

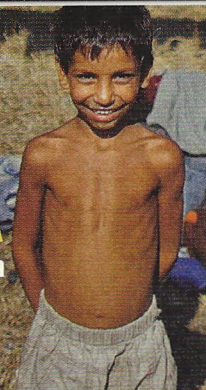
ÜZLET, GAZDASÁG, TÁRSADALOM

FIGYELŐ

SanomaMedia

**FORMÁLÓDÓ
UNIÓS
ROMASTRATÉGIA**
A célegyenesben
elgyávulhatnak
a tagországok

15. SZÁM • 2011. ÁPRILIS 14-20. • ÁRA 470 FT



AZ ÁLLAM SZÁZMILLIÁRDOS HAZÁRDJÁTÉKA

Adózatlanul ömlik
külföldre a pénz az online
szerencsejáték-piacról

SK: 2,34 € • 195 DIN • 8,6 LEI
977.0015.086.009 11.015

MIÉRT A FRAKCIÓ „KORMÁNYOZ”?

Orbán működteti a párhuzamosságok rendszerét

MOL-KÜZDELEM HORVÁTORSZÁGBAN

Politika által motivált vádak



ÉLÉNKÜLŐ BELSŐÉPÍTÉSZETI PIAC

Válságtűrő luxus

Trendi enteriőrök, minőségi bútorok, újszerű design: pár éve Magyarországon is divatba jött az igényes otthon. Sorra nyíltak a belsőépítészeti irodák, bővültek a kivitelezői csapatok, bizakodni kezdtek a forgalmazók. S noha a válság úgy általában megtépázta a szakmabelieket, a luxus ügyfélkör kiszolgálóit alig érintette.



MAURICIO FLORES.

„Szélesedik az a kör, amelynek határozott elképzelése van és partnernek tekinti a belsőépítész.”



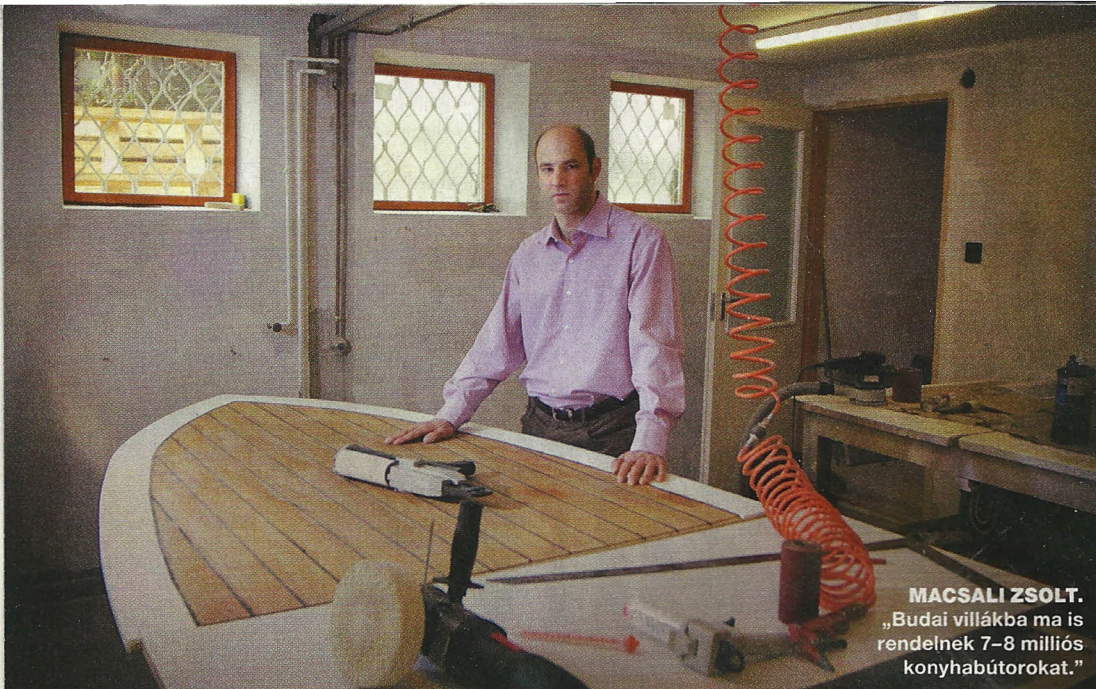
SÁROSDI-MÁDI KRISZTINA.

„A válság előtt egymást hozták a megbízások, aztán a múlt év elején egyszerre csak minden leállt.”

Előadótermi padsorok helyett Milánó forgatagában tölti április második hetét a Soproni Egyetem Faipari Mérnöki Karának mintegy 30 hallgatója. Az intézmény az idén első alkalommal szervezett tanulmányutat a Salone Internazionale del Mobile nevű nemzetközi bútortársasági szakkonferenciára, s noha a program részben önköltséges volt, csaknem minden második hallgató jelentkezett. A fiatalok számos magyar belsőépítésszel, kivitelezővel, lakberendezővel összefuthatnak, hiszen a telente Kölnben, illetve tavasszal Milánóban megrendezett bútorexpozíciókon mindenki ott van, aki a hazai szakmai körökben „számít”. Évről évre egyre többen.

E vásárok visszatérő vendége Mauricio Flores is. A chilei származású, több mint harminc éve Magyarországon élő belsőépítész a kollégáival, olykor egy-egy ügyfelével is járja Európát. Fon-

tos nemzetközi kiállításokon, üzletekben, éttermekben ismerkednek a legújabb trendekkel, színekkel, technikákkal. Mint mondja, szélesedik azon ügyfelek köre, akiknek határozott elképzelése, kiforrott ízlése van, olvassa a nyugati szaklapokat, ismeri a tervezők munkáit, és partnernek tekinti a belsőépítész. E réteg azonban még mindig szűk: miközben külföldön az átlagemberek körében is röpködnek a tervezők, márkák, stílusok nevei, hiszen ott mind ez az általános műveltség része, addig idehaza sokan az alapvető fogalmi kérdésekkel sincsenek tisztában. Ez persze nem meglepő egy olyan országban, amelynek lakáskultúráját évtizedekig a kesztölci tapéta, a műcspike függönyök, a műanyag lambéria fémjelezték. Annak a korszaknak a szűkös választéka mellett kreativitás legfeljebb a Varia bútortársaság elemeinek rakosgatásában bontakozhatott ki.



MACSALI ZSOLT.
„Budai villákba ma is rendelnek 7-8 milliós konyhabútorokat.”



„A pénzhiány még akadály, de pár év óta mind többen jönnek be körülnézni is, és láthatóan ismerik a márkákat, tervezőket” – tapasztalja Ralph Müller, aki édesanyjával 1990-ben nyitotta meg luxus szaniter üzletét Budapesten. Nem is a rendszerváltás, sokkal inkább a fapados járatok elterjedése hozott áttörést. Külföldön sokan rácsodálkozhattak egy-egy szálloda vagy étterem enteriőrjére – márpedig a vendéglátóiparnak és a kereskedelemnek mindig is meghatározó szerepe volt az izlés alakításában.

GYEREKCIPOBEN. Az etalonnak számító szállodaláncok eközben budapesti egységekkel bővültek, a projekteket pedig magyar kivitelező cégek valósították meg. A korábbiaktól eltérő jellegű munkák korszerűbb gépek beszerzését igényelték. A forgalmazó megtanította ezek használatát, így azután a tervezők elkezdhet-

tek trendi megoldásokban gondolkodni. Az Árkossy Tamás faipari mérnök cégében dolgozó munkatársaknak számos új, például felületkezeléssel kapcsolatos technológiát, anyagot külföldön mutattak és tanítottak be. „Sok olyan gép van, amelynek a bevezetése jó ideig versenyelőnyt biztosít. Érdekünk a velünk kapcsolatban álló tervezőknek ezeket bemutatni, hiszen akkor tudnak csak élni a lehetőséggel, ha megismerik” – mondja az Árkossy Bútor Kft. ügyvezetője.

Emelkedett az általános igény szint, az anyag-, bútort-, kárpitválaszték pedig a korábbi többszörösére szélesedett. Ezért aztán mind többen igényelték szakember irányítását annak érdekében, hogy el ne vesszenek a színek, formák kavalkádjában. E tényezők együtt hozzájárultak a belsőépítészet növekvő népszerűségéhez.

Mégis, a bútorok és kiegészítők értékesítése egyelőre gyerek-

ÁTRENDEZŐDŐ MÉDIA

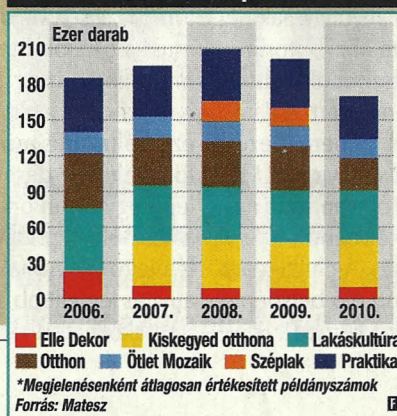
A korábban prémiumszegmensként definiált lakberendezési lapok piacán az alacsony jövedelmű olvasók számára praktikus, emberközelit információkat kínáló, olcsó kiadványok erősödnek. Így például a Kiskegyed Otthona vagy az idén a korábbi negyedéves kiadás helyett kéthavonta megjelenő Blikk Nők Otthon és Kert. A tapasztalatok szerint **a hazai publikum leginkább a „csináld magad” jellegű kreatív, ám pénztárcakímélő tippekre fogékony, a nemzetközi design trendek iránt kevésbé.** Ennek szellemében újul meg Spektrum Home néven április 15-étől a Deko Tv csatorna is. Az új brand két saját gyártású műsorral startol. A Barkács csaj című programból Ulmann Mónika színésznő lakásdekorációs praktikáit lehetnek el a nézők, míg a Green Team című műsorban kertszépítéshez

adnak tanácsokat. A jelek szerint az ingatlan-szektor válsága átgyűrűzött a „lakber” magazinok piacára is. Mint azt lapunknak Boda Ildikó, az IQ Press Kiadó gondozásában megjelenő home-dekor kiadványok, az Otthon magazin, a Praktika és az Ötlet Mozaik főszerkesztője elmondta, a hirdetési hajlandóság

is csökkent. A lakásdekorációs és építkezéssel kapcsolatos kiadványokat egyaránt gondozó Cser Könyvkiadónál is arról számolnak be, hogy 5 ezerről 3 ezer darabra olvadt az átlagosan értékesített példányszám. „Az olvasók izlése kimondottan konzervatív, az újdonságokra nem elég fogékony, a jól bevált dolgokat keresik” – közölte Varga Zsuzsanna szerkesztő.

Az igényes design taglaló magazinok helyébe lépnek ugyanakkor a tematikus portálok, mint az Index főoldaláról is elérhető HG.hu vagy annak aloldala, a 4szoba.hu. Emellett számos, zömében profi lakberendezők által vezetett blogon nyomon követhetik a nemzetközi trendeket az olvasók. Írásait immár gyűjtőoldalon is összefésülik például az idén indult Trendguide.hu-n vagy a Dekoeder.hu-n.

Példányszámok a „lakber” piacon*



ZEISLER JUDIT



RALPH MÜLLER.
„Sorra rendezzük be az 500–1000 négyzetméteres házakban mind a 6–8 fürdőszobát.”

cipőben jár. A fejlődés ellenére még mindig kicsi a piac, ezért sok magyar máig Milánóban vagy Bécsben vesz meg egy-egy különleges darabot. Mauricio Flores a kilencvenes évek elején barátjával, Lefkovics Györggyel (*a vendéglátóiparban érdekelt vállalkozóval – A Szerk.*) közösen járta Európát, s hoztak be egyedi bútorokat, üzletüket azonban hamarosan be kellett zárniuk. „Túl korai volt még, a piac nem tudta eltartani. Sajnos ma sem tudná” – véli Flores.

Persze sokkal többen áldoznának pazar lakásbelsőre, ha tehetnék. Ám az otthonok belső tereinek kialakítását profi tervező szak-

emberre bízni még ma is luxusnak számít. A kiadások nagyobb részét nem is a tervezés, hanem a minőségi alapanyagok beszerzése, a kivitelezés költségei teszik ki.

KEVÉS A SZAKEMBER. Egy belsőépítéssel foglalkozó iroda elindításához diploma, laptop, mobiltelefon, egy számlaképes cég, tervezőszoftver és kapcsolatrendszer szükséges. A nagyteljesítményű nyomtató, vagy a saját irodahelyiség ráér később is. Jellemzően egy-két ismerős megbízása adja meg a kezdőlökést az ▶

Szakmaszótár

Ritka az a megbízó, aki tudja, mi is a különbség a belsőépítész és a lakberendező között.

A BELSŐÉPÍTÉSZ. Három magyarországi egyetem ad ilyen diplomát: a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, a Széchenyi István Egyetem és a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem. E szakma képviselői az enteriőrök kialakításának, átalakításának teljes folyamatát tervezik, illetve koordinálják a megvalósítást. A projektnek része az anyagok, bútorok beszállítóinak, gyártóinak megversenyeztetése is.

A LAKBERENDEZŐ. Ma már számos hazai intézményben, tanfolyamon folyik ilyen képzés; ezek színvonala, a kurzusok időtartama és árfevése jelentős szórást mutat. A lakberendezés a bútorok elrendezését, az anyagok, színek, tárgyak kiválasztását, elhelyezését foglalja magában.

HIRDETÉS

Újabb díjmentes szolgáltatás a Citibank 0 Ft-os bankszámlával rendelkező ügyfeleknek

25 éve
ügyfeleink szolgálatában
Magyarországon

AZ IDÉN 25 ÉVES Citibank Magyarország tovább bővítette a 0 Ft-os bankszámlákkal elérhető díjmentes szolgáltatások körét. Az új balesetbiztosítás minden meglévő és új Citibank 0 Ft-os bankszámlával rendelkező ügyfél számára automatikusan és ingyenesen jár. Ez a szolgáltatás baleseti halál esetén az előző havi számlaegyenleggel megegyező összegű, minimum 150 ezer forint, maximum 5 millió forint kifizetést tesz lehetővé a jogosultak számára a szerződési feltételek szerint. A biztosítást a Citibank partnere, az Aegon Magyarország Általános Biztosító Zrt. nyújtja.

BATARA SIANTURI, a Citibank Magyarország elnök-vezérigazgatója elmondta: „A találékonyág egyike a Citibank közelmúltban megfogalmazott azon négy alapelvének, amelyekre üzleti stratégiánkat építjük világszerte és Magyarországon. Tartjuk magunkat ígéretünkhöz, miszerint ügyfeleink életminőségét folyamatosan növelni fogjuk a Citibank páratlan globális hálózatát és világszínvonalú termékeit kiaknázó hazai innovációinkkal. A 0 Ft-os bankszámlacsomagunk 2010-ben a harmadik egymást követő évben is első helyezést kapott a MasterCard - Az év bankja versenyben, és arra számíthatunk, hogy ez az újítás ügyfeleink érdekében segít megőrizni vezető helyünket a lakossági bankszámlatermékek piacán.”

JON WIGGINS, a magyarországi lakossági üzletág vezetője hozzátette: „2008-ban a Citibank Magyarország ügyfeleinek az országban elsőként volt lehetőségük arra, hogy olyan bankszámlát nyissanak, amely korlátlan számú ingyenes hazai forinttranzakciót tett lehetővé minden csatornán, és amelyhez díjmentes betéti kártya és négy társzkártya is tartozott. Ügyfeleink érdekeit és kényelmét szem előtt tartva azóta is folyamatosan bővítettük a 0 Ft-os bankszámlacsomagjainkhoz kapcsolódó szolgáltatásaink körét. Így magas látra szóló kamatot biztosító Takaréék Plusz számlát, illetve a betéti kártyás vásárlások után járó készpénz-visszatérítést vezettünk be 2009-ben, most pedig egy olyan életbiztosítással jelentkezzünk, amelyben minden számlavezető ügyfelünk automatikusan és ingyenesen részesül. A Citibank 0 Ft-os bankszámla töretlen népszerűségnek örvend ügyfeleink körében.”

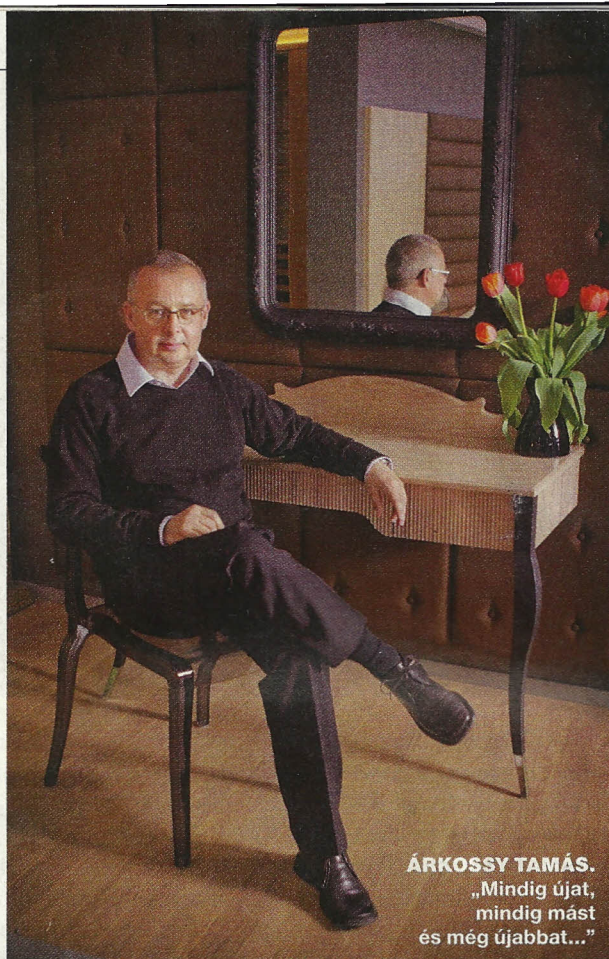
A Citibank 0 Ft-os bankszámla feltétele TOP díjcsomagban havi legalább 150 ezer forint összegű jóváírás legfeljebb két tranzakcióból. További információ a Citibank 0 Ft-os bankszámláról, valamint a Citibank más termékeiről és szolgáltatásairól a www.citibank.hu-honlapon található. (x)

citibank

induló cégeknek, az áttöréshez, a szakmai elismertséghez azonban fontos vállalkozó kedvű megbízókat találni.

„Ideális megrendelőink nyitott, haladó szellemű magánszemélyek és intézmények” – árulja el honlapján a Pinxit Design Stúdió is. Koczoh Judit tulajdonos elmondása szerint eddig ez megadatott; gond inkább a kivitelezőkkel akad: még mindig kevés a trendeket értő, ismerő és újításra nyitott szakember. „Egyre több a profi kivitelező csapat, sokakat ugyanakkor célszerű felügyelni. Nem a szaktudással vagy a precizitással vannak gondok, hanem az új anyagok, igények, technika ismerete hiányzik” – tapasztalja a Pinxit tulajdonosa. Kínos volt például, amikor a csempepólya helyettesítő fürdőszobai díszvakolatról a burkoló próbálta meg lebeszélni a megrendelőt.

Macsali Zsolt bútortervező, asztalosmester is nehezen talál cégébe megbízható szakmai alapokkal rendelkező, nyitott munkatársakat. A Macsali Kitchen Manufacture vezetőjeként ugyanakkor maga is igyekszik naprakész maradni. Rendszeres látogatója a nemzetközi szakvásároknak, és havonta több tízezer forintot költ külföldi szaklapokra. Hasonlóan gondolkodik



ÁRKOSSY TAMÁS.
„Mindig újat,
mindig mást
és még újabbat...”

Árkossy Tamás is. Az ügyvezető építészettel, bútortörténetet is tanult, kiállításokra, vásárokra jár. „Mindig újat, mindig mást és még újabbat, ez volt előttem” – mondja. Hetvenfős cége ma már egy 6 ezer négyzetméteres üzemben működik. Árkossy a csapatnak és az újító hozzáállásnak tudja be, hogy a válság éveiben nemcsak növelni tudták árbevételüket, de újabb beruházásokat is elindítottak.

LASSÍTÓSÁVBAN. A belsőépítészeti szolgáltatások mentették meg a Garzon Bútor Zrt. 2010-es száma- it is. A múlt év vízválasztónak bizonyult: a vállalat árbevételének 60 százaléka ilyen jellegű munkából folyt be. Imre Z. Enikő kereskedelmi igazgató elmondása szerint komolyabb ajánlatot belsőépítészeti szolgáltatás nélkül már nem is érdemes beadni. A bútorgyárnak megvannak a saját építész szakemberei, akik egyéni stílust képviselnek, így a megren-

delő habitusától függően kéri fel őket egy-egy projekt irányítására. A Garzon megbízásainak számát mindemellett az elmúlt időszak visszavetette.

Az építéscsúszást is megtépázta a recesszió, 2010-et egyenesen fekete évként tartják számon. Sok cég húzta le a rolót, mások lét-

Nemzetközi trendek

1. Lakásbelső

MINIMALIZMUS PLUSZ. Évek óta tartja magát a minimalizmus letisztult forma- és színvilága, a kevés és funkcionális bútorok divatja. Újabban ez kiegészül egy-egy régi bútorokkal, dísz tárgyakkal. Trendi lehet például egy rusztikus faasztal köré műanyag csövázás székeket betenni, vagy egy modern nappali falára régi képkeretet akasztani.

FEHÉR-SZÜRKE-FEKETE. Külföldön most ez a kombináció a menő, ezt itthon csak kevesen merik bevállalni. Általában is jellemző a magyarokra, hogy sem a túl harsány, sem a ki-mondottan visszafogott színvilágot nem fogadják el.

KONYHAI ÍVEK. Konyhabútoroknál sok „szögletes” év után divatba jönnek az íves megoldások, ezt a trendet a háztartásgépgyártók is követik.

ÖKODESIGN. Egyre népszerűbb; itt előtérbe helyeződik a valódi fa szerepe, és a felületkezelésnél is kizárólag természetes alapanyagokat tartalmazó olajokat, viaszokat használnak.

2. Irodák

NYITOTTSÁG. A cégek zöme racionalizál, alapterületet csökkent. Eközben még mindig gyakori meg-bízás a nyitott irodai terek kialakítása elegáns konyhák, pihenőterekkel, kényelmes bútorokkal, kánpadokkal. Egyre több olyan munkahelyre van szükség, ahol otthon dolgozó, alkalmanként bejáró munkatárs ülhet le a laptoptal pár órára.

ZÖLD IRODA. Sárosvári-Mádi Krisztina szerint a külföldön hódító trend – amelynek jellemzői például a pár-száz kilométeres körzetből származó anyagok és az energiatakarékos világítás – az egyszeri extra költségéért megéri csak ny-mokban van jelen Magyarországon.

3. Üzletközpontok

TEMATIZÁLÁS VAGY PORTÁLKIE-MELÉS. Az egyik markáns trend-nél a belsőépítészeti megoldásokat egy témára, stílusra fűzik fel – ennek eklatáns példája a Mammuth. A másik irányban – mondta el lapunknak Radványi Gábor, a Futureal Csoport főépítész – inkább az üzlet-portálok kiemelése a cél.

KÖZPONTI ATTRAKCIÓ. Mindkét fenti koncepció esetén bevett, hogy egy központi látványosságot helyeznek el az épületben: szökőkutat, vízesést, korcsolyapályát. Ezt a megoldást a kulturális intézmények is szívesen alkalmazzák, így került öt óriáscsúszda a londoni Tate Modernbe.

200–500 ezer forint

Négyzetméterenként ennyire rúg a kivitelezés költsége egy minőségi lakásbelső kialakításakor.

2–3%

A teljes kivitelezési költségen belül hazánkban jellemzően ennyit tesz ki a tervezés, szemben a nyugat-európai 10 százalékkal.

számot csökkentettek. „A válság előtt egymást hozták a megbízások, aztán a múlt év elején egyszerre csak minden leállt” – mondja Sárosdi-Mádi Krisztina, az irodabelsők tervezésére szakosodott Mádiláncos Stúdió vezetője. A belsőépítészeti irodák közül legnagyobb mértékben azok forgalma esett vissza, amelyek szállodák, éttermek tereinek kialakítására specializálódtak, hiszen a banki finanszírozási források elapadtak.

Az üzletközpontok építése-tervezése is lelassult. A beruházás lépétekből adódóan építészeti-belsőépítészeti szempontból ez számít a legnagyobb profittal kecsegtető projektnek – azonban ennek csak egy része jelenik meg a magyar tervezőknél. Jellemzően ugyanis külföldi, a kereskedelmi körökben elismert neveket bíznak meg a koncepciótervek elkészítésével, a hazai építészek csak minimális mértékben kapcsolódhatnak be a tervezési munkába. Szerepük az engedélyeztetési eljárásoknak való megfelelés biztosítására, illetve a kiviteli tervek kidolgozására korlátozódik. Ráadásul nem is nagyon létezik külön belsőépítészeti projekt: az általában része az épület tervezési díjának, és a belső terek kialakítását is a megbízott építésziroda végzi. Ahol számszerűsítik, ott a kifejezetten belsőépítészethez kötődő díj 3–4 százaléka lehet a tervezés összköltségének, azaz egy 500 milliós bevásárlóközpont esetében 16–20 millió forint. Ilyen megbízás itthon azonban a válság előtt sem sok akadt.

LUXUSBAN NINCS VÁLSÁG. A legfelső kategóriás magánépítkezési projektek ellenben változatlanul pörögnek. Budai villákba ma is rendelnek 7–8 milliós konyhabútorokat; Macsali Zsolt cége tavaly is növelte árbevételét. „A válság a 0,5–1,5 milliós konyhabútor választó középosztályt érintette súlyosan. A luxus réteg megmaradt, sőt számunkra üzleti szempontból a krízis éve kimondottan sikeresek voltak” – fogalmaz. „Jómódú ügyfél egyre több van, sorra rendezük be az 500–1000 négyzetméteres villákban mind a 6–8 fürdőszobát. Az átlagos körülmények között élő vásárlóink száma azonban egyelőre nem fog növekedni” – mondja Ralph Müller is.

A luxus ügyfélkörre specializálódott belsőépítészeti irodák sem panaszkodnak. Még olyan megbízó is akad, aki nemcsak belsőépítész, de a biztonság kedvéért műszaki ellenőrt is foglalkoztat. A szakmabeliek zöme mindemellett visszasírja a recesszió előtti pezsgő biznisszt, amikor a felső középosztályt is sikerrel célozták meg. Macsali Zsolt kedvelt mondását idézi: tizenévesen a cipőjével akar felvágni az ember, huszonegyévesen a kocsijával, a harmincasok pedig a lakásuk berendezésére, kialakítására igényesek. A szakmabeliek azt remélik, hogy ez azért már itthon is így marad.

KOVÁCS ÁGNES LILLA

Fedezze fel a devizakereskedés titkait egy profival.



Az online devizakereskedelem világának egyik legkitűnőbb alakja, **Várkuti Géza**, az iFOREX-szel közösen Budapesten megrendezett kurzus keretében felfedi a profi kereskedők féltve őrzött titkait.

A tanfolyam résztvevői megtanulhatják hogyan fordíthatják saját hasznukra a pénzpiacon feltűnő lehetőségeket és hazavihetik a világhírű kereskedő könyvét is.

A tanfolyam főbb témakörei:

- **Piaci pszichológia - mi mozgatja a devizapárokat?**
- **A piacok meghódításának hogyanja és mikéntje.**
- **Stratégiák –A számunkra helyes piaci irány megállapítása.**

A tanfolyam férőhelyeinek száma korlátozott, a regisztráció vége 2011 Április 24-e.

Helyét lefoglalhatja emailben a
hungary@iforex.com

címen, vagy telefonon a:
06-1-880-8445 számon.

iFOREX
Online Trading