



DESIGN  
MANAGEMENT  
DÍJ 2017  
Design Management  
Award 2017

2017

# DESIGN MANAGEMENT DÍJ

BEVEZETŐ / INTRODUCTION

DÍJAZOTT / AWARD WINNER

HAMERLI / 1861 Kesztyűmanufaktúra Pécs  
HAMERLI / 1861 Glove Manufactory of Pécs

ELISMERŐ OKLEVÉL / CERTIFICATE OF MERIT

Félegyházi Pékség Kft.  
Félegyházi Bakery Ltd

Kreinbacher Birtok  
Kreinbacher Estate

MAACRAFT – The social workshop

MEDENCE Csoport  
MEDENCE Group

IMPRESSZUM / IMPRESS

„a design-  
fókuszú  
menedzsment  
mára a  
proaktív stratégia  
egyik leghatékonyabb  
eszközévé vált”

“Design-focused management has grown into one of the most efficient tools of proactive strategy-forming”

## PROAKTÍV STRATÉGIÁK PROACTIVE STRATEGIES

A designmenedzsment hatékony vállalati szintű alkalmazása ma már belépőként szolgál a sikeres piaci működéshez, és korántsem csupán versenyelőnyt jelent. A designmenedzsment koncepciója a hatvanas években jelent meg önálló fogalomként is, s az eltelt évtizedek során a designalapú gondolkodás egy olyan széles körben bevett üzleti gyakorlattá vált, amely egy-egy brand működésének minden részterületén jelen van a terméktervezéstől a márkamegjelenésen és a szolgáltatások tervezésén át a vállalati struktúra aprólékos kialakításáig, sőt akár a munkatársak képzésének módszertanáig. Ha sorra vesszük a világ tíz legmeghatározóbb és egyben legsikeresebb márkáját, nem csupán trendteremtő és progresszív termékekkel találkozunk, de mindegyikük esetében prioritást élvez ez a vállalatiirányítási attitűd, függetlenül attól, hogy autópári, számítástechnikai vagy éppen divatipari szereplőről beszélünk. A designfókuszú menedzsment mára a proaktív stratégia egyik leghatékonyabb eszközévé vált, amely nemcsak a technológia fejlődésére és a piaci igények változására való gyors reakciót teszi lehetővé, de a piacvezető pozíció elérésének, sőt megtartásának is kulcsfontosságú eleme.

A hosszú távon fenntartható sikerhez folyamatos innovációra van szükség, s ez a bennünket körülvevő hihetetlenül gyorsan változó piaci környezetben nem pusztán új terméket vagy új technológiát jelent, hanem az egész vállalati struktúra megújításának képességét és szükségességét is. Friss kutatások igazolják, hogy ahhoz, hogy egy-egy márká vonzó legyen a megcélzott vásárlók körében, korántsem elegendő a jó termék önmagában, ennél sokkal többre van szükség. Ma már a fogyasztó áll a középpontban,

vagyis a vállalkozásoknak már nem elég termékközpontú módon gondolkodniuk, hanem fogyasztóközpontúvá is kell válniuk, s a hatékony marketing mellett elengedhetetlen a vásárlói, fogyasztói élmény megtervezése és létrehozása.

Ez a nemzetközi tendencia egyaránt megfigyelhető a Design Management Díj díjazottjánál és az oklevéllel elismert vállalkozásoknál is. Ezek a márkák a designt nem kizárólag a versenytársaktól való megkülönböztetésre használják, hanem a szűkebb környezetüket meghatározó értékek feltárására és ezek megosztására is. Identitásuk kialakításánál szociális, kulturális, történelmi, földrajzi és egyéb értékekből építkeznek, ezek összességéből hozzák létre a brand „DNS-ét”, amely olyan hozzáadott értéket teremt, amely bármilyen szektorban gazdasági és közösségi sikert eredményez.

### Dr. Łuszcz Viktor

elnök  
Magyar Formatervezési Tanács  
Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala

The effective corporate level application of design management is now an admission card into successful market operation and grants a company far more than a competitive edge. Design management emerged as a concept in its own right in the sixties, and in recent decades design thinking has been adopted in business on such a large scale that it is actually present in every area of the operation of a brand from product design through brand images and service design to the meticulous construction of corporate structure, moreover, to a company's employee training methodology. If we take a look at the world's top ten leading and most successful brands, we can see not only trendsetting and progressive products but will also notice that in each case the corporate management attitude enjoys priority, be it in the automotive industry, IT or fashion. Design-centred management has become one of the most effective tools of a proactive strategy. Not only does it enable players to give fast responses to technological development and the changing market demands but it is also a crucial element in attaining and sustaining a market leader position.

Success that is sustainable in the long term requires on-going innovation. In today's incredibly fast-changing market environment this means more than coming out with new products and technologies but a business's ability to renew its entire corporate structure, which is also a necessity. Recent research results show that having a good product is insufficient to make a brand attractive among the target consumers - far more is expected. Today the consumer comes first, which means that businesses cannot afford to think in a product-oriented way but instead need to adopt a consumer-centred attitude. Besides effective marketing activity, companies definitely need to design consumer experience and take it to their potential buyers and consumers.

The above international trend is present in the case of this year's Design Management Award winner and the businesses that received certificates of merit. These brands not only apply design to differentiate themselves from their competitors but also to explore and share the values that define their local environments. In building their identity they operate with social, cultural, historical, geographical and other values, and construct the given brand's 'DNA' by combining them, thus creating added value that leads on to economic and communal success in any sector.

### Dr Viktor Łuszcz

President  
Hungarian Design Council  
Hungarian Intellectual Property Office



# BÍRÁLÓ- BIZOTTSÁG:



## Dr. Bauer András

elnök – egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem,  
a Magyar Formatervezési Tanács tagja

## Dr. Bendzsel Miklós

társelnök – a Magyar Formatervezési Tanács tiszteletbeli elnöke

## Barcza Dániel DLA

stratégiai rektorhelyettes,  
Moholy-Nagy Művészeti Egyetem

## Cselényi Krisztina

főtitkár, Magyar Bútor és Faipari Szövetség

## Dr. Csuhaj V. Imre

elnök-vezérigazgató, Széchenyi Tőkealap-kezelő Zrt.

## Lelkes Péter DLA habil

a Magyar Művészeti Akadémia tagja,  
Munkácsy Mihály-díjas formatervező,  
habil. egyetemi magántanár, Budapesti Műszaki  
és Gazdaságtudományi Egyetem,  
a Magyar Formatervezési Tanács tagja

## Dr. Radácsi László

igazgató, Budapest LAB – Vállalkozásfejlesztési Központ,  
Budapesti Gazdasági Egyetem, fenntarthatósági szakértő

## Dr. Simon Attila

vezérigazgató, Herendi Porcelánmanufaktúra Zrt.,  
a Magyar Formatervezési Tanács tagja

# MEM- BERS OF THE JURY:



## Dr András Bauer

chairman – professor, Corvinus University of  
Budapest, member of the Hungarian Design Council

## Dr Miklós Bendzsel

co-chairman – Honorary President of the Hungarian  
Design Council

## Dániel Barcza DLA

strategic vice-rector, Moholy-Nagy University  
of Art and Design Budapest

## Krisztina Cselényi

secretary general, Hungarian Furniture Association

## Dr Imre Csuhaj V.

president, managing director, Széchenyi Fund  
Management Plc

## Péter Lelkes DLA habil

member of the Hungarian Academy of Arts, holder  
of the Munkácsy Mihály Award, designer, habil.  
university tutor, Budapest University of Technology and  
Economics, member of the Hungarian Design Council

## Dr László Radácsi

director, Budapest LAB – Business Development Centre,  
Budapest Business School, sustainability expert

## Dr Attila Simon

managing director, Herend Porcelain Manufactory  
Ltd, member of the Hungarian Design Council



A Design Management Díjat a Magyar Formatervezési Tanács a designtudatos vállalatirányítás elismerésére, eredményes alkalmazásának ösztönzésére alapította 2009-ben.

A díj célja, hogy

- bemutassa, hogyan növelheti egy szervezet hatékonyságát, versenyképességét
- a designtudatos szemlélet, a design alkalmazása és szakszerű menedzselése,
- elismerje ennek kiváló példáit.

A díjat jelölés alapján lehet elnyerni. A díjra – a bírálóbizottság tagjain kívül – bárki jelölést tehet (saját szervezet is jelölhető).

A díjra jelölhető minden olyan jogi személy, illetve jogi személyiség nélküli gazdasági társaság, cég, szervezet, intézmény, amelynek székhelye Magyarország területén van.

A díjat elnyerheti bármilyen termelő vagy szolgáltatásokat nyújtó szervezet, amelynek tevékenységében hangsúlyos szerepe van a design alkalmazásának, és amely a jelen felhívást megelőző 5 évben végzett tevékenysége során a design menedzselésének terén példamutató eredményt ért el.

#### ÉRTÉKELÉSI SZEMPONTOK

- **A design integrációja:** A design beépülése a szervezet tevékenységébe.
- **Innováció:** Fejlesztések a szervezetben belül, amelyekben a designnak kiemelkedő szerepe volt.
- **A design alkalmazása:** A design alkalmazását segítő szervezeti feltételek, erőforrások, folyamatok.
- **A design hatékonysága:** A design alkalmazásának eredményei.

#### DÍJAZÁS

Az értékelési szempontoknak legjobban megfelelő jelölt elnyeri a Design Management Díjat. A díjazott oklevélben és bruttó 1 millió forint összegű pénzjutalomban részesül.

## A DÍJ ODAÍTÉLÉSÉNEK MÓDJA ÉS FEL- TÉTELEI



## AWARD PROCEDURE AND REQUIREMENTS

The Design Management Award was established in 2009 by the Hungarian Design Council to acknowledge and encourage the successful and consistent application of design in corporate management.

The aim of the award is

- to demonstrate how design thinking, a consistently applied design approach and professional design management can increase the efficiency and competitiveness of an organisation,
- and to recognise excellent examples.

The award can be won through nomination. Apart from the members of the jury, anyone can submit a nomination (self-nominations are also accepted).

The nominee must be a legal entity, unincorporated business association, company, organisation or institution with a registered office seat in Hungary.

The award can be won by any production or service provider organisation that attributes a highlighted role to design application in its activities and has achieved exemplary results in the area of design management in the five years preceding this call for entries.

#### EVALUATION CRITERIA

- **Integration of design:** The extent to which design is integrated into the organisation's activity.
- **Innovation:** Development projects within the organisation in which design played a crucial role.
- **Application of design:** Organisational elements, resources and processes facilitating the successful application of design.
- **Efficiency of design:** Achievements produced through design application.

#### AWARD PROCEDURE

The nominee that best meets the evaluation criteria wins the Design Management Award. The winner receives a certificate and a money prize of 1 million forints gross.

# 1861 KESZTYŰ- MANUFAKTÚRA

DESIGN  
MANAGEMENT  
DÍJ 2017

Design Management  
Award 2017



H A M E R L I

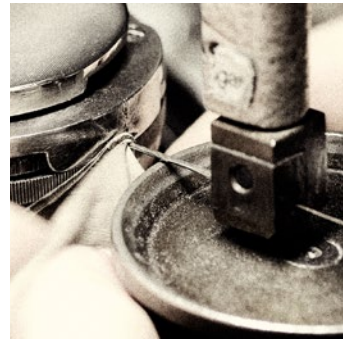
# 1861 KESZ- TYŰMA- NUFAK- TÚRA



A designmenedzsment szemlélete átszövi a működést és támogatja a piaci értékesítést. Az üzleti eredmények mellett legalább annyira fontos a – modern eszközökkel támogatott – hagyományos folyamatok szélesebb körű megismertetése, a közönség bevonása, egy tradíció fenntartása, melyet a cég látványmanufaktúrája tesz elérhetővé a Zsolnay Kulturális Negyedben.

A kesztyűgyártás Pécsen több mint százötven éves múltra tekint vissza, és európai hírnévre tett szert. Az egykor itt működő manufaktúrák szellemi örökségét és az itt felhalmozott tudást építi be napi gyakorlatába és viszi tovább a két önálló márkát párhuzamosan fejlesztő vállalkozás.

A Szilvio Kft. termékeit elsősorban a kézi szabás teszi különlegessé, amit ma már csupán elvétve alkalmaznak. Ez a technológia lehetővé teszi, hogy az egyes bőrok eltérő rugalmasságát, nyúlási képességeit, vastagságát és tartósságát a készítés során figyelembe vegyék és kihasználják, és a készítendő darabokat az emberi kéz mozgásához illeszkedve szabják, alakítják. Ahhoz, hogy ezek az előnyös tulajdonságok az elkészült termékre is jellemzőek legyenek, alapos szakmai ismeretekre van szükség.



## DÍJAZOTT

**A bírálóbizottság értékelése:** A Pécsi Kesztyűmanufaktúra a design és innováció eszközeivel, építve a régió 150 éves kesztyűkészítési hagyományaira, a privatizációt követően sikeresen élesztette fel a minőségi, kézi munkán alapuló kesztyűgyártást a baranyai megyeszékhelyen.

A vállalat márkái (Hamerli és 1861 Kesztyűmanufaktúra) két piaci szegmens igényeit célozzák meg egyaránt magas színvonalon, a kézműves hagyományokat őrző és az innovációra is nyitott kesztyűkészítési gyakorlat életben tartásával. A Hamerli luxusmárka mellett az igényes közönség szélesebb köre számára is elérhetőek a termékek, amelyek egyedileg, illetve kisebb szériákban kerülnek forgalomba a világ minden pontján.

## AWARD WINNER

**Jury statement:** After it was privatised, the Glove Manufactory of Pécs successfully revived the production of high quality hand-made gloves in the seat of Baranya County by using the tools of design and innovation and relying on the 150-year past of traditional glove making in the region.

It is hoped that the company brands (Hamerli and 1861 Glove Manufactory) will satisfy the demands of two market segments at a high level through the adoption of production methods that both preserve the old handicraft traditions and remain open to innovation. In addition to the luxury brand Hamerli, a wide range of upmarket products are available to customers that are sold in small series throughout the world.

The design management approach is apparent in every aspect of the company's activities and supports market sales. The company places great value on the importance of solid business results, on raising public awareness about traditional production techniques supported by modern equipment, and on involving the public in the processes, while preserving a tradition that is clearly presented in the company's show manufactory in the Zsolnay Cultural Quarter.



DESIGN  
MANAGEMENT  
AWARD 2017

Glove-making in Pécs looks back on a history of over one hundred and fifty years, during which time it has forged a reputation for itself in Europe. The company has built two independent brands separately by utilizing the heritage and accumulated knowledge of the factories that used to operate in the region.

The products of Szilvio Ltd are famous for their handmade elaboration which is, however, now rarely applied. This technology enables manufacturers to consider and utilize the flexibility, stretchiness, thickness and strength of various leatherwear and to tailor every glove to the movements of the human hand. A thorough professional knowledge is essential to ensure that the end product has advantageous qualities. It is very important in respect to such high quality products that only glove-cutters and other professionals with several decades of relevant experience are employed in the manufacturing workshops since the production of a single pair of gloves involves some fifty stages and the expertise of ten professionals.

[www.kesztyumanufaktura.hu](http://www.kesztyumanufaktura.hu)  
[www.hamerli.com](http://www.hamerli.com)





DESIGN  
MANAGEMENT  
DÍJ 2017

A manufaktúra műhelyében kizárólag több évtizedes tapasztalattal rendelkező kesztyűszabászok és más szakemberek dolgoznak; ez a minőségi termékek esetében létfontosságú, hiszen egy-egy pár elkészítése közel ötven lépésből álló folyamat, és több mint tíz szakember hozzáértő munkájának eredménye.

A manufaktúra két márkanévvel van jelen a piacon: az 1861 Kesztyűmanufaktúra prémium minőségű kollekciókat, míg a Hamerli kifejezetten a luxuspiac elvárásaihoz igazodó kesztyűket kínál. Ez utóbbiak olyan divatközpontokban is kaphatók, mint Moszkva, Milánó, New York, vagy éppen a luxus szinonimáját is jelentő londoni Harrods és Harvey Nichols áruházak.



A pécsi kesztyűkészítők már a kezdetektől gondosan őrizték tradícióikat, ugyanakkor folyamatosan kísérleteztek, keresték a fejlődés lehetőségeit. A hagyományt folytató Szilvio Kft. az itt felhalmozódott szakmai tudást, a minőség iránti elkötelezettséget, valamint az innováció iránti nyitottságot örökségnek tekinti, komplex egészként értelmezi. Ennek része a szerves egységben működő, Zsolnay Kulturális Negyedben található látványmanufaktúra, ahol az előkészítés és a gyártás teljes folyamata nyomon követhető, emellett a kesztyűtörténeti kiállítás, ahol a látogatók a szakma és a pécsi gyártás fejlődését, a kesztyű viselésének kultúráját, sőt Magyarország első kesztyűgyárának alapítóját, Hamerli Jánost is megismerhetik, valamint a mintabolt, ahol az itt készülő termékek kaphatók.

Egy divatkiegészítő esetében a siker rendkívül sok összetevőn múlik. A designon túl szerepet játszik benne a márka arculata, megjelenése, a kommunikáció minősége, az értékesítési stratégia, a hozzá kapcsolódó szolgáltatások rendszere, a vállalati struktúra felépítése – egy szóval a mindennapi működésbe integrált designalapú szemlélet. Mindez még nagyobb hangsúlyt kap abban az esetben, ha a gyártó nemzetközi piaci jelenlétre törekszik, hiszen kiélezett versenyhelyzetben az egyediség, a versenytársaktól való megkülönböztethetőség alapvető fontosságú. A Szilvio Kft. teljesítménye éppen azért figyelemre méltó, mert amellett, hogy gondosan ügyel a kézműves hagyományok életben tartására, designerei segítségével képes újat, értékeset mutatni egy olyan szegmensben, mint az igen nagy múltra visszatekintő bőrkiegészítők piaca.

[www.kesztyumanufaktura.hu](http://www.kesztyumanufaktura.hu)  
[www.hamerli.com](http://www.hamerli.com)



The manufactory has launched two brands on the market: 1861 Glove Manufactory offers premium quality collections, while HAMERLI was designed to meet the demands of the luxury goods market. The latter products are also sold in famous fashion centres in Moscow, Milan and New York as well as in Harrods and Harvey Nichols in London.

The glove manufacturers in Pécs have sought to preserve their traditions from the very outset, while experimenting and always being on the lookout for opportunities to improve. Szilvio Ltd, which wishes to preserve its traditions, sees commitment to quality and openness to innovation as a complex package of their heritage. This package is made up of several parts: a show manufactory in the Zsolnay Cultural Quarter that provides an insight into every stage of preparation and production; a glove history exhibition where visitors can learn about the development of glove manufacturing, the culture of wearing gloves and even the founder of the very first glove factory in Hungary, János Hamerli; and an outlet store where the manufactured goods are sold.

Success depends on numerous factors in the case of fashion accessories products. Apart from design, the brand image, communication, the sales strategy with the related services and corporate culture, or to put it more succinctly, the design-oriented approach integrated into everyday operation, all play an important role. This is even more relevant for companies that are struggling to emerge in the international market since uniqueness and differentiation from the competition is extremely important when operating in a fiercely competitive market. Some of the greatest achievements of Szilvio Ltd is that they carefully preserve handicraft traditions but their designers can still produce something completely new and valuable in a market segment of leather accessories with a long history.





A bírálóbizottság további négy jelöltet tartott példaértékűnek és elismerésre méltónak, így elismerő oklevélben részesül:

FÉLEGYHÁZI PÉKSÉG Kft.  
KREINBACHER BIRTOK  
MAACRAFT – The Social Workshop  
MEDENCE CSOPORT

The jury recognised four other candidates for their exemplary achievement with a certificate of merit:

FÉLEGYHÁZI BAKERY Ltd  
KREINBACHER ESTATE  
MAACRAFT – The Social Workshop  
MEDENCE GROUP

## ELISMERŐ OKLEVÉL

**Bírálóbizottság értékelése:** Örömteli, hogy Magyarországon az elmúlt években számos tudatos fejlődési filozófiával, friss arculattal rendelkező magáncég jelent meg a lakossági fogyasztás piacán, amely az egyediségre, a tudásra, a magas színvonalú termékek előállítására, a tudatos vállalatstruktúrára épít: mind e mögött egy új gondolatvilágot megjelenítő designmenedzsment áll. Ez a megközelítés a 2000-es évektől egyre erőteljesebben jelen van a hazai pékáru-előállítás és -forgalmazás piacán éppúgy, mint az élelmiszer-gazdaság más területein. Az egykor Kiskunfélegyházi Malom Kft.-ként alapított, majd 2016-tól Félegyházi Pékség Kft. néven működő gazdasági társaság az úgynevezett „empátiamarketing” alapján nemcsak teljes arculatváltást hajtott végre, hanem ez közvetlenül is érintette a cég működésének, az egyes egységek működésének valamennyi fontosabb területét.

A designtudatos alkalmazásával (amelyet belső szakember irányít) megvalósították azt, hogy valamennyi értékesítési egység nem csupán boltként funkcionál, hanem érzésekre és érzelmekre ható komplex kihívást jelent a vele kapcsolatba kerülő, az adott helyiségbe belépő potenciális vásárló számára. A társaság üzletei kialakításánál tekintettel van az adott város, az adott építési mikrokörnyezet sajátosságaira, stílusból, illetve korszakból eredő jellemzőire. Célja, hogy megszerettesse környezetünket, új szemléletű szolgáltatásával kiemelje az adott értékesítési egységet (lásd Kecskemét).

Albrandje, a Piknikség teljesen új szemléletű; bár kétségtelenül a nosztalgikus hatásokra és az emberek, a potenciális fogyasztók ilyen irányú igényeinek kielégítésére koncentrálnak, szélesebb körű szolgáltatást nyújtó közösségi találkozóponként is működik.

Összességében további dinamikus fejlődésre képes vállalkozás, amely kiterjedt értékesítési lánc felépítését valósította meg több mint 36 városban való jelenléttel.



# FÉLEGY- HÁZI PÉKSÉG KFT.

## CERTIFICATE OF MERIT

**Jury statement:** It is gratifying to see the many private companies with a conscious development philosophy and a fresh image that have emerged in recent years on the market of private consumption, striving to build on uniqueness, special knowledge, the production of high-quality goods and conscious corporate management. All of this reflects a new vision of design management. This new approach has gained more ground in the production and sales of bakery products and other fields of the food industry since the early years of the new millennium. The company that used to be called Kiskunfélegyházi Mill Ltd but was renamed Félegyházi Bakery Ltd in 2016 rebranded itself completely based on 'empathy marketing', which directly affected all the important areas of the company's activities and the operation of its various divisions.

The unconscious application of design (directed by an in-house expert) ensured that all the sales units function not only as shop but convey a complex challenge based on the senses and emotions to potential customers. When designing the shops, the company management always considers the characteristics and style of the local built-up micro-environment. It also seeks to bring the public close to the given environment by highlighting



the particular sales unit with its respective novel services (see the shop in Kecskemét).

The business's sub-brand called 'Piknikség' reflects a completely new approach: while appealing to its potential consumers' nostalgic sentiments, it also serves as a social hub offering a wide range of services.

All in all, it is an enterprise with great potential for further dynamic development that has established an expansive sales chain by being present in more than 36 towns.



# FÉLEGY- HÁZI BAKERY LTD

A száz százalékban magyar tulajdonú, kilencven üzlettel és majd ezer alkalmazottal működő családi vállalkozás több mint tizenhárom éves sikeres működést követően, 2014-ben döntött a márka teljes egészének megújításáról. Az arculat mellett a cég elnevezését, az üzletek kialakítását, a termékek csomagolását, a gépkocsiparkot, a kommunikációs csatornákat, sőt a dolgozók képzését is megváltoztatták, a fejlesztési stratégiát is gyökeresen átalakították. Ezzel szinte párhuzamosan további terjeszkedés is kezdetét vette, amelynek keretében a pékáruk forgalmazása mellett ültetett fogyasztási lehetőséget kínáló kávézórészleggel bővítették az üzletek egy részét az új almárka, a Piknikség bevezetésével.



A design összehangolt és legapróbb részletekre kiterjedő alkalmazásával egy olyan, meglepően gyors sikert hozó és példaértékű működési modellt hoztak létre, amely a szolgáltatótervezést is magában foglalja. Az építészeti adottságok figyelembevételével kialakított üzletbelsőkn és az összehangolt márkamegjelenésen túl tevékenységük a fogyasztói élményre épít, érzelmet közvetítve kommunikál a vevőkkel. A Félegyházi Pékség az eredményes szemléletváltásnak köszönhetően egy olyan designvezérelt vállalkozássá vált, amely tudatosan épít szeretetmárkát, vállalatirányítási stratégiája pedig remek példa arra, hogy a tömegfogyasztásra szánt termékek készítése nem feltétlenül jár együtt a nagyüzemi jelleggel, és kellő figyelemmel egy értékesítési lánc is hordozhat helyspecifikus jegyeket.



In 2014 the management of this fully Hungarian-owned family business, which has ninety shops and a thousand employees, decided on a complete rebranding after 13 years of successful operation. In addition to the company image, the company name, the interior design of the shops, the product packaging, the company fleet and the communication channels, even the system for training the staff was changed and the development strategy was improved. At the same time, the business was expanded and some of the shops were extended with a coffee area with chairs and tables through the introduction of a new sub-brand, Piknikség.



The sophisticated and prudent use of design helped to create a very successful and exemplary operational model that also includes service design. Apart from the interior design of shops, where architecture capacities were taken into consideration along with the concerted appearance of the brand, the company operation focuses on consumer experience and communicating with customers by appealing to their emotions. Thanks to the successful model shift, Félegyházi Bakery has grown into a design-driven business that consciously builds a lovemark. The company management strategy is a good example of how goods can be mass-produced without being affected by the industrial 'impersonality' and how a distribution chain can bear site-specific characteristics.



# KREIN- BACHER BIRTOK



## ELISMERŐ OKLEVÉL

**Bírálóbizottság értékelése:** A birtok elsőként kezdett pezsgőkészítésbe a Somlón. Az új stratégia és az azt támogató markáns arculat feladata volt, hogy a Kreinbacherre ne csak borászatként, hanem pezsgőpincészetként, egyben magas pozicionálású gasztronómiai márkaként is tekintsenek. Ezért a design stratégiába emelése egyszerre támogat üzleti, közösségi és társadalmi célkitűzéseket: a kategóriaépítést, a hazai pezsgőkultúra fejlesztését, az országimázs erősítését.

A design annak az edukációs küldetésnek is fontos eleme, amelynek célja, hogy a tradicionális pezsgők egy szélesebb célcsoportot találjanak, és fogyasztásukat kevésbé kössék alkalomhoz. A somlói szállás és vendégterek megalkotásának projektjében a kortárs építészeti nyelvezet mellett a design a turizmus fejlesztésében, a megkülönböztetésben kapott szerepet, nagymértékben a városi industriál- és

a vintage-elemek összhangjára építve, olyan, a borkultúrára való utalásokkal, mint például a bárszékek alakított traktorülések vagy a hordó-abroncsból készített fali installációk. A designtudatos szemlélet minden részletben érvényesül, az építészeti megoldásoktól az egyedi tervezésű poharakig.

Példaértékű, hogy a birtok designtudatos fejlesztése során több vállalati funkció (technológia, kereskedelem, marketing) szoros, egymásra ható együttműködése kimagasló eredményt hozott.

objectives such as category building, and the development of Hungarian traditional method sparkling wine culture, while at the same time contributing to the country's image. Design also plays a special role in the business's educational mission aimed at widening the market segment of traditional method sparkling wine so that customers will no longer only associate sparkling wine consumption with special occasions. In the project to build the accommodation and guest spaces in Somló, design was applied not only in the contemporary architectural idiom but also in enhancing the touristic appeal of the place and in differentiating it from its competitors; this was largely realised through creating harmony between urban industrial and vintage elements and supplementing them with references to wine culture such as bar stools converted from tractor seats or wall installations made out of barrel hoops. The design-conscious approach is articulated in every detail from architectural constructs to uniquely designed glasses.

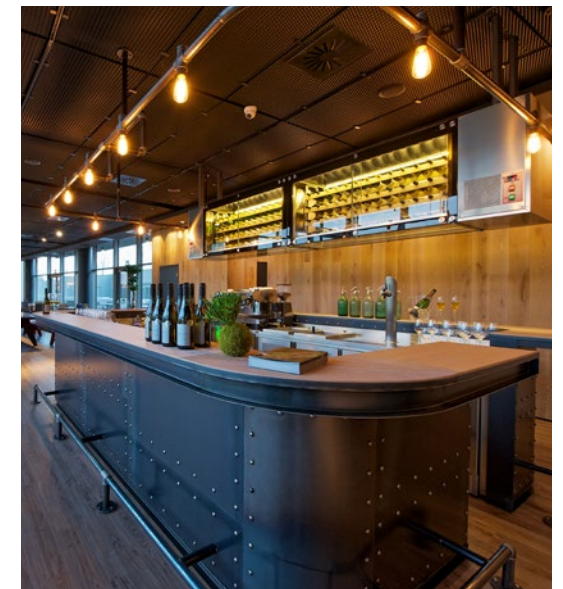
It is interesting to see the wonderful things that have been achieved through the intensive synergy of various corporate functions (technology, trade and marketing) in the course of the design-conscious development of the estate.

[www.kreinbacher.hu](http://www.kreinbacher.hu)



## CERTIFICATE OF MERIT

**Jury statement:** The Kreinbacher Estate was the first to produce traditional method sparkling wine in the Somló Hill wine region. The new strategy and the striking new image were designed to convey the message that Kreinbacher is not only a winery but also a traditional method sparkling wine winery and a highly positioned gastronomic brand. Thus, the integration of design into the strategy supports business, community and social





[www.kreinbacher.hu](http://www.kreinbacher.hu)

A vállalkozás működését az alapítás óta a folyamatos fejlesztés jellemezi. Ennek szemléletes példája, hogy elsőként kezdett a bormellett pezsgőkészítésbe a Somlóon, valamint 2015-ben sor került a vendégterek kialakítására is. Itt a hely szellemiségéhez szabott belsőépítészeti elvek szerint berendezett szobák, étterem és borbár várja azokat, akik szeretnék felfedezni a somlói borokat, vagy vezetett programjukon a pezsgőkészítéssel ismerkednének.

A márka újrapozicionálása során a menedzsment tagjai nem csupán karakteresebb vizualitásra és szélesebb célcsoport megszólítására törekedtek, de hosszú távú terveik között szerepelt a brand identitásának átalakítása, gasztromárkaként való bevezetése is. Ennek hatékony eszköze a design, amely a csomagolástechnológiától kezdve, a Somló ihlette arculati elemeken át, a szakmai szempontokat integráló filozófiáig mindenben megjelenik.

A Kreinbacher Birtok számára a design-menedzsment a hosszú távú vállalati stratégia fontos része, hiszen az egyéges márkamegjelenés nem csupán a professzionalizmus jele, de támogatja a piaci pozicionálást, ez pedig rövid időn belül számokban is mérhető versenyelőnyt hozott. A design teljes vertikumának alkalmazása az értékesítés támogatásán túl olyan célok eléréséhez is kiváló eszköz, mint a hazai pezsgőkultúra fejlesztése, a fogyasztók edukációja vagy éppen az országimázs építése a gasztrokultúrán, a turizmuson keresztül.



The company has continuously pursued development activities since it was founded. This is aptly demonstrated by the fact that it was the first company at Somló Hill to produce traditional method sparkling wine in addition to winemaking and the creation of the estate centre in 2015. Several studios, a restaurant and a wine bar that have been decorated based on the interior design principles in harmony with the local spirit of the site await visitors who wish to explore the wines of Somló and learn about winemaking on their cellar tour. In the course of rebranding, the owners not only sought to create a marked visual identity and appeal to a wider target group of customers, but also had long-term plans to change the brand identity and to introduce it as a gastro brand. This goal has been efficiently supported by the use of design which affects every area from packaging technology and the image elements inspired by Somló Hill to the philosophy that also integrates professional aspects. Design management is an important part of the long-term corporate strategy for the Kreinbacher Estate since a harmonised brand conveys the message of professionalism, while supporting market positioning, which has led to significant competitive advantages, as clearly demonstrated by sales figures. Besides supporting sales, the use of every aspect of design is an excellent tool to achieve goals such as the development of Hungarian sparkling wine culture, consumer education and contributing to the country's image through gastro culture and tourism.



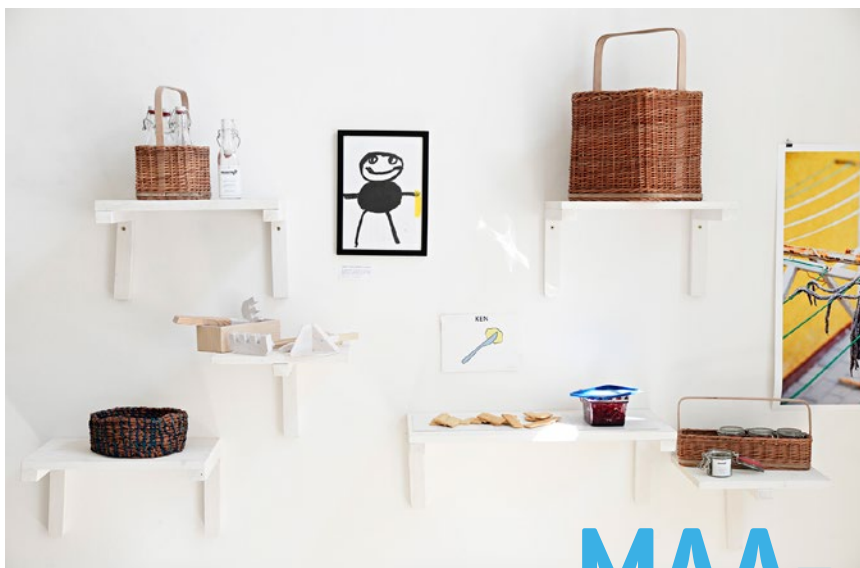
# KREINBACHER ESTATE



## ELISMERŐ OKLEVÉL

**Bírálbizottság értékelése:** A MAACRAFT egy designérzékeny szociális vállalkozás, amely Miskolcon jött létre, 2012-ben. Az azóta programmá nőtt kezdeményezés célja, hogy a design segítségével autizmussal élő fiatal felnőtteket képezzenek és munkához segítsenek. A Miskolci Autista Alapítvány keretében való foglalkoztatás bevált rendszeréhez kapcsolódó műhelyben magasan képzett tervező és alkotó szemléletű emberek dolgoznak.

A MAACRAFT - The social workshop igényes, egyszerű, magas minőségű lakberendezési tárgyakat, bútorokat és kiegészítőket tervez, készít és értékesít. Ez kiváló munkaterápia az ott dolgozóknak, a munka során pedig kognitív és manuális képességeiket fejlesztik, valamint a vizuális kultúrára reflektáló ismereteket sajátíthatnak el. Egy olyan mások számára is értéket teremtő munkaszituációban vehetnek részt, melynek köszönhetően sok új készséget sajátíthatnak el. Fontos, hogy emellett a program bevételhez is juttatja a gyakran önálló életvitelre képtelen fiatalokat.

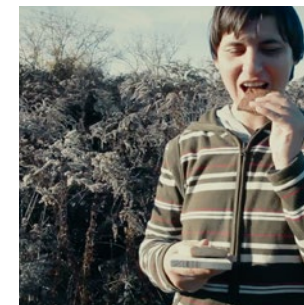


## MAA-CRAFT

Az elmúlt évek alatt a MAACRAFT széles termékpalettát alakított ki, a biciklis és bevásárlókosaraktól a kisbútorokig. A koncepcióban minden megvalósul és formát ölt, ami a 21. században érték, előremutató, égetően fontos társadalmi jelenség: fenntarthatóság, tudatosság, design, élmény és szociális érzékenység. A design thinking módszerével piacképes formatervek születnek, melyek egyben a munkavállalók képességeinek is megfelelnek.

A program és vállalkozás akciók és időszakos projektek helyett példaértékű utat mutat, mely követhető lenne akár nemzetgazdasági programba illeszthetően is, hiszen a MAACRAFT módszere a jövőbeni társadalmi költségek megtakarítására is alkalmas.

## CERTIFICATE OF MERIT



**Jury statement:** MAACRAFT was launched in 2012 in Miskolc as a design-sensitive social initiative. Having expanded into a programme, it is now aimed at training young autistic adults in order to help them find work. The creative designers who work in the tried and tested employment system of the Autism Foundation of Miskolc are all highly qualified.

MAACRAFT - The Social Workshop designs, produces and sells simple but high-quality interior design objects, furniture and accessories. It provides work therapy of excellent quality to its employees who are able to develop their cognitive and manual abilities while also acquiring skills related to visual culture. The employees are engaged in a work situation that delivers value to others while helping them to acquire many new skills. It is important to note that the programme also generates income for people who in many cases are unable to make a living independently.

In recent years MAACRAFT has established a wide range of products from bicycle and shopping baskets to small furniture. Every aspect that points to a special value or an essential social phenomenon in the 21st century is articulated in the concept: such values are sustainability, awareness, design, experience and social sensitivity. The business's design thinking produces competitive designs that also match its employees' capacities.

Instead of cherishing business promotions and temporary projects, this programme highlights a path that could set an example for the national economy since the methods of MAACRAFT could also help to reduce social costs in the future.

A 2012-ben létrehozott, azóta komplex programmá fejlődött kezdeményezés tulajdonképpen egy designfókuszú szociális vállalkozás, amelynek célja autista fiatal felnőttek fejlesztése, munkához segítése, valamint bevételhez juttatása. A Miskolci Autista Alapítvány keretein belül működő, annak bevált foglalkoztatási rendszeréhez kapcsolódó műhelyben formatervezői közreműködéssel történik a fejlesztés, s a magas minőségű designtárgyak – biciklis és bevásárlókosarak, lakberendezési kiegészítők, kisbútorok – jellemzően természetes anyagokból, kézműves technikákkal készülnek.



A MAACRAFT vállaltan nem egy kereskedelmi vállalkozás, sokkal inkább egyfajta segítő szándékú, őszinte és nyitott műhely, amely missziójának tekinti a design és az edukáció összekapcsolását. Tevékenységének alapja a designalapú gondolkodás, hiszen az itt élők és dolgozók vizuális és designkultúrájának, ezen keresztül kognitív és manuális készségeinek fejlesztésén túl a termékek és csomagolásuk mellett a kommunikációs anyagok és a kiállítási megjelenések is egy összehangolt és rendkívül tudatos stratégia mentén valósulnak meg. Sőt, a Miskolcon kialakított élet- és munkakörnyezet is terápiás célokat szolgál, amelynek kivételesen szép példája az AU Workshopkal közösen létrehozott növény-száritó és meditációs tér.



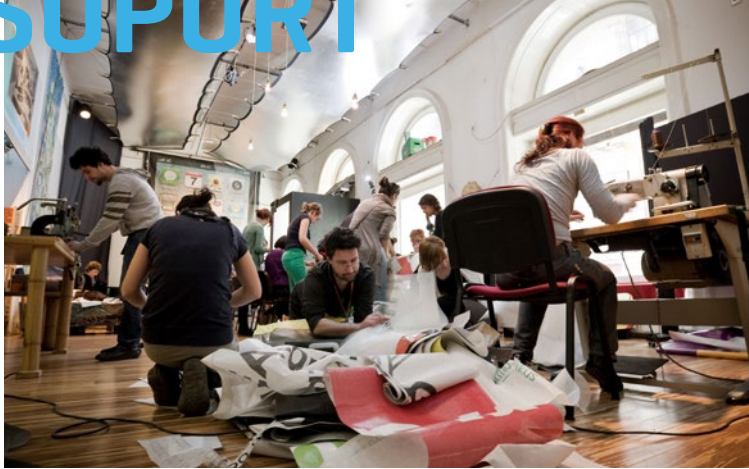
The initiative, launched in 2012, which has grown into a complex program, is a design-focused social enterprise with the objective of training and financially supporting autistic adults and helping them to get a job. Development is carried out with the help of designers in the workshop of the Autism Foundation of Miskolc with a proven employment system; the objects produced here, i.e. bicycle and shopping baskets, interior design accessories and small furniture, are made of natural materials using handicraft techniques.

MAACRAFT is not a commercial business but rather a kind of open workshop to help people with a combination of design and education as its primary mission. All of its activities are built on design-based thinking as the development of visual and design culture, the cognitive and manual skills of the people living here, the products and their packaging, the communicational leaflets and exhibition materials are all implemented with a harmonised and very conscious strategy. Moreover, the living and working conditions in Miskolc also definitely support the objectives of autism therapy. An especially nice example of this is the space for drying plants and meditation that was created jointly with the AU Workshop.



# MAA- CRAFT THE SOCIAL WORK- SHOP

# MEDENCE CSOPORT



## ELISMERŐ OKLEVÉL

### Bírálóbizottság értékelése:

A Medence Csoport neve az elmúlt húsz év során fogalommá vált az interdiszciplináris kreatív alkotóterületen. Tevékenységükben a design és a designgondolkodás jóval túlmutat a szűk értelemben vett termékfejlesztésen, a cég szellemiségének, stratégiájának és menedzsmentjének elválaszthatatlan részét képezi. A társadalmi és ökológiai érzékenység, a design-for-all szemlélet, a bevónó tervezés és a demokratizált alkotás, a bölcsőtől bölcsőig

körforgásos gondolkodás és a holisztikus megközelítés nemcsak termékeiket és szolgáltatásaikat hatja át, hanem vállalkozásuk teljes működését is. A következőzetes ragaszkodás az etikai értékekhez, illetve a klasszikus profitorientált piaci modellek megkérdőjelezése és az új utak keresése pedig mintaként szolgálhat a fiatal alkotók és vállalkozások számára.



## CERTIFICATE OF MERIT

**Jury statement:** The Medence Group has become a household name in the field of interdisciplinary creative activities in the last twenty years. The company's approach to design and design thinking goes beyond product development in a narrow sense, forming an essential element of the spirit, strategy and management of the company. Not only their products and services but also their entire business activities are pervaded by social and ecological sensitivity, the design-for-all approach, planning activities based on involvement, a democratised process of creation, cyclical thinking from the cradle to the grave and a holistic approach. Their consistent adherence to ethical values, continuous questioning of conventional profit-oriented market models and search for new paths can serve as a role model for young designers and businesses.







Az alkotóközösség hírnevét használt reklámeszközökből készülő egyedi termékekkel szerezte, ám a vállalkozás jóval több ennél. Az alapítók szándéka a kezdetek óta változatlan, hiszen elsődleges céljuk a közös alkotás örömeinek megtapasztalása, a megszerzett tudás gyakorlatban való hasznosítása és megosztása, valamint a közös önkifejezés. Kiállításai, installációi, rendezvényhelyszínek tervezésénél, kivitelezésénél és működtetésük során egyaránt a designvezérelt attitűd a meghatározó, sőt termékeik – a re+concept táskák és a re+boot bútorok – is egy-egy projekt megoldása keretében felmerült ötletek továbbfejlesztésének eredményei. „Főhadiszállásuk”, a Makett Labor egy folyton változó kommunikációs felületként is felfogható, amely egyszerre működik irodaként, műhelyként, workshophelyszínként, bemutatóteremként és kiállítóterként.

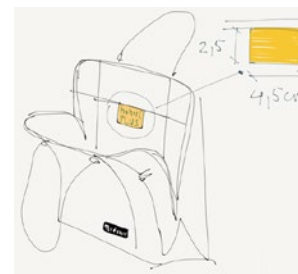
A Medence Csoport működésének minden aspektusát a designalapú szemlélet hatja át a vizuális megjelenéstől kezdve a problémamegoldás módszertanán át a workshopok témájáig és az itt készülő tárgyakig. Alapítói számára kulcsfontosságú a környezettudatosság, az inkluzív tervezés, a demokratizált kreativitás és a társadalmi szerepvállalás. Tevékenységük jól mutatja, hogy a művészet és a design nemcsak a kulturális fejlődés irányára, de a gazdasági és társadalmi folyamatokra is katalizátorként hat, a hatékony designmenedzsment pedig sikeres működésük alfája és ómegája.



[www.medencedesign.com](http://www.medencedesign.com)

This artist community became famous for its unique products made out of used advertising tools, but it is much more than that. The founders' objectives did not change with time: they strove to experience the joy of creating things together, the use and dissemination of acquired skills in practice and the desire for joint self-expression. The business's design-driven approach is a key element for designing, building and operating their exhibitions and installations, while even their products, re+concept bags and re+boot furniture stem from developing ideas that were conceived while implementing projects. The company headquarters, Makett Labor, can also be seen as an ever-changing communication interface, functioning as an office, a workshop, a showroom and an exhibition area at the same time.

Every aspect of Medence Group's operations is pervaded by a design-based approach from visual communication and the methodology of problem-solving to workshop themes and the objects produced. The founders regard environmentalism, inclusive design, democratised creativity and achieving social objectives as key elements. Their activities reveal that art and design act as a catalyst not only on the direction of cultural development but also on economic and social processes, while an efficient design management is the be-all and end-all of successfully running the company.



# MEDENCE GROUP



2009

Műcsarnok Nonprofit Kft. – díjazott  
Tungsrám-Schröder Világítási Berendezések Zrt. – díjazott

2010

Wamsler SE Háztartástechnikai Európai Rt. – díjazott

2011

Mobilia-Artica Kft. – díjazott

2012

Fruit of Care Nonprofit Kft. – díjazott  
Ludwig Múzeum – Kortárs Művészeti Múzeum – elismerő oklevél  
Sugar! Design Cukrászat – elismerő oklevél

2013

Cserpes Sajtműhely Kft. – díjazott  
BKK – Budapesti Közlekedési Központ Zrt. – elismerő oklevél  
LOFFICE – elismerő oklevél  
Magyar Állami Operaház – elismerő oklevél

2014

GIA Form Kft. – díjazott  
Apátsági Termékek – Eranthis Kft. – elismerő oklevél  
Ivanka Factory Zrt. – elismerő oklevél  
Petőfi Irodalmi Múzeum – elismerő oklevél  
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft. – elismerő oklevél  
Tudatos Vásárlók Egyesülete – elismerő oklevél  
Veszprém Megyei Jogú Város Önkormányzata – elismerő oklevél

2015

Hello Wood Kft. – díjazott  
Borecet Kft. – elismerő oklevél  
Laposa Birtok Kft. – elismerő oklevél  
Magyar Máltai Szeretetszolgálat – elismerő oklevél  
Zeneakadémia – elismerő oklevél

2016

Rózsavölgyi Csokoládé Kft. – díjazott  
SOLINFO Lighting & Home – különdíjas  
Autistic Art Kft. – elismerő oklevél  
Hedon Sörfőzde Kft. – elismerő oklevél  
Kortárs Építészeti Központ – elismerő oklevél  
Kristinus Borbirtok Kft. – elismerő oklevél  
Manooi Kft. – elismerő oklevél  
Unikát Összművészeti Stúdió Bt. – elismerő oklevél  
Zsolnay Örökségkezelő Nonprofit Kft. / Kodály Központ – elismerő oklevél

2009

Műcsarnok Nonprofit Ltd – award winner  
Tungsrám-Schröder Lighting Equipment Plc – award winner

2010

Wamsler SE European Household Technologies Plc – award winner

2011

Mobilia-Artica Ltd – award winner

2012

Fruit of Care Nonprofit Ltd – award winner  
Ludwig Múzeum – Museum of Contemporary Art – certificate of merit  
Sugar! Design Confectionary – certificate of merit

2013

Cserpes Cheese Workshop Ltd – award winner  
BKK – Centre for Budapest Transport Plc – certificate of merit  
LOFFICE – certificate of merit  
Hungarian State Opera – certificate of merit

2014

Gia Form Ltd – award winner  
Products from the Archabbey – Eranthis Ltd – certificate of merit  
Ivanka Factory Plc – certificate of merit  
Petőfi Literary Museum – certificate of merit  
Sziget Cultural Management Ltd – certificate of merit  
Association of Conscious Consumers – certificate of merit  
Veszprém City Council – certificate of merit

2015

Hello Wood Ltd – award winner  
Borecet Ltd – certificate of merit  
Laposa Birtok Ltd – certificate of merit  
Hungarian Charity Service of the Order of Malta – certificate of merit  
Liszt Ferenc Academy of Music – certificate of merit

2016

Rózsavölgyi Csokoládé Ltd – award winner  
SOLINFO Lighting & Home – special prize winner  
Autistic Art Ltd – certificate of merit  
Hedon Brewery Ltd – certificate of merit  
KÉK – Contemporary Architecture Centre – certificate of merit  
Kristinus Wine Estate Ltd – certificate of merit  
Manooi Ltd – certificate of merit  
Unikát Lp – certificate of merit  
Zsolnay Heritage Managing Nonprofit Ltd / Kodály Centre – certificate of merit



A felhívásról és a Design Management Díj további információiról tájékoztatást kaphatnak a Magyar Formatervezési Tanács Irodájától.

CÍM: H-1054 Budapest, Akadémia utca 21.  
 POSTACÍM: 1438 Budapest, Pf. 415  
 TELEFON: +36 1 474 5587  
 E-MAIL: barbara.majcher@hipo.gov.hu

HONLAP: [www.mft.org.hu](http://www.mft.org.hu)

A kiadvány a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala megbízásából a Magyar Formatervezési Tanács gondozásában készült.

FELELŐS KIADÓ: Dr. Łuszcz Viktor 2017  
 FORDÍTÓ: Rédei Csaba  
 LEKTOR: Adrian Hart  
 SZERKESZTŐ: MFTI  
 GRAFIKAI TERV: Graphasel Design Studio  
 NYOMDAI KIVITELEZÉS: Elektroproduct Nyomdaipari Kft.

A FOTÓKAT KÉSZÍTETTÉK:

HAMERLI / 1861 Kesztyűmanufaktúra Pécs  
 Szombat Éva, Viszlay Márk

Medence Csoport Kft.  
 Tomas Opitz, Kudász Gábor Arion, Medence Csoport

Kreinbacher Birtok  
 Juhász Bogi, Surányi Miklós, Barbay Csaba, Ungár Zsolt Stúdiója

MAACRAFT – The social workshop  
 Alpern Bernadett, Bartha Máté, Éder Vera,  
 Halász Dániel, Marjai Bea, Turós Balázs

Félegyházi Pékség Kft.  
 Gilly Áron

A DESIGN MANAGEMENT DÍJTÁRGY TERVEZŐJE: Vékony Fanni

DESIGN MANAGEMENT DÍJ EMBLÉMA:  
 Graphasel Design Studio

For further information about the Design Management Award and the invitation for nominees please contact the Office of the Hungarian Design Council.

ADDRESS: H-1054 Budapest, Akadémia utca 21.  
 POSTAL ADDRESS: 1438 Budapest, Pf. 415  
 PHONE: +36 1 474 5587  
 E-MAIL: barbara.majcher@hipo.gov.hu

WEBSITE: [www.mft.org.hu](http://www.mft.org.hu)

The publication was issued on behalf of the Hungarian Intellectual Property Office by the Office of the Hungarian Design Council.

RESPONSIBLE PUBLISHER: Dr Viktor Łuszcz 2017  
 TRANSLATOR: Csaba Rédei  
 PROOFREADER: Adrian Hart  
 EDITED BY: MFTI  
 GRAPHIC DESIGN: Graphasel Design Studio  
 PRINTING: Elektroproduct Nyomdaipari Ltd

PHOTOGRAPHS:

HAMERLI / 1861 Glove Manufactory of Pécs  
 Éva Szombat, Márk Viszlay

Medence Group Ltd  
 Tomas Opitz, Gábor Arion Kudász, Medence Group

Kreinbacher Estate  
 Bogi Juhász, Miklós Surányi, Csaba Barbay, Zsolt Ungár's Studio

MAACRAFT – The social workshop  
 Bernadett Alpern, Máté Bartha, Vera Éder,  
 Dániel Halász, Bea Marjai, Balázs Turós

Félegyházi Bakery Ltd  
 Áron Gilly

THE DESIGN MANAGEMENT AWARD TROPHY WAS DESIGNED BY: Fanni Vékony

LOGO OF THE DESIGN MANAGEMENT AWARD:  
 Graphasel Design Studio



Szellemi Tulajdon  
Nemzeti Hivatala



NEMZETGAZDASÁGI  
MINISZTERIUM



MAGYAR  
FORMATERVEZÉSI  
TANÁCS





**DESIGN  
MANAGEMENT  
DÍJ 2017**

Design Management  
Award 2017

