már három lépéssel előrébb jár.

A probléma számomra azonban nem az, hogy a kínai gyártók erősek. Miért ne lennének? Rengeteget fejlesztenek, hatalmas összegeket fordítanak kutatásra, új technológiákra, gyártásra, márkaépítésre és európai terjeszkedésre. Sokkal inkább az zavar, hogy közben az európai vállalatok jelentős részénél egyre kevésbé látni azt az innovációs lendületet, amely tíz vagy tizenöt évvel ezelőtt még természetesnek tűnt. Néha tényleg olyan érzés, mintha az európaiak a peronról néznék, ahogy *a kínai maglev egyre gyorsabban távolodik*. És még mindig azon tanakodnánk, hogy vajon érdemes-e felszállni.

Az idei IFA-n ez különösen látványos volt. A *Haier* és a *Hisense* standján sorra jöttek az olyan megoldások, amelyek közül némelyik még csak koncepció, és az AI-ból is jutott bőven. Egy dolgot azonban nehéz elvitatni tőlük, próbálják megmutatni, hogyan nézhet ki az otthon öt vagy tíz év múlva. A Haier intelligens élelmiszer-kezeléssel, többdobos mosási rendszerekkel, robotikával és egymással kommunikáló készülékekkel foglalkozik. A Hisense ugyanezt az összekapcsolt otthon, a televízió, a főzés, a mosás és a klímatechnika felől közelíti meg. A *Dreame* pedig néhány év alatt abból a robotporszívó-márkából, amelyet Európában alig ismert valaki, a piac egyik meghatározó szereplőjévé vált. És itt már nem pusztán marketingről beszélünk.

A Dreame saját közlése szerint 2025-ben Európa első számú robotporszívó-márkája lett, és 2026 első felében is megtartotta vezető pozícióját. A vállalat pedig a tavalyi, kissé nagyra nőtt kategóriahalmozás után mintha újra visszatalálna ahhoz, amiben valóban erős, például a robotporszívókhoz.

A folyamat Magyarországon is jól látható. A Haier egyre komolyabb szereplő, a Hisense folyamatosan szélesíti a kínálatát, a Dreame terjeszkedik, az ECOVACS pedig idén hivatalos magyarországi disztribúcióval lépett piacra. Közben több hagyományos európai szereplő inkább visszavonul vagy háttérbe szorul a robotporszívók piacán. Nem nehéz kitalálni, mi következik ebből. Ez a kategória egyre inkább kínai lesz. És szerintem lassan azt is meg lehet kockáztatni, hogy ez a technológiai offenzíva már nem kizárólag az európai gyártókat fenyegeti. A Samsung és az LG évtizedek óta annak a példái, hogyan tud egy ázsiai vállalat innovációval, technológiával és elképesztően erős márkaépítéssel globális vezetővé válni. Csakhogy most már mögöttük is jön valaki. A TCL, a Hisense, a Haier, a Midea vagy a Dreame fejlesztési tempóját látva egyáltalán nem biztos, hogy a következő tíz év versenyében a két koreai óriás helyzete ugyanolyan kényelmes lesz, mint az előző tízben volt. A kínai maglev ugyanis nem áll meg Szöulnál.

És van még egy piac, amelyet ugyanez a nyomás egyre látványosabban érint: *Törökország*. 2026 első felében a török háztartásigép-ipar belföldi értékesítése 7 százalékkal, exportja 19 százalékkal, termelése pedig 15 százalékkal csökkent. A Vestel helyzete még látványosabb figyelmeztetés. A vállalat komoly veszteségekkel, csökkenő árbevétellel és növekvő finanszírozási nyomással küzd. Vagyis már nem egyszerűen arról beszélünk, hogy Nyugat-Európában drága háztartási gépet gyártani. Az egész európai térség versenyképessége nyomás alatt van.

És van még valami, ami szerintem különösen érdekes ebben a történetben: az *Electrolux* és a *Midea* együttműködése. A két vállalat megállapodása jelenleg Észak-Amerikára vonatkozik. Andersonban már megkezdődött az együttműködés, 2027 első felében pedig prémium felültöltős mosógépek gyártása indul. Első látásra ebben is lehetne azt látni, hogy egy tradicionális európai gyártó újabb területet enged át egy kínai vállalatnak. Én nem feltétlenül így nézem. Mi történne akkor, ha egyszer Európában is létrejönne valami hasonló? A Mideának technológiája, gyártási háttere,





fejlesztési kapacitása és pénze van. Az Electroluxnak pedig ott az Electrolux és az AEG neve, az európai fogyasztók bizalma és egy olyan márkaörökség, amelyet nem lehet néhány év alatt felépíteni.

A kettő együtt akár az európai márkák jövőjének egyik lehetséges modellje is lehetne. Nem biztos ugyanis, hogy mindent Európában kell kifejleszteni és legyártani ahhoz, hogy egy európai márka erős maradjon. Lehet, hogy a következő évtized versenyképessége részben éppen azon múlik majd, hogy ki tudja a legjobban kombinálni az európai márkaértéket és piacismeretet az ázsiai technológiai és gyártási háttérrel. Hogy az Electrolux–Midea együttműködés valaha eljut-e Európába, arról jelenleg nincs nyilvános terv. De érdemes eljátszani a gondolattal. Mert erre a tempóra Európának is választ kell adnia.

Mindeközben maga a *termék* is változik. Az elmúlt hónapok újdonságait nézve számomra az egyik legerősebb közös trend egyetlen mondatban összefoglalható. Egyre többet akarunk egyre kisebb helyen. A városi lakások kisebbek. A konyhák kisebbek. A háztartások összetétele változik. A négyzetméter pedig drága. Erre a gyártók egyre több kézzelfogható választ adnak. Kompaktabb automata kávégépek jelennek meg. Egyre nagyobb szerepet kapnak a keskeny mosógépek. A hűtőknél ugyanabba a külső méretbe próbálnak minél nagyobb hasznos térfogatot beépíteni. Kívül ugyanakkora. Belül nagyobb. A főzőlapba épített elszívó ugyanezen gondolkodás egyik legsikeresebb példája. Nincs szükség külön páraelszívóra, nem vesz el helyet a felső szekrényektől, és teljesen más szabadságot ad a konyhatervezésnek.

És megjelent egy újabb izgalmas terület, a *mosótorony*. Nem egyszerűen egymásra rakott mosógépről és szárítógépről beszélünk. Egyre több gyártó gondolkodik eleve vertikális rendszerben, közös kezeléssel és olyan kialakítással, amely már a tervezéskor számol azzal, hogy a két készülék egymás fölött lesz.

Sőt, nem biztos, hogy hosszú távon mindig csak két gépről beszélünk majd. A Haier többdobos megoldásai már azt mutatják, hogy a vertikális tér kihasználása teljesen új termékkategóriákat hozhat létre.

A *szórakoztatóelektronikában* érdekes módon szinte pontosan az ellenkezője történik. A kis képernyő eltűnik. A nagy pedig egyre nagyobb lesz. A hálószobában vagy a konyhában lévő 32 colos tévét sok esetben már tablet, notebook vagy egyszerűen a telefon váltja ki. A nappaliban viszont mintha elvesztettük volna a mértéket. Az idei IFA-n több gyártó standján is óriási kijelzők uralták a teret. Közben a *MiniLED* újabb generációi és az *RGB MiniLED* körül már a következő technológiai verseny bontakozik ki. És itt megint ugyanoda jutunk. TCL. Hisense. Samsung. LG. A versenyzők köre változik. És a két koreai óriásnak most már nemcsak egymást kell figyelnie.

Miközben a gyártói oldal ilyen gyorsan változik, a *kereskedelem* sem marad érintetlen. A MediaMarkt Magyarországon elindította marketplace szolgáltatását. Az Alza folyamatosan tágítja azt a határt, hogy mit tekintünk egy elektronikai kereskedő természetes választékának. Lassan egyszerűbb lenne felsorolni, mit nem lehet náluk kapni. Az online térben ugyanis a polc végtelen. A *PwC Digitális Kereskedelmi Körképe* szerint 2026 második negyedévében a magyar fogyasztók teljes online költése az importtal együtt megközelítette az 535 milliárd forintot, a határon átnyúló vásárlások pedig már a piac közel ötödét jelentik.

De szerintem még fontosabb, hogy már nem feltétlenül az ár az egyetlen döntő tényező. A vásárló gyors szállítást, egyszerű fizetést, könnyű visszaküldést és problémamentes ügyintézést vár. Nem webshopot, logisztikát, fizetési rendszert és ügyfélszolgálatot lát. Egy vásárlást lát. És aki ezt jobban csinálja, az nyer. Pontosan ugyanaz történik, mint a gyártóknál. Nem elég egy jó termék, nem elég egy százéves márkanév, és nem elég az sem, hogy húsz éve ugyanazokkal a kereskedőkkel dolgozunk. Gyorsnak kell lenni.

Nem szeretném ezt az írást azzal lezárni, hogy Európa elveszítette a versenyt. Mert nem veszítette el. A Miele továbbra is olyan márkaértékkel rendelkezik, amelyről a legtöbb kínai gyártó egyelőre csak álmodhat. A Bosch neve Európában elképesztő erőt képvisel. Az Electrolux és az AEG generációk óta ismert. A Liebherr, a Gaggenau vagy a BORA pedig pontosan megmutatja, hogy európai fejlesztéssel, erős pozicionálással és valódi innovációval igenis lehet sikeresen működni. A kérdés inkább az, hogy ez önmagában elég lesz-e. Mert a másik oldal nem áll. Minden IFA után elmondjuk, milyen elképesztő tempóban fejlődnek a kínai vállalatok. Aztán eltelik újabb egy év és megint gyorsabbak. Talán ezért volt idén annyira furcsa érzés végigmenni néhány európai standon. Nem az zavart, hogy máshol több látványos újdonság sorakozott. Nem az, hogy több robot rohangált. Még az sem, hogy nagyjából minden második termékben mesterséges intelligencia „dolgozott”.

Hanem az, amikor feltettük a legegyszerűbb újságírói kérdést. Mi az újdonság? És nem érkezett rá igazán jó válasz. A kínai maglev közben már elindult. *Jó lenne, ha Európa nem csak a peronról integetne neki.*



Haidar Roland







THE INSPIRED HOME SHOW®
IHA's GLOBAL HOME + HOUSEWARES MARKET

9-11 March 2027 | Chicago, USA
TUESDAY - WEDNESDAY - THURSDAY

WHERE THE INDUSTRY CONNECTS AROUND INNOVATION AND INSPIRATION

While The Inspired Home Show will begin a new chapter in Atlanta in 2028, we'll hold a final Show in Chicago, March 9-11, and look forward to uniting the industry in this beautiful city one more time. Join us to discover the home and housewares industry's most innovative brands and products, while celebrating the Show's rich history in Chicago and experiencing the city's renowned shopping, dining, and culture!

– **DEREK MILLER,** *President & CEO, International Housewares Association*

Register for your FREE entrance badge:
TheInspiredHomeShow.com

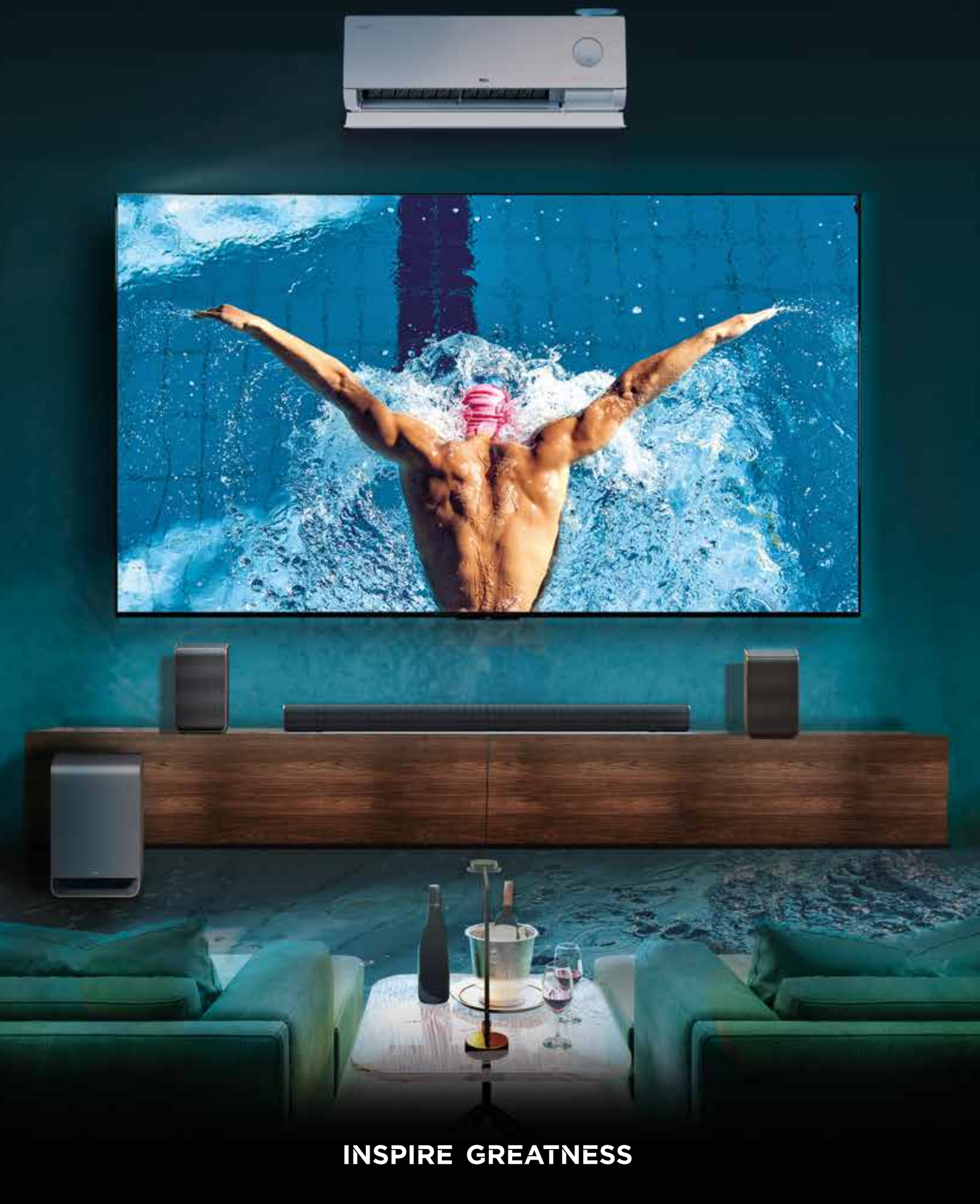
© 2026 International Housewares Association. All Rights Reserved.







TCL



INSPIRE GREATNESS

3650 nap kompromisszumok nélkül.
A Liebherr ígérete.



Életre készült.
A Liebherr nem csupán készülék –
a mindennapok megbízható társa.
Úgy alkottuk meg, hogy éveken át
hűségesen szolgálja az élet ritmusát:
a hétvégi nagybevásárlásoktól a nap
mint nap ismétlődő apró pillanatokig.
Ez az a minőség, amely újra és újra bizo-
nyít. 10 éven át. És még annál is tovább.

Legkedvezőbb energiafogyasztású készülékeink –
most 10 év teljeskörű gyártói garanciával.
home.liebherr.com/guarantee

LIEBHERR