

Duben 2025
číslo 1

LUMINAR



Jak se rozhodnout co
a kde nakoupit?



Reklamní triky
prodejců



Budoucnost
nakupování



TÉMA :
Nakupování očima
různých generací

Křížovka o cenu na
straně 9!

CENA: 50 Kč



00420259

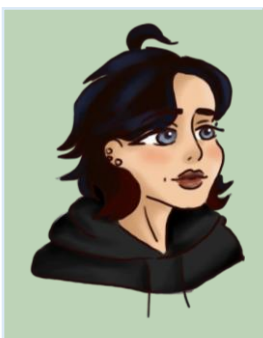
NA ÚVOD

Milí čtenáři, milé čtenářky,

Nakupování je neodmyslitelnou součástí našeho života. Každá generace má však své vlastní zvyky, preference a způsoby, jak přistupuje k nakupování. Zatímco naši prarodiče s nostalgií vzpomínají na malé krámký, fronty na zboží a osobní kontakt s prodáváči, dnešní mladá generace si bez online nakupování a mobilních aplikací neumí představit běžný den.

V tomto vydání se podíváme na to, jak se nákupní zvyklosti změnily v průběhu let, jaké výhody i nevýhody přináší moderní technologie a jak různé generace vnímají nakupování dnes. Zaměříme se na rozdíly mezi tradičním a digitálním způsobem nakupování, odhalíme marketingové triky obchodníků a poradíme, jak se stát informovaným a zodpovědným spotřebitelem.

A TOHLE JE NAŠE REDAKCE!



Sofča je přátelská, společenská a tak trochu mozek naší skupinky.

V tomto časopise Vás provede minulostí i budoucností nakupování, napříč všemi generacemi a jak se postupně měnily jejich potřeby a preference

Kačka se sice snaží vypořádat s tvrdohlavostí během práce v týmu, ale se slovy to umí.

Její doménou v tomto čísle jsou výhody a nevýhody nakupování online a jak se vyznat mezi haldou recenzí které každá tvrdí něco jiného. Jaké tedy věřit?



Barča je naše designerka a její obrázky Vás provedou časopisem.

Také pro Vás zpracovala reklamní triky obchodníků, jak na nás působí a jaká práva vlastně máme jako spotřebitelé běžných produktů při jejich koupi.

OBSAH

Návyky spotřebitelů a jejich změny v průběhu let a generací

2

Jak se rozhodujeme kde a co nakupovat, aneb vliv recenzí a reklam

4

Jaké jsou výhody a nevýhody nakupování v online prostotu?

6

Jaká práva máme jako spotřebitelé?

8

Křížovky do volné chvíle 😊

9

Jednotlivé reklamní triky obchodníků a jak na nás mají působit

10

Budoucnost nakupování

12



NÁVYKY SPOTŘEBITELŮ

A JAK SE MĚNILY NAPŘÍČ GENERACEMI

Baby Boomers

Baby Boomers, generace, která si pamatuje dobu před masovým rozšířením internetu, stále upřednostňuje tradiční kamenné prodejny. Tyto obchody pro ně představují prostor, kde si mohou zboží nejen prohlédnout, ale doslova ho vzít do ruky, osahat si jeho materiál a vyzkoušet si jeho funkčnost. Osobní interakce s prodávacem je pro ně často klíčová; oceňují možnost položit otázky, získat radu a cítit se jako vážený zákazník. Při rozhodování o nákupu hraje významnou roli značka a její historie. Důvěřují společnostem, které znají z minulosti a které si podle jejich zkušeností udržely standard kvality. K novým, neznámým značkám přistupují s jistou dávkou opatrnosti a potřebují více času a důkazů, aby jim začaly důvěřovat. V oblasti plateb přetrvává silná preference hotovosti. Platba v hotovosti pro ně symbolizuje jistotu a kontrolu nad svými financemi. Online platby, ačkoliv jsou pro mladší generace běžnou součástí života, vnímají jako potenciálně komplikované a spojené s rizikem. Tato opatrnost pramení z jejich zkušeností a z doby, kdy internet a online transakce nebyly tak samozřejmé.



Generace X

Generace X, formovaná v období ekonomických změn a technologického rozvoje, si vytvořila specifický přístup k nakupování. Na rozdíl od generací, které přišly před nimi i po nich, kombinuje tradiční hodnoty s pragmatismem. Při svých nákupech klade důraz na hodnotu za peníze a kvalitu produktů, často upřednostňuje trvanlivost a spolehlivost před aktuálními trendy. Tato generace si buduje loajalitu ke značkám, kterým důvěřuje a které se osvědčily časem. I když s rozvojem internetu přijali i online nakupování, stále si cení možnosti navštívit kamenné prodejny, kde si mohou zboží fyzicky prohlédnout a posoudit. Jsou praktičtí a pragmatičtí, při svých rozhodnutích zvažují reálné potřeby a funkčnost. Zároveň jsou citliví na cenu a aktivně vyhledávají slevy a akce. V oblasti služeb kladou velký důraz na kvalitní zákaznický servis a osobní přístup. Přestože jsou online aktivní, tradiční formy reklamy, jako například televizní spoty, na ně stále mohou mít vliv. Důležitou roli v jejich rozhodování hrají také osobní doporučení od přátel a rodiny, kterým důvěřují.

Mileniálové

Jak to vlastně mají mileniálové s nakupováním? Online je pro ně naprosto přirozené prostředí. Představa, že by museli obíhat obchody, je pro ně často dost vzdálená. Pohodlně si sednou doma s notebookem nebo mobilem a během chvilky mají prozkoumanou celou nabídku. A rychlé doručení do pár dnů je pro ně skoro samozřejmost. Láká je obrovský výběr, který internet nabízí, a také možnost si všechno porovnat, aniž by museli někam chodit.

Ale pozor, mileniálové nejsou žádní naivní kupující. Předtím, než něco vloží do košíku, si pořádně přečtou recenze. Důvěřují zkušenostem ostatních, a hodnocení a konkrétní komentáře mají na jejich rozhodování velký vliv. Jsou dost opatrní na produkty, které mají samé pětihvězdičkové recenze a žádné negativní ohlasy.

Pro mileniály jsou ale důležité i zážitky. Rádi investují do cestování, koncertů nebo třeba kurzů. To jsou pro ně peníze, které mají smysl. A pak je tu taky ta udržitelnost. Záleží jim na tom, odkud věci pochází a jak se vyrábí. Etické značky, které dbají na životní prostředí a férové podmínky, u nich mají plusové body. Klidně si za kvalitní a ekologické produkty připlatí, protože jim to dává smysl. Jsou tedy generace, která nakupuje chytré, online a s ohledem na to, co je pro ně opravdu důležité.



Generace Z

Generace Z, tedy mladí lidé vyrůstající v digitálním světě, přistupují k nakupování trochu jinak než starší generace. Mobilní aplikace se pro ně staly hlavním nástrojem, protože jsou rychlé, přehledné a umožňují personalizované nabídky. Na rozdíl od tradičních webových stránek nabízejí lepší uživatelský komfort a zajímavé věrnostní programy, které je udržují informované o slevách a novinkách.

Pro tuto generaci je klíčová rychlost a pohodlí. Očekávají, že nákup bude rychlý a jednoduchý, ideálně na pár kliknutí. Rádi platí jednoduše a očekávají co nejrychlejší doručení. Firmy proto stále více investují do zlepšení nákupního zážitku.

Generace Z také hledá originalitu. Při výběru produktů, ať už jde o módu, elektroniku nebo kosmetiku, dávají přednost těm, které jim pomohou vyjádřit jejich individuální styl. Hledají značky, které odpovídají jejich hodnotám.

V marketingu hraje roli hlavně influencer marketing. Mladí lidé více důvěřují doporučením od influencerů než tradičním reklamám. Doporučení od někoho, koho sledují, pro ně mají větší váhu, protože si s těmito osobnostmi mohou lépe spojit své hodnoty a zájmy.

Pro firmy to znamená, že musí mít moderní a snadno použitelné mobilní aplikace a aktivně spolupracovat s influencery, pokud chtějí tuto generaci oslovit. Generace Z se totiž nespokojí s průměrným zážitkem – chtějí, aby značky opravdu reflektovaly jejich potřeby.

JAK SE ROZHODUJEME KDE A CO NAKOUPIT?

Aneb na co si dát pozor



Nakupování na internetu se stalo nedílnou součástí našeho života. Nabízí pohodlí, široký výběr zboží a často i výhodnější ceny. Nicméně, s rostoucí popularitou online nakupování se zvyšují i rizika. Proto je důležité být obezřetný a dodržovat několik základních pravidel, abyste se vyhnuli nepříjemnostem. Zde je pár tipů, jak online nakupovat bezpečně.

Ověření e-shopu je základ

Prvním krokem k bezpečnému nákupu je ověření důvěryhodnosti e-shopu. Hledejte recenze a hodnocení od ostatních zákazníků, zkontrolujte kontaktní údaje a ověřte si, zda e-shop uvádí obchodní podmínky, včetně informací o reklamacích a vracení zboží. Důležitým ukazatelem je také zabezpečení webové stránky, které poznáte podle symbolu zámku a protokolu HTTPS v adresním řádku.

Pozor na podezřele nízké ceny a nejasný původ zboží

Pokud je cena zboží podezřele nízká, buďte ostražití. Může se jednat o padělek, nekvalitní výrobek nebo dokonce o podvod. Pečlivě si prohlédněte fotografie a popisy zboží a čtěte recenze ostatních zákazníků. Zvláštní pozornost věnujte e-shopům, které nabízejí zboží nejasného původu nebo od neznámých výrobců.

Bezpečnost plateb je klíčová

Při online platbě používejte bezpečné platební metody, jako je platba kartou přes zabezpečenou platební bránu nebo PayPal. Nikdy neukládejte údaje o své platební kartě na e-shopech, pokud to není nezbytně nutné, a pravidelně kontrolujte výpisy z bankovního účtu.

Doprava a reklamace

Před nákupem si zjistěte cenu a dobu doručení, a také možnosti vrácení zboží a reklamace. Ujistěte se, že e-shop má jasně stanovený postup pro reklamace a že v případě problémů budete mít možnost zboží vrátit nebo reklamovat.

Ochrana osobních údajů

Přečtěte si zásady ochrany osobních údajů e-shopu a ujistěte se, že vaše osobní údaje budou chráněny. Používejte silná hesla a pravidelně je měňte. Neklikejte na podezřelé odkazy v e-mailech nebo na sociálních sítích.

A JAK JE TO VLASTNĚ S INFLUENCERY?

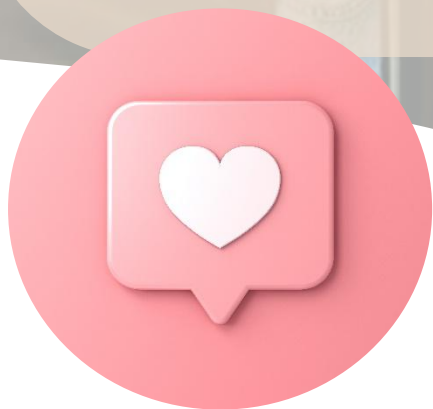
Influenceri dnes hrají významnou roli v marketingu. Firmy si uvědomují, že doporučení od osobností, které lidé sledují na sociálních sítích, mají často větší váhu než tradiční reklama. Influenceri tak pomáhají budovat povědomí o značce, oslovovat specifické cílové skupiny a v konečném důsledku i podporovat prodej. Díky své autenticitě a přímému kontaktu s publikem dokážou efektivně komunikovat hodnoty produktů a služeb a motivovat své sledující k interakci a nákupu.

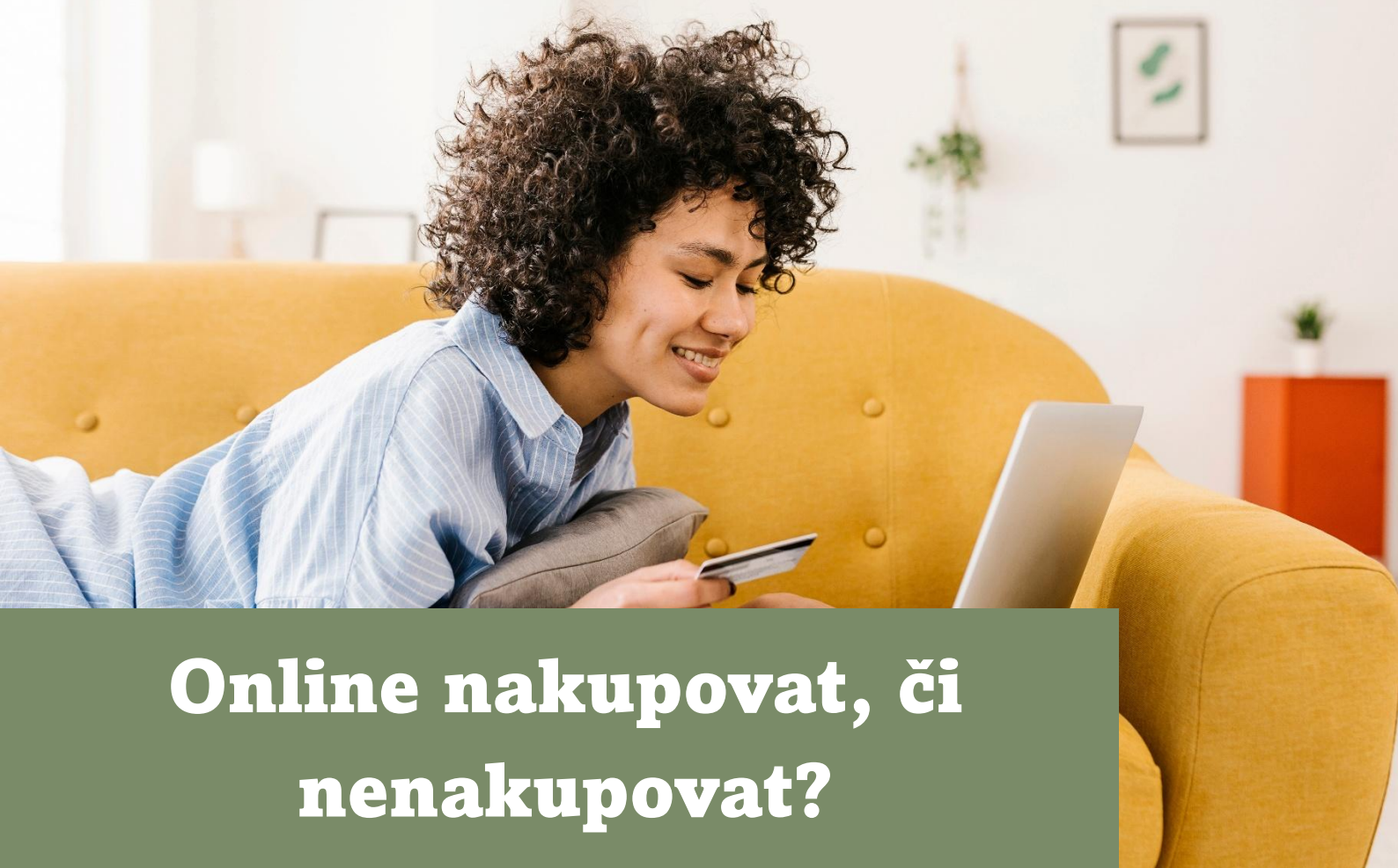
Vliv influencerů na naše nákupní rozhodování je značný. Sledujeme jejich recenze, rady a tipy a často se necháme inspirovat jejich stylem a preferencemi. Pokud náš oblíbený influencer chválí určitý produkt nebo službu, podvědomě mu přikládáme větší důvěru než anonymní reklamě. Tento efekt je posílen pocitem, že influencera známe a sdílíme s ním podobné zájmy. Proto se často rozhodujeme pro nákup produktů, které doporučují, v naději, že dosáhneme podobných výsledků nebo se přiblížíme k ideálu, který představují.

Je však důležité si uvědomit, že ne vše, co influenceri prezentují, je vždy objektivní. Mnoho influencerů spolupracuje s firmami a za propagaci produktů dostává finanční odměnu nebo jiné výhody. To může ovlivnit jejich názor a vést k tomu, že produkty prezentují v lepším světle, než jaká je skutečnost. Navíc, i když je recenze

influencera upřímná, nemusí být relevantní pro každého. Každý máme jiné potřeby, preference a finanční možnosti. Proto je vždy vhodné být kritický, ověřovat si informace z více zdrojů a zvažovat, zda je daný produkt skutečně vhodný právě pro nás.

Influenceri také významně ovlivňují trendy ve společnosti. Prostřednictvím svého obsahu ukazují, co je aktuální a populární. Jejich styl oblékání, používání určitých produktů nebo prosazování určitých názorů může rychle získat popularitu mezi jejich sledujícími. Firmy tuto schopnost influencerů formovat trendy využívají k propagaci svých produktů a oslovování nových zákazníků. Sledovatelé se často inspiroují životním stylem influencerů a snaží se ho napodobovat, což vede k šíření určitých trendů v celé společnosti. Je však důležité si uvědomit, že ne všechny trendy jsou přínosné a je dobré si vybírat, čím se necháme ovlivnit.





Online nakupovat, či nenakupovat?

Online nakupování má bezesporu spoustu skvělých a dnes už pro mnohé nenahraditelných výhod, bez kterých si jednoduše neumíme představit život. Může mít ale i zásadní nedostatky, které se především dnešní generací často opomíjejí? Pojdme je společně porovnat.

VÝHODY

POHODLÍ

Online nákupy nabízejí pohodlí díky možnosti nakupovat z domova, dostupnosti 24/7 a úspoře času a energie, protože odpadá potřeba cestování.

ŠIROKÝ VÝBĚR ZBOŽÍ

E-shopy nabízejí širší sortiment, což zvyšuje šanci na nalezení požadovaného zboží. Můžete snadno porovnávat nabídky různých prodejců, a to i těch, kteří se nacházejí geograficky daleko.

VÝHODNĚJŠÍ CENY

E-shopy často nabízejí výhodnější ceny díky nižším provozním nákladům a umožňují snadné porovnání cen, což usnadňuje nalezení nejlepší nabídky.

MOŽNOST VRÁCENÍ ZBOŽÍ

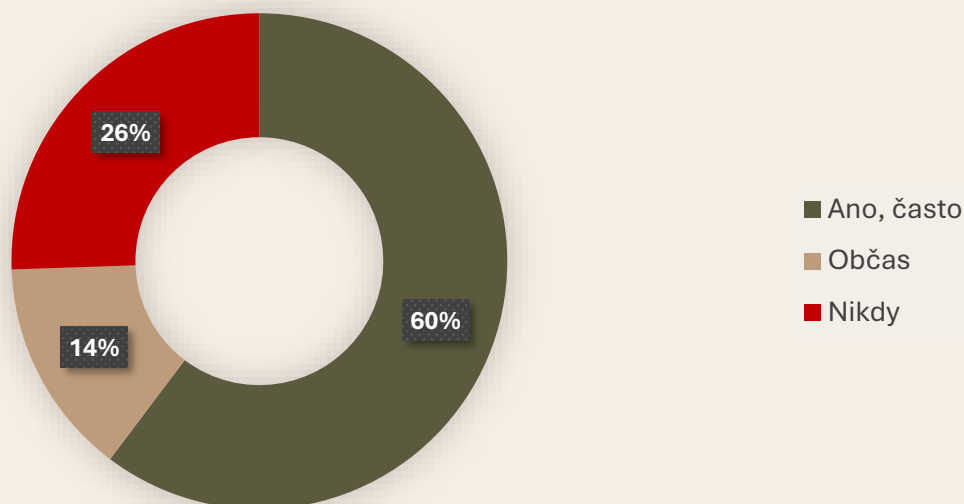
Většina e-shopů nabízí možnost vrácení zboží bez udání důvodu v určité lhůtě, což snižuje riziko nespokojenosti s nákupem.

PERSONALIZOVANÉ NABÍDKY

Některé e-shopy sledují vaše preference a historii nákupů, díky čemuž vám mohou nabízet relevantní produkty a slevy.

A jak je to s těmi pochybnými e-shopy a podvody u nás?

Setkali jste se někdy online s podezřele nízkými cenami nebo nejasným původem zboží?



Na to jsme se ptaly u nás na škole a tohle jsou odpovědi

NEVÝHODY



OMEZENÁ PŘEDSTAVA O PRODUKTU

Fotografie a popisy nemusí vždy přesně odpovídat skutečnosti, a u oblečení nebo obuvi je těžké odhadnout správnou velikost a střih. Není možné osahat materiál, zkontrolovat detaily zpracování nebo posoudit vůni, například u kosmetiky.

RIZIKO PODVODŮ A NESPOLEHLIVÝCH PRODEJců

Hrozí riziko podvodných e-shopů a prodeje padělků. U neověřených prodejců, zvláště ze zahraničí, může být kvalita zboží nižší. Reklamace a vrácení zboží mohou být složité a při nákupu na nezabezpečených stránkách hrozí zneužití osobních a platebních údajů.

KOMPLIKACE PŘI DORUČOVÁNÍ

Při online nákupu je nutné počítat s čekáním na doručení, které může trvat i několik dní. Pokud nejste doma, může být nutné domluvit si náhradní termín nebo si zásilku vyzvednout. Během přepravy hrozí poškození zboží a některé e-shopy účtují poplatky za dopravu.

TECHNICKÉ A EKOLOGICKÉ PROBLÉMY

Online nákupy zvyšují spotřebu obalů a ekologickou zátěž kvůli vrácení zboží. Chybí osobní kontakt a může dojít k technickým problémům s webem nebo připojením.

PRÁVA, KTERÁ MÁME JAKO SPOTŘEBITELÉ



Informace – Prodejci nám musí dát jasné a srozumitelné informace o zboží nebo službách, které kupujeme. To zahrnuje cenu, složení výrobků, podmínky záruky a třeba i reklamační proces. Bez těchto informací bychom se mohli rozhodnout špatně!

Vrácení zboží – Jestli nakupujeme online nebo na dálku (třeba telefonicky), máme právo do 14 dnů zboží vrátit, a to bez udání důvodu. Samozřejmě, musí být nepoškozené a v původním stavu.

Na reklamaci – Když si koupíme něco, co nefunguje nebo je poškozené, máme právo to reklamovat. Prodejce nám musí buď výrobek opravit, nebo vyměnit. Pokud to není možné, máme právo na vrácení peněz.

Na záruku – Na některé výrobky (třeba elektroniku) se vztahuje zákonná záruka, která trvá dva roky. Pokud během té doby zjistíme nějakou vadu, máme právo požadovat opravu nebo výměnu.

Ochrana před nekalými praktikami – Spotřebitelé jsou chráněni před klamavou reklamou nebo nevyžádanými nabídkami. Také při uzavírání smluv (třeba přes telefon nebo internet) nám musí prodejci všechno řádně a jasně vysvětlit, aby to bylo opravdu fér.

Náhrada škody – Jestliže nám prodejce nebo poskytovatel služby nějakým způsobem způsobí škodu (třeba špatně dodaným zbožím), máme nárok na náhradu škody.

Ochrana osobních údajů – Při nakupování nebo objednávání služeb máme právo, aby s našimi osobními údaji bylo nakládáno podle zákona. Nikdo nesmí shromažďovat víc informací, než je nezbytně nutné pro dokončení transakce.



K Y M A T A T S
 D A C V P P S M G K R Q
 L C R Z E Q U L N J P A B V R Y
 O V M T L V E L H I S L J T C L P L R E
 B Y S A F X Y H R T K I F A W W Y J L O O
 C P B S B O R R Z I Y A L W R S M Z E V U
 H C W L O N L I N E W O C Z Y S A Z P M F
 O F Q P Z V P S Q U G Z D E H J L V H A L
 D Z B R I W H N L A K D A S L Q L E A K M
 S T I X W P M G E O G U D P U A A V M
 I D C I K G G O F V J U Z X U O D Z A
 K C R Y C B P M E Y C D O M Q I Z
 X G E N E R A C E N N O V I N K A
 Z B M V J M Q R N B I T A Y E
 S U P E R M A R K E T Q Z
 S Y A H N U Q M Y J N
 P X D Z J Z B P E
 H H Y I O C C
 X I A Z E
 G G R
 O

APLIKACE
 GENERACE
 KARTA
 KATALOG
 NOVINKA
 ONLINE
 OBCHOD
 RECENZE
 SLEVY
 SLEVA
 SUPERMARKET



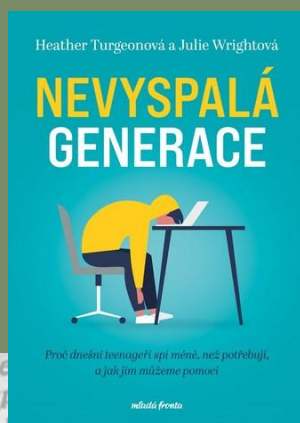
Vyluštěte sudoku a vyhrajte cenu!

Jak na to?

- 1) Vyplňte sudoku a vyfoťte ho
- 2) Fotku zašlete na níže uvedenou E-mailovou adresu
- 3) Čekajte až se Vám ozveme!

luminarmagazine@mail.cz

Výhra tohoto čísla:



Dočtěte se toho o generacích ještě trochu víc!

			3	4		5		
3	4	6					8	1
	7	9		8			4	6
8				6			9	2
		2		1		4		5
4	6	5	7		2		1	
1		4		5	7	9	2	8
6	5			2				4
				3		6	5	

LUŠTĚNINY

Reklamní triky obchodníků a proč na nás tak dobře působí

V poslední době není den, kdy by na nás odněkud nepůsobily všelijaké reklamy a velké červené nápisy hlásající slevu a poslední výprodej. Jsou to ale i ty drobnější a méně nápadné triky prodejců, které na nás mají podvědomě větší dopad, než by nás napadlo. Které to jsou a jakým způsobem nás ovlivňují?

PSYCHOLOGICKÉ TRIKY

Limitované nabídky a časový tlak:

Vyvolává pocit naléhavosti a obavy, že pokud okamžitě neprovedeme nákup, nabídka zmizí. Dále to jsou časově omezené slevy, například "sleva 50 % do konce dne", což motivuje k rychlému rozhodnutí, abychom o nabídku nepřišli.

SALE!

**POUZE DO
PÁTKU**

Použití číslic a cen:

Ceny končící na .99 nebo .95: Zákazníci mají tendenci považovat cenu 199 Kč za výrazně levnější než 200 Kč, i když je rozdíl jen 1 Kč. Náš mozek má ovšem tendenci se zaměřit na první číslo, které by v uvedeném případě bylo 100, i když má cifra mnohem blíže k číslu 200.

99.90,-



100,-

EMOCIONÁLNÍ TRIKY

Vytváření pozitivních asociací:

Reklama je vyobrazena ve šťastném rodinném prostředí, s veselými lidmi, nebo roztomilými zvířaty, což v nás má vyvolat pozitivní pocity, které se pak přenášejí i na produkt. Protože kdo by si koupil cereálie, které by na krabici měly obrázek znučeně a nešťastně vyhlížející rodinky u stolu. Veselé obrázky nás mají přesvědčit o kvalitách produktu a tím i ke koupi.



NADSAZENÁ TVRZENÍ A SLIBY

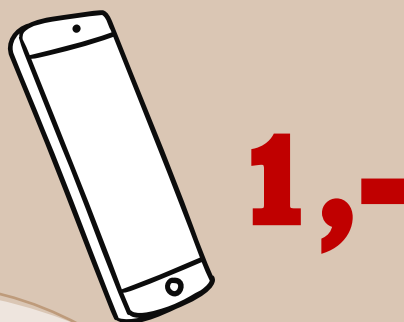
Nejasné nebo neuvěřitelné sliby:

"Nejlepší produkt na trhu!" nebo "Zázračná dieta, která funguje do týdne" – tyto nápisy pracují s technikou přehánění. Jsou přeplněné superlativy a „velkými“ slovy, nebo upozorňují na to jak rychle produkt funguje.



Skrývání informací:

Obchodníci někdy neuvádějí všechny podmínky nebo poplatky u „zázračných nabídek“, čímž mohou zákazníka oklamat nebo přimět k nákupu bez plného porozumění podmínkám. Všichni známe nabídky telefonů za 1 korunu, ale nenechte se nachytat, za 1 korunu si dnes nekoupíte ani rohlík, natož telefon.



VIZUÁLNÍ TRIKY

Vizuální přehánění:

Neobvyklé nebo nápadné barvy, tvary a písma: Tyto prvky mají za úkol přitáhnout pozornost a vzbudit zájem. Ale kde je hranice mezi extravagantním, až ošklivým produktem a vkusným kouskem, který se vyplatí koupit?



Reklamy s "nákupními pultíky"

Umístění produktů do speciálních sekcí v obchodech (např. "best of", "nejoblíbenější" nebo "doporučené produkty") vede k tomu, že zákazníci často vybírají produkty, které vypadají jako top volba.



A co vy? Už jste se někdy nechytali? Dejte nám svoje příběhy a zkušenosti vědět do redakce

BUDOUNOST NAKUPOVÁNÍ

A co můžeme čekat při nakupování v budoucnu? Všechno jsou to pouze odhady a nápady, ale kdo ví, jaké příležitosti budeme za pár let mít. Které z nich by vyhovovaly vám?

Více online nakupování a virtuální realita

Už teď nakupujeme hodně na internetu a v budoucnu to bude ještě běžnější. Možná si budeme moci vyzkoušet oblečení nebo nábytek ve virtuální realitě, než si ho koupíme. Umělá inteligence nám pomůže najít to, co se nám bude líbit.

Chytré obchody a roboti

V supermarketech už dnes vidíme samoobslužné pokladny. Do budoucna se můžeme setkat s roboty, kteří pomůžou s nákupem, nebo s chytrými regály, které se samy doplňují. Díky umělé inteligenci nám obchody budou nabízet produkty, které přesně odpovídají našemu vkusu.

Ekologie a odpovědné nakupování

Lidé se stále víc zajímají o ekologii a udržitelnost. Firmy budou muset nabízet ekologické obaly, recyklované materiály a férové podmínky pro své zaměstnance. Kdo bude šetrnější k přírodě, ten získá víc zákazníků.

Nakupování jako zážitek

Nakupování už nebude jen o tom, že si něco koupíme. Obchody se budou snažit nabídnout něco navíc aby nás zaujaly a my si vybrali právě Je.

Nové způsoby placení

Bezkontaktní platby jsou dnes běžné, ale do budoucna se možná rozšíří i platby kryptoměnami. Ty jsou Díky moderním technologiím budou transakce rychlejší a bezpečnější. Jedinou hrozbou může být zvýšená anonymní internetová kriminalita, třeba na dark webu je běžnou praxí platit kryptoměnou.

Rychlé a pohodlné doručení

Nikdo nechce čekat na objednané zboží týdny. Budoucnost bude patřit superrychlým dodávkám, možná i pomocí dronů. Chytré ledničky nám třeba samy objednájí mléko, když dojde.



„A kde se můžu dozvědět víc?“

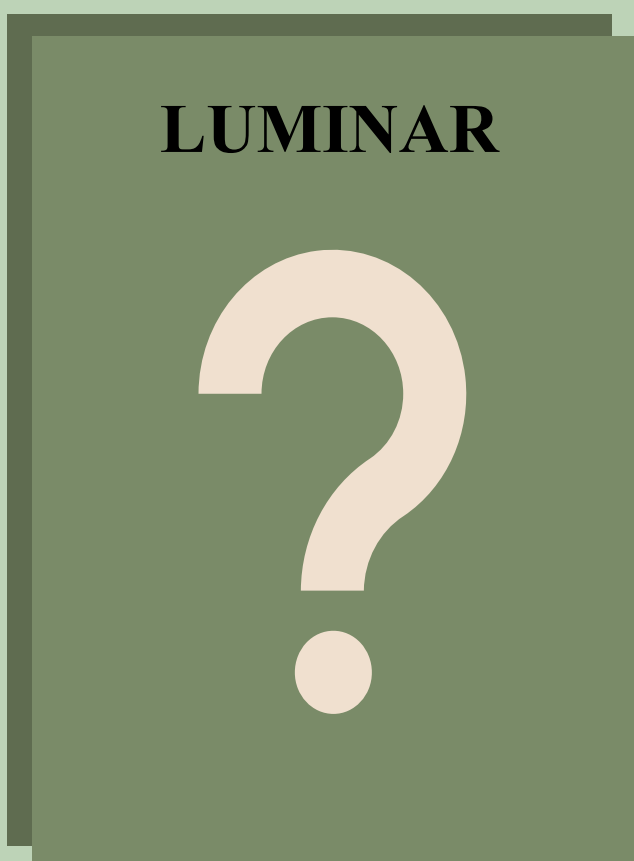
Zajímalo vás toto téma? Jestli ano, jsou naše stránky přesně to pravé místo kde se dozvědět víc. Více informací, odborných i odlehčených článků, prostě všechno, co chcete vědět!

Navštivte náš web

www.luminarmagazine.cz

a objevujte moderní svět v jiném světle.

Další číslo?



Je to na vás! Pište tipy na náš mail a my je zpracujeme.

luminarmagazine@mail.com

Předplatné nyní ve slevě!

159,-

~~299,-~~

za rok

Autoři:

Kateřina Jiroušová, Barbora Houšťová,
Sofie Rytířová

Grafika:

Barbora Houšťová, Kateřina Jiroušová

Škola:

Gymnázium a Střední odborná škola
pedagogická Jeronýmova, Liberec

Rok vydání:

2025