



DESIGN
MANAGEMENT
DÍJ 2016
Design Management
Award 2016

2016

DESIGN MANAGEMENT DÍJ

BEVEZETŐ / PROLOGUE

DÍJAZOTT / AWARD WINNER

Rózsavölgyi Csokoládé Kft.
Rózsavölgyi Csokoládé Ltd

KÜLÖNDÍJAS / SPECIAL PRIZE WINNER

SOLINFO Lighting & Home

ELISMERŐ OKLEVÉL / CERTIFICATE OF MERIT

Autistic Art Kft. / Autistic Art Ltd

Hedon Sörfözde Kft.
Hedon Brewery Ltd

Kortárs Építészeti Központ / KÉK - Contemporary
Architecture Centre

Kristinus Borbirtok Kft. / Kristinus Wine Estate Ltd

Manooi Kft. / Manooi Ltd

Unikát Összművészeti Stúdió Bt. / Unikát Lp

Zsolnay Örökségkezelő Nonprofit Kft. - Kodály Központ
Zsolnay Heritage Managing Nonprofit Ltd -
Kodály Centre

IMPRESSZUM / IMPRESS

„a designra
nyitott
attitűd immár
gondolkodásmódot
jelent, s gyakorlata
nem korlátozódik
a kreatíviparra”

“an approach open
to design is already
a way of thinking
and its practice is
not restricted to the
creative industries”

DESIGN AZ EGÉSZ VILÁG? IS DESIGN EVERYWHERE?

Ha létezne nyelvtudományi vizsgálat, amely a világban csaknem mindenütt elterjedt szavak értelmezésének módosulásait elemezné, aligha találhatna olyan kifejezést, amely az elmúlt évtizedekben nagyobb jelentésbővülésen esett volna át, mint a design. A design ma már nemcsak tárgyak, szolgáltatások, folyamatok tervezésében jelent alapvető eszközt, nemcsak márkák, üzleti koncepciók, tágabb piacok vagy komplett iparágak esetében képes változásokat előidézni. A designra nyitott attitűd immár gondolkodásmódot jelent, s gyakorlata nem korlátozódik a kreatíviparra. Emellett olyan szemléletet takar, amely meghatározó lehet egy vállalat működésében, sőt akár struktúrájában, közép- és rövidtávú üzleti stratégiájában is. A látványosan bővülő jelentéstartománnyal összefüggésben a világ vezető felsőoktatási intézményei néhány éve sorra indítanak olyan üzleti képzéseket, amelyek speciális designmanagement-, innovációmanagement-, sőt kifejezetten designorientált vezetőképzést kínálnak. Az új tudással felvértezett szakemberek jelenlétére pedig egyre nagyobb az igény, hiszen azok a cégek, amelyek a designt tágabb értelemben, vállalatirányítási szinten integrálják működésükbe, versenytársaiknál gyorsabban fejlődnek, üzleti eredményeik kimutathatóan jobbak.

A Design Management Díj e vállalkozói attitűd és az alkalmazásával elért eredmények szélesebb körű megismertetését szolgálja. A Magyar Formatervezési Tanács 2009-ben hívta életre a pályázatot, s a díjjal azokat a vállalkozásokat ismeri el, amelyek számára a designfókuszú működés vállalatirányítási szinten is fontos, s ezzel összefüggésben teljesítményük is példaértékű. A jelöltek évről évre növekvő számából nyilvánvaló, hogy egyre

több cég, civil szervezet, alapítvány számára jelent többet a design, mint pusztán áramvonal-as formát vagy díszes csomagolást.

Az idei mezőny résztvevői már teljes természetességgel használják a design kiterjesztett értelmezését, s a hatékony alkalmazásában rejülő lehetőségeket. A jelöltek között egyre több a kisméretű, közelmúltban indult vállalkozás, brandjeik képesek gyorsan reagálni a piaci változásokra, friss és progresszív termékeik pedig hasonlóan gyors üzleti sikerrel kecsegtetnek. A Management Díj látóterébe került vállalkozások mellett, hogy kiemelkedő hangsúlyt fektetnek az egyedi karakterre és a versenytársaikétól egyértelműen megkülönböztethető megjelenésre, ma már designfókuszú szemlélettel, és a design új felfogásához idomuló vállalati kultúrával rendelkeznek. A korábbi díjazottak tevékenysége is évek óta azt bizonyítja, hogy a tágabb értelemben vett design-gondolkodás folyamatos közrehatása ma már létkérdés.

Dr. Bendzsel Miklós

Magyar Formatervezési Tanács alapító elnöke, az Európai Designszervezetek Szövetségének elnökségi tagja

If someone were to carry out a linguistic study to analyse the various interpretations of words that have spread throughout the world they would hardly be able to find another term whose meaning has changed so much in recent decades as that of “design”. Design is not only a fundamental tool for creating objects, services and processes but also something that provokes changes in the case of brands, business concepts and markets, as well as whole industries. An approach open to design is already a way of thinking and its practice is not restricted to the creative industries. It also involves an approach that is very important in the operation of a company, its structure as well as middle- and short-term business strategies. In parallel with this shift in meaning, the leading higher education institutions of the world are now starting business courses that teach special design management, innovation management and even design-oriented leadership skills. And professionals with these special skills are increasingly in demand since companies that integrate design on the level of company management tend to grow at a faster pace and have better business results than those of their competitors.

The Design Management Award is intended to widely disseminate the results of this entrepreneurial approach. The Hungarian Design Council established the Award in 2009, rewarding companies that demonstrated a design-focused operation at the company management level, whose performance could serve as a role model to others. The increasing number of candidates year by year shows that there are more and more companies, civil organisations and foundations that regard design as something that is more than a streamlined shape or nicely decorated packaging.

The candidates of this year’s competition have already adopted the extended interpretation of design and are perfectly aware of the opportunities inherent in the effective use of design. Among the candidates there are increasing numbers of small-size, recently launched businesses with brands that are swift to respond to market changes and with fresh and progressive products that promise rapid success on the market. Apart from placing a strong emphasis on unique characters and on an appearance that can easily be distinguished from that of the competition, companies that compete for the Management Award have already adopted a design-focused approach and a corporate culture that is appropriate for the new interpretation of design. The activities of the prize winners in the past have proved for many years that broadly interpreted design thinking continues to have a vital influence.

Dr Miklós Bendzsel

Founding president of the Hungarian Design Council, board member of the Bureau of European Design Associations

BÍRÁLÓ- BIZOTTSÁG:

Dr. Bauer András

elnök – tanszékvezető, egyetemi tanár, Marketing Tanszék, Gazdálkodástudományi Kar, Budapesti Corvinus Egyetem, a Magyar Formatervezési Tanács tagja

Dr. Bendzsel Miklós

társelnök – a Magyar Formatervezési Tanács alapító elnöke, az Európai Designszervezetek Szövetségének elnökségi tagja

Barcza Dániel DLA

stratégiai rektorhelyettes, Moholy-Nagy Művészeti Egyetem

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. Simon Attila

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

Tóth Krisztián

Cannes Lion, Clio, Epica, D&AD, One Show díjas kreatív szakember, kockázati tőke befektető és tanácsadó



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 szervezeten 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 pénzdíjban 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.

MEMBERS OF THE JURY:

Dr András Bauer

chairman – department head and full professor, Marketing Department, Faculty of Business Administration, Corvinus University of Budapest, member of the Hungarian Design Council

Dr Miklós Bendzsel

co-chairman – Founding president of the Hungarian Design Council, board member, Bureau of European Design Associations

Dániel Barcza DLA

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

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 Attila Simon

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

Krisztián Tóth

creative professional, holder of the Cannes Lion, Clio, Epica, D&AD and One Show Awards, venture capital investor and consultant

RÓZSAVÖLGYI CSOKOLÁDÉ

**DESIGN
MANAGEMENT
DÍJ 2016**
Design Management
Award 2016

RÓZSA- VÖLGYI CSOKO- LÁDÉ

DÍJAZOTT

A bírálóbizottság értékelése: A Rózsavölgyi Csokoládé kiemelkedő tudatossággal és mesterien használja a design szinte minden aspektusát, alkalmazza a design kínálta lehetőségeket. Kreatívan, kézműves ötletességgel közelítenek mind a termékekhez, mind a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatásokhoz, a végeredmény korszerű és friss, ugyanakkor időtálló és stílusos. A márka a csokoládégyártás fortélyai mellett esztétikai és üzleti értelemben is számos, a beszerzési források megválasztásától a csokoládé fogyasztási kultúra fejlesztésén át a társadalmi tudatosságig terjedő egyedi jegyet vonultat fel.



A hagyományos kézműves metódusokkal készülő Rózsavölgyi csokoládék minden részletét áthatja a designtudatos gondolkodás, a korszerű üzleti szemléletről tanúskodó, költség-tudatosan alkalmazható designmegoldások. Ez a komplex, a nemzetközi trendekkel is összhangot mutató megközelítés – amelltt hogy üzleti előnyt hoz – előkelő helyet biztosít a prémium kategóriájú, igényes alkalmi ajándékok piacán. A csokoládék csomagolása és a hozzájuk kapcsolódó kommunikáció is átgondolt és árnyalt. Szinte kizárólag 95%-ban újrahasznosított papírt használnak, amelyet bonyolult, origami jellegű hajtogatással alakítanak végleges formára. A külsőn azonban nem csupán gyönyörűen tervezett, de informatív és naprakész is, hiszen a díjnyertes termékeket fémes pecséttel, a társadalmi elköteleződést matricákkal jelölik.

A budapesti csokoládémanufaktúra alig több mint egy évtized alatt vált Magyarországon, sőt az országhatárokon túl is elismert, több nemzetközi díjjal jutalmazott vállalkozássá, jól csengő márkanevével. Az alapítók kivételes érzékenységgel, ugyanakkor nagyon is tudatos és komplex szemlélettel fejlesztik termékeiket és a brandet is, ami napjainkban, amikor a fogyasztás – konkrét és átvitt értelemben egyaránt – már korántsem csupán minőségi termékválasztást, de élményszerzést is jelent, nem kis teljesítmény. A Rózsavölgyi mind termékeire, mind a márkára a kreativitás forrásaként, egyfajta folyamatosan megújítható, alakítható lehetőségként tekint, legyen szó a legkiválóbb alapanyagok kiválasztásáról, a különféle ízek kikísérletezéséről és összehangolásáról, az egyes termékek formai kialakításáról, vagy éppen a márkaüzenetet is hatékonyan közvetítő egyedi csomagolások megtervezéséről.



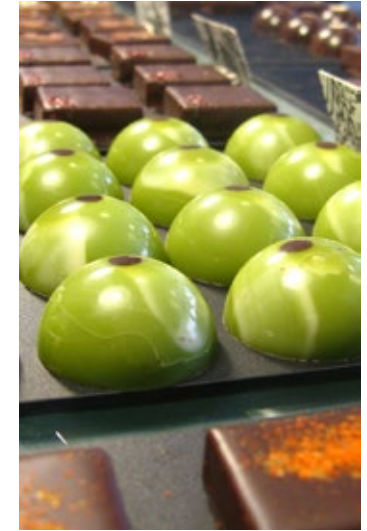
DESIGN
MANAGEMENT
AWARD 2016

AWARD WINNER

Jury statement: Rózsavölgyi Csokoládé (Chocolate) demonstrates an outstanding use of all the aspects of design and the opportunities inherent in design with an astonishing determination. They show a creative approach with handicraft ingenuity toward their products and the related services, producing an end-product that is up-to-date and fresh but future-proof and stylish at the same time. Apart from the chocolate production being their forté, this brand showcases several unique aesthetic and business features from the selection of sources of purchase to the development of the culture of chocolate consumption and social awareness.

Every aspect of Rózsavölgyi chocolate, which is produced with traditional handicraft methods, is pervaded by design-conscious thinking and cost-efficient design solutions with up-to-date business perspectives. Apart from providing a competitive edge, this complex approach, which is in line with international trends, is top ranking in the market of premium-quality presents. The packaging and the related communication is well-conceived and many-layered. The company almost entirely uses 95 % recycled paper, which is folded with a complex origami technique. The appearance is excellently devised and informative, and up-to-date too since the award-winning products and social commitment are marked with a metal seal and stickers, respectively.

This chocolate factory in Budapest with a fine-sounding brand name grew into a both domestically and internationally recognised company that received several awards in only a decade. The owners demonstrate an outstanding sensitivity as well as a conscientious and complex approach to develop the brand and their products, which is a nice achievement in an age when consumption, both in literal and metaphorical terms, not only involves the selection of high quality products but the search for experiences as well. The company regards their products and the brand as a source of creativity and an opportunity for continuous development; whether it is the selection of the most excellent materials, experiments combining various tastes, the physical appearance of the products or the design of unique packaging that efficiently convey the brand message.





DESIGN
MANAGEMENT
DÍJ 2016

A Rózsavölgyi termékpalettája majd minden érzékünkre hat, hiszen az új íz- és formavilágú bonbonok, trüffelék, táblás csokoládék, draszték mellett olyan különlegességek is szerepelnek rajta, mint a csokoládészalámi, a gyógyászati tubusban kapható gianduia krém vagy a tölcsérben forgalmazott forrócsokoládé-sorozat. A márka már a kezdetek óta belső tervezőkkel, esetenként külső szakemberek bevonásával dolgozik. Egyedi tervek alapján készült például a táblás csokoládék finom rajzú öntőformája, s folyamatosan dolgoznak az újabb és újabb termékek karakteres megjelenésén. A minták inspirációs forrásai között ott van a régi szovjet bábfilmek sajátos képi világa, a keleti árnyjátékok és a svájci árnyképművészet, míg a csomagoláshoz használt, jellemzően újrahasznosított papír karaktere és a látványos hajtogatási megoldások kiindulópontja a skandináv és a japán építészeti, valamint a bonyolult, sokszor komoly kézügyességet igénylő origami.



A művészi megközelítés a csokoládéműhely helyszínének kiválasztásában is tetten érhető: az egykori sörgyárban működő Art Quarter Budapest épületében alakították ki, festők, szobrászok, iparművészek és hangstúdiók tözsomszédságában. A felújítás során megőrizték az egykori sörgyár karakterét, az utólagosan bekerült belsőépítészeti elemekkel pedig egyszerre idézik meg az ültetvények hangulatát, s hangsúlyozzák a brand játékos, olykor kissé bohém stílusát.

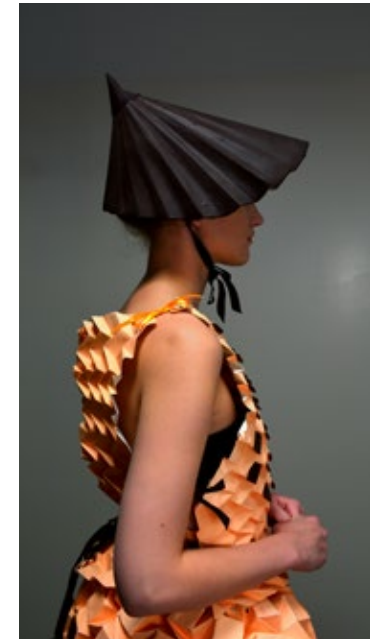
A Rózsavölgyi Csokoládé tudatos építkezéssel, stratégiai szinten is megvalósított, designtudatos döntések sorozatával modellértékű üzleti vállalkozássá vált. A szervezetben a design szinte teljes vertikuma megjelenik: a termék, az arculat, a kommunikáció, sőt a szervezeti működés elválaszthatatlan eleme. A márka nemzetközi összehasonlításban is versenyképes a prémium minőségű kézműves édességek piacán, eredményességét több, a terméket, a csomagolást, sőt a vállalati kultúra egészét is elismerő rangos díj s megtisztelő együttműködési felkérés is tanúsítja.



The product range of Rózsavölgyi appeals to all of our senses. Apart from the bonbons, truffles and chocolate bars, you will find specialities such as a chocolate salami, a kind of gianduia cream that comes in a medical tube or the hot chocolate series that are sold in a cone. The brand has been developed with the involvement of in-house designers and, at times, external experts since the beginning. For example, the fine-drawn moulds for the chocolate bars are based on individual designs, and characteristic designs are being continuously developed for the new products. Among the sources of inspiration for the samples you will find the milieu of old Soviet puppet shows, Eastern shadow plays and the Swiss shadows image arts while the recycled papers used and the spectacular folding methods originate from Scandinavian and Japanese architecture and the sophisticated world of origami.

The artistic approach is also reflected in the selection of the venue for the chocolate factory: it is hosted in the building of Art Quarter Budapest, which used to be a beer factory, in the immediate neighbourhood of painters, sculptures, handicrafts designers and recording studios. The original character of the old beer factory was preserved in the course of refurbishing the building and the new interior design elements invoke the atmosphere of the plantations and highlight the playful and a rather bohemian style of the brand.

Rózsavölgyi Csokoládé became a role model for businesses that build themselves up and make their design decisions at a strategic level. Almost the entire spectrum of design appears in the organisation: it is an indispensable element of the product, the image, the communication and even the company operation. It is a competitive brand in the international market of premium-quality handicraft sweets. Its success is underpinned by several high-ranking awards for the product, the packaging and the corporate culture and honouring requests for cooperation.



A HIPAVILON MAGYAR SZELLEMI TULAJDON ÜGYNÖKSÉG KÜLÖNDÍJA

Bírálóbizottság értékelése: A SOLINFO Lighting & Home a belsőépítészeti piac olyan jelentős szereplője, amely lehetővé teszi, hogy az alkotó belsőépítészek és világítással foglalkozó szakemberek világszínvonalú választékból tervezhessenek, és egyúttal hatékonyan osztja meg a vállalatban felhalmozott tervezési és alkalmazási tudást. A bemutatóterem nemcsak a legjobb gyakorlatok bemutatását szolgálja, hanem lehetővé teszi azok megvitatását, fejlesztését is. Mindezzel biztos alapot, komplex szolgáltatást nyújt designereknek és belsőépítészeknek ahhoz, hogy alkotó munkájukat végezzék.

A vállalkozás 1990 óta foglalkozik professzionális világítótestek, bútorok és lakberendezési kiegészítők forgalmazásával, kínálatában kizárólag a világ vezető, a design szempontjából kiemelkedő gyártóinak termékei szerepelnek.

Néhány évvel ezelőtt új koncepció szerint alakították ki bázisukat Budapest belvárosában, ahol a gondosan összeállított választékot felvonultató concept store és kávézó mellett a cég irodái is helyet kaptak. Kereskedelmi tevékenységüket a belsőépítészektől, lakberendezőktől és magánszemélyektől álló ügyfélkör számára a világítástervezési szolgáltatást nyújtó szakembereket felvonultató csapat teszi még vonzóbbá. A SOLINFO Lighting & Home design iránti elkötelezettsége működésének minden területén meg tapasztalható, s nem csupán a választék és a professzionális szolgáltatás csomag kialakítása során érvényesül, de a vállalati környezet, az irodák és a bemutatóterem kialakításában, az arculati elemek megválasztásában és használatában, illetve a vállalatirányítási struktúrában is nyomon követhető. A kortárs szellemben felújított, időálló belsőépítészeti megoldásokon nyugvó belső terek, valamint a bennük elhelyezett, egy-egy designtörténeti korszakot meghatározó, ikonikus design tárgyak alkotta karakteres összkép hűen tükrözi a cég céljait és értékrendjét: szakértelemről, professzionális hozzáállásról és határozott stílusról árulkodik, reflektál a korszellemre, az aktuális designtrendekre, ugyanakkor a vállalkozás fejlődésével



SOLINFO LIGHTING & HOME

SPECIAL PRIZE AWARDED BY HIPAVILON HUNGARIAN INTELLECTUAL PROPERTY AGENCY

Jury statement: SOLINFO Lighting & Home is a major player on the market of interior architecture, which enables interior designers and lighting specialists to plan from a world-class selection of products and efficiently shares the knowledge of design and use that has been accumulated in the company. The show room not only serves to introduce best practice examples but also helps participants to discuss and further develop these practices. Thus, it provides a firm base and a complex service to designers and interior architects enabling them to perform excellent design work.

The company has been distributing professional luminaires, furniture and housing design accessories since 1990. It exclusively offers the products of cutting edge manufacturers in design.

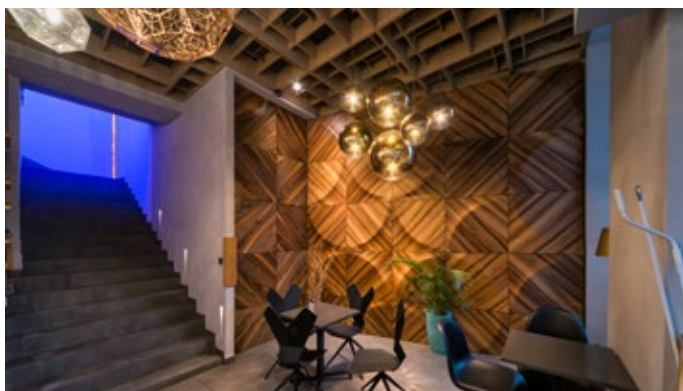
They established their new headquarters based on a new concept in the city of Budapest, together with a concept store that has a carefully selected product range, a café and the company offices. A team of experts in luminaire services successfully make their commercial activities even more appealing to the clientele of professional interior designers and private individuals alike. The commitment of SOLINFO Lighting & Home to design can be experienced at every level of company operation, from decisions on the available choice of products and professional service packages, through the design of the corporate environment with the offices and the showrooms, to the selection and use of visual elements and the structure of company management. The total picture comprising the interior spaces refurbished in a modern spirit, supported by future-proof interior design solutions and the iconic design objects in these spaces that represent certain eras in design history reflects the objectives and value orientation of the company: it tells stories about expertise and professionalism, a decisive style of acting, reflecting the zeitgeist with the current trends in design, and a capacity to make changes in parallel with the evolution of the company. The showroom with a particular choice of products and the offices themselves operate as an instrument of communication as they largely contribute to reinforcing the brand, conveying the brand message and supporting sales activities.

Design as an approach is an essential element of company management, which is also reflected in the every-day operation of the company. Influencing taste and approach, commitment to development has played an important role in corporate culture since the foundation of the company, and it even gained more emphasis in the last two years. As of now outside experts are also involved in the perfection of design strategy and marketing communication, and as a result of jointly made decisions, the brand does a good job in efficiently conveying the self-confident value orientation, dynamism and liveliness of the company.



párhuzamosan képes a változásra is. Az aktuális kínálatot felvonultató bemutatóterem és az irodák maguk is kommunikációs eszközként működnek, s a brand erősítésén és a márka-üzenet közvetítésén túl az értékesítést is jótékonyan támogatják.

A design mint szemléletmód a vállalkozás működésének alapvető eleme, a mindennapoktól elválaszthatatlan szerves része. A szemlélet- és ízlésformálás, a progresszív iránti elkötelezettség már a kezdetek óta kitüntetett figyelmet kap a cég kultúrában, s az elmúlt két évben még hangsúlyosabbá vált. A designstratégia tökéletesítését, a marketingkommunikáció fejlesztését immár külsős szakemberek is segítik, s a közösen meghozott döntések eredményeképpen ma már a brand egésze hatékonyan közvetíti a cég magabiztos értékvalasztását, lendületét, frissességét.



ELISMERŐ OKLEVÉL

Az Autistic Art az autizmussal élők életkörülményeinek javítására fókuszál. 2010-ben Tarr Hajnalka képzőművész vezetésével rajzfoglalkozásokat indított civil fenntartású, bentlakásos autista lakóotthonokban, s a kiemelkedő alkotásokat felhasználva designmárkát is alapított Autistic Art néven. A brand többek között selyemsálakat, nyomott mintákkal díszített pamut felsőket, füzeteket, noteszeket kínál. Munkájában egyedülálló módon egyesíti a képzőművészetet és a designt, a különböző területek és tudományágak együttműködésére épít, és elismert szakemberekkel működik együtt.

Az Autistic Art működésében a design szinte minden aspektusa jelen van: a társadalmi érzékenyítés eléréséhez korszerű eszközöket használ, annak elismertetésére törekszik, hogy állandó felügyeletre és szakszerű ellátásra szoruló autizmussal élő fiatalok közreműködésével is készülhetnek minőségi design tárgyak.

A design alapú szemlélet nem csupán a termékekre jellemző, de fontos szerephez jut a márkaképzés és a kommunikáció területén is. Emeli a márká presztízsét, vonzóbbá teszi a terméket, ugyanakkor szemléletformáló eszköz is, amely kaput nyit az autizmussal élők olykor nehezen hozzáférhető világába.



CERTIFICATE OF MERIT

Autistic Art Foundation focuses on improving the lives and social integration of autistic people. The visual artist Hajnalka Tarr started to organise drawing activities in autistic people's homes supported by civil organisations and she used the best works to establish a design brand named 'Autistic Art'. This brand primarily offers silk scarves, cotton tops with printed patterns, exercise books and notepads. Their products reflect a unique combination of fine arts and design while they try to build on the cooperation of several fields and sciences, working together with recognised professionals.

Design is present at almost every aspect of the operation of Autistic Art: up-to-date tools are used to raise social awareness and to show that autistic people in need of continuous supervision and professional care can also contribute to the production of high quality design objects.

The design-driven approach is not only characteristic of the products, but also plays a special role in brand building and communication as well. It increases the prestige value of the brand, makes the products more appealing and opens up the gates to the difficult-to-access world of autistic people for everyone.

Jury statement: Design thinking has not only appeared in the business and market sectors but also in the civil and social sphere in recent years. An excellent example of which is the Autistic Art Program and design brand, which intends to produce premium quality products by using the work of young people with autism and by involving young designers. Design puts the graphics in a new physical and social context by emphasising their uniqueness and producing value added for the consumers who will contribute to the support of autistic people's homes through their purchases. The brand exceeds the classical charity mechanism and the output is a competitive and exclusive product while increasing social dignity for people with autism at the same time.



Bírálóbizottság értékelése: A designgondolkodás az elmúlt évek során már nemcsak a piaci és üzleti szektorban, hanem a civil és szociális szférában is megjelent. Kiemelkedő példa erre az Autistic Art Művészeti Program és designmárka, amely autizmussal élő fiatalok alkotásainak felhasználásával, valamint fiatal designerek bevonásával hoz létre prémiumkategóriás termékeket. A design új fizikai és társadalmi kontextusba helyezi a grafikákat, kiemeli egyediségüket, és többletértéket teremt a fogyasztók számára, akik vásárlásukkal egyben civil fenntartású autista otthonok támogatói is lesznek. A márká ezzel túllép a klasszikus jótékonyági mechanizmuson, piaci szempontból versenyképes, exkluzív terméket hoz létre úgy, hogy közben megemeli az autizmussal élők emberi és társadalmi méltóságát.

AUTISTIC ART



ELISMERŐ OKLEVÉL

A kétezres évek közepén induló sörforradalomnak köszönhetően néhány éve Magyarországon is megjelentek azok a kisebb főzdek, amelyek új alapokra helyezték a sörfogyasztási kultúrát, minőségi, gyakran hagyományos receptúrákat újragondoló vagy éppen azoktól merőben eltérő karakterű italokat kínálva. A Hedon Sörfőzde a hazai kraft sörmárkák közül az elsők között ismerte fel a designban rejlő lehetőségeket, s egységes, hosszú távú fejlesztésre is alkalmas arculatot vezetett be. A Hedont nevéhez illeszkedően humoros, játékos jegyekben bővelkedő, a márka egészen, a sörcímektől kezdve a szlogeneken és szövegeken át egészen a termékfotóig végigvonuló vizuális és verbális megjelenés jellemzi. A logóhoz kapcsolódó azonos hangulatú, könnyen értelmezhető piktogramok egységes jelrendszerré állnak össze, jól beazonosíthatóvá téve az egyes termékeket, s a versenytársaktól könnyen megkülönböztethetővé magát a márkát.

A markáns arculat rendkívül átgondolt döntéssorozat eredménye, hosszú távon is fenntartható, továbbá számos, még kiaknázásra váró potenciált rejt, s amellett, hogy a márka identitását erősíti és üzenetét jól artikuláltan közvetíti, az üzleti eredményekben is kimutatható.

Bírálóbizottság értékelése: A hazai kraft sörök egyelőre szűk piacán különleges színfolt a Hedon sörfőzde, amely termékfejlesztésében és márkaeépítésében tudatosan használja a design eszközeit és a designgondolkodást. A vándor sörfőzdek hagyományait követő, 2015 óta Balatonvilágoson működő Hedon bátor és kísérletező főzeteihez tökéletesen illeszkedik a Flying Objects Design Stúdió által tervezett friss, vagány és humoros vizuális identitás, csomagolás és promóciós termékek, amelyek szakítanak a kézművesség pátoaszával, és kortárs nyelven, kreatív módon kommunikálnak a fogyasztóval. A Hedon bizonyítja, hogy a design nem esztétikát vagy „csomagolást”, hanem integrált gondolkodást jelent.



HEDON SÖRFŐZDE



CERTIFICATE OF MERIT

Thanks to the revolution of the brewery industry in the middle of the first decade of the millennium, a number of small breweries appeared in Hungary, providing a different approach to the culture of beer consumption and offering drinks by recapturing old recipes or introducing completely new ones. Hedon Brewery was the first of the Hungarian craft beer brands to recognise the opportunities inherent in design and to introduce a consistent image that could be further developed in the future. Well-reflected by its name, Hedon appears around some visual and verbal elements as a brand full of humour and playfulness that are apparent in every aspect from the beer label and the slogans to the various texts related to this brand. The easy-to-interpret pictograms associated with the logo comprise of a uniform set of symbols, making the brand easily recognisable and very different from those of the competition.

The robust image that can be preserved in the long run and that still has a lot of potential to explore is the result of well-conceived decisions and apart from reinforcing brand identity and conveying a brand message, it has demonstrably contributed to business profits.

www.hedonkezmuvessor.hu



Jury statement: Hedon Brewery, which conscientiously uses the tools of design and design thinking in product development and brand building, is a bright spot in the so-far narrow market of craft beers in Hungary. The brews made by Hedon, a company operating in Balatonvilágos since 2015, follow the brave traditions and experimental approach of wandering breweries, and nicely go together with the Flying Objects Design Studio's fresh, cool and humorous visual identity, packaging and promotional products which have broken with the pathos represented by handicrafts and communicate with customers creatively, in a contemporary language. Hedon is a proof of the fact that design is not only about aesthetics or packaging but an integrated approach.

KORTÁRS ÉPÍTÉSZETI KÖZPONT



Bírálóbizottság értékelése: A Kortárs Építészeti Központ legfőbb célkitűzése a párbeszéd fenntartása az építészetről, a városról és annak kultúrájáról a városlakók és az építészek között. Tevékenységével immár tíz éve a magyar kortárs építészeti, urbanisztika és a tudatos civil társadalom formálása ügyének meghatározó szereplője. A designgondolkodás eszköztársaságára építve igyekeznek a kortárs építészeti és a nemzetközi szcénába bekapcsolni, teret adni az innovatív kezdeményezéseknek. A városhasználat és a rehabilitáció, a fenntarthatóság és az innováció, a közösségformálás területeire koncentrálnak projektjeikben, valamint a szakmai és a nagyközönségnek szervezett programjaikon (időszaki kiállítások, konferenciák, pódiumbeszélgetések és workshopok, valamint építészeti séták, nemzetközi fesztiválok, konferenciák a kortárs építészetről, urbanisztikáról és a műemlékek innovatív hasznosításáról) a szervezet tízéves működése során több mint 400 ezer látogató vett részt. Új, Bartók Béla úti központjukban urbanisztikai kulturális központot, közösségi teret teremtettek.

ELISMERŐ OKLEVÉL

A KÉK az épített környezetről és a hozzá kapcsolódó folyamatokról szóló párbeszéd és aktivitás elősegítésére létrehozott nonprofit szervezet. Kezdeményezői között olyan projektek menedzselése és szervezése szerepel, mint a Lakatlan vagy a Budapest100, de közreműködtek már közösségi kertek létrehozásában is. A szervezet egyik legnagyobb erőssége a fiatalos attitűd és az aktív szerepvállalás, ami nagyban hozzájárul az általuk kezdeményezett fesztelen és előremutató szakmai diskurzushoz. A KÉK fenntartását lehetővé tevő stabil támogatói háttér bővítését, fejlesztését célzó kampány mellett, hogy remekül illeszkedik a szervezet karakteréhez, újszerűen vonja be a potenciális partnereket. A C10, a világ első építész söre – amelynek neve a KÉK tízéves évfordulójára és a beton keménységi fokát mutató mérőszámra utal – egyszerre frappáns designtermék és a közösségi támogatás új formáját jelentő crowdfunding eszköz.

A kampány jól mutatja, hogy az okosan felépített designmanagement-tevékenység kis befektetéssel is komoly figyelemre méltó, számokban is kifejezhető kommunikációs eredményt hozhat. A kezdeményezés más nonprofit szervezetek számára is követendő példa lehet, hiszen a design szakszerű alkalmazása egy szervezet és tevékenysége újradefiniálására is kiváló eszköz.

CERTIFICATE OF MERIT

KÉK is a non-profit organisation that was established with the aim of enhancing dialogue and action about the built environment and the related processes. Their initiatives include management and organisation of projects like “Lakatlan” or “Budapest100”, but they also contributed to the establishment of community gardens. One of the greatest strengths of the organisation is the youthful dynamism and active engagement which largely contribute to the success of their professional discourses. Apart from fitting in very well in the profile of the organisation, the campaign that aims at the expansion and development of the solid circle of sponsors and preservation of the organisation uses novel ways to involve potential partners. C10, the first beer in the world for architects – the name refers to the ten-day anniversary of the foundation of KÉK and to the strength parameter of concrete – is a nice product of design and a crowd funding instrument representing a new form of social support at the same time.

The campaign demonstrates that carefully-built up design management activities can lead to remarkable results and impressive figures of return, even with just a little investment. This initiative could serve as a role model for other non-profit organisations since the professional use of design is an excellent tool to redefine an organisation and its activities.

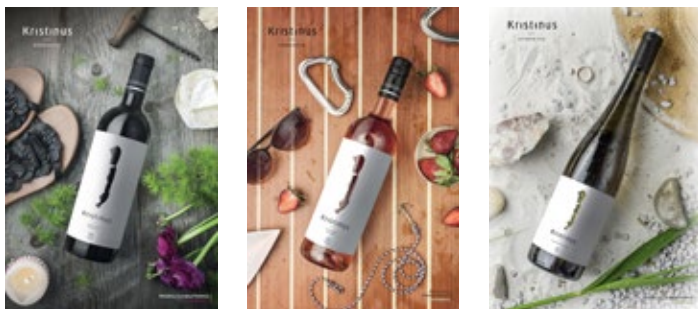


Jury statement: The Contemporary Architecture Centre primarily aims to encourage dialogue about architecture, the city and its culture between city dwellers and architects. It has been spearheading the formation of contemporary architecture, urbanism and civil society in Hungary through its activities in the last ten years. Based on the toolkit of design thinking, the centre attempts to link contemporary architecture to the international space and support innovative initiatives. Their projects, which concentrate on the use, the regeneration and the sustainability of the city, innovation and community formation, and their programs for the profession and the public (temporary exhibitions, conferences, podium talks, workshops, architecture walks, international festivals and conferences about contemporary architecture, urbanism and innovative use of monuments) have received more than 400 thousand visitors in the ten-year operation of the centre. A new centre of urbanism and culture as well as a community space has been established in their new headquarter in Bartók Béla Street.



ELISMERŐ OKLEVÉL

A Balaton déli partján, Kéthelyen található borbirtok teljes körű újrapozicionálást hajtott végre az elmúlt évben. Ma már kifejezetten a hazai piacra koncentrált, s termékei mellett számos borturizmushoz kapcsolódó szolgáltatással egészíti ki alaptevékenységét. A pincészet mellett borhotel, mozi és étterem kínál különleges élményt a látogatóknak. A megújult termékpalettát és a kibővült funkciókat a tulajdonosok arculatváltással és hozzá szorosan kapcsolódó designmanagement-tevékenységgel is hangsúlyozni kívánják. A márka identitása szorosan kötődik a Balatonhoz: a különleges termőhely hangsúlyozásán túl a Balatont mint élményforrást jeleníti meg, és a tó jellegzetes formáját arculati elemként alkalmazza. Az új imázs megtervezése mellett célként fogalmazták meg a brand új piacokon való bevezetését is, és ehhez külső szakértő csapatot vontak be, ezzel is biztosítva, hogy a stratégiai döntések nyomán valóban a kívánt eredményeket éri el.

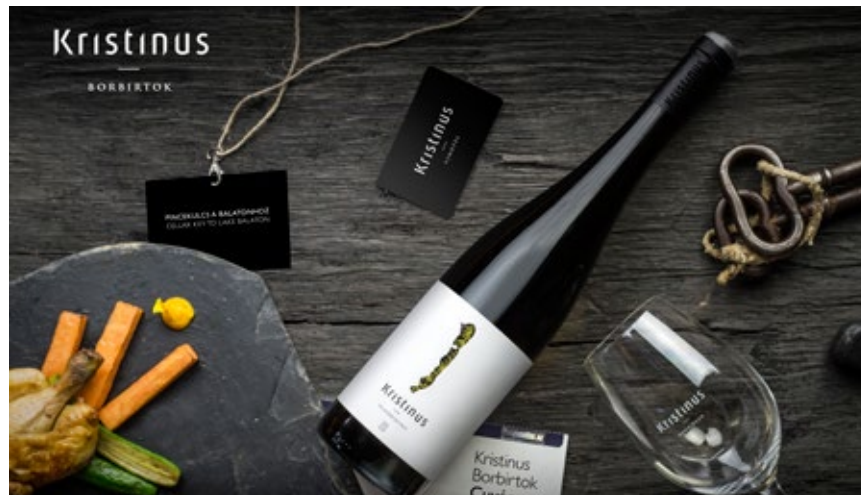


A termékeken látható markáns vizuális jegyek a Kristinus saját felületei mellett az enteriőrökben is megjelennek, sőt a frappáns szlogen és a balatoni élményekre építő szövegek példaértékűen erősítik a márkaidentitást és a márkához való kötődést.

Bírálbizottság értékelése: A Kristinus Borbirtok erős identitású és küldetésű, jól definiált célközönséget megszólító középvállalkozás. A balatoni régió, illetve a kéthelyi szolgáltató központ többdimenziós borélmény-palettát fejleszt és gondoz, eltökélt minőség tudatossággal. A csokornyai ágazat a bortermeléstől a gasztróéletvezetek kínálatán át a kulturális rendezvényekig jól bevésődő és karakteres „ernyőmárkát” igényel, s a bemutatott arculat és védjegycsalád ezt ötletes módon hordozza magában. A „pincekulcs” entitást a felkiáltójeles helyzetű Balaton-kulcslyuk és a beavató tájképrészlet „megleése” kiválóan közvetíti, az ambiciózus piaci önpozicionálást pedig jól támogatják az elegáns szín- és tipográfiaelemek. A bemutatott együttes mértékadó, trendet gazdagító megoldás.



KRISTINUS BORBIRTOK



Jury statement: Kristinus Wine Estate is a medium-sized business with a strong identity and mission statement that appeals to a well-defined target segment. Both the Balaton region and the service centre in Kéthely are developing and cultivating a multi-dimensional wine experience spectrum with a determination for quality. The wide spectrum of services from wine production, through gastro-experiences to cultural events demands



CERTIFICATE OF MERIT

The wine estate in Kéthely, on the southern shore of Lake Balaton has made a full-scale repositioning in recent years. The company is focusing exclusively on the domestic market and it added a number of services related to wine tourism to the basic operation, beside its products. Apart from the cellar, now they have a wine hotel, a cinema and a restaurant to provide special experiences to their visitors. The owners make efforts to emphasise the new product range and the additional services with a change of the image and the relating design management activities. The identity of the brand is closely linked to Lake Balaton: beside the emphasis on the production area, it depicts the Balaton as a source of experiences, using the characteristic shape of the lake as an image element. Besides constructing the new image, they are also planning to launch the brand on new markets with the involvement of a team of external experts, making it sure that the strategic decisions would lead to the desired outputs. Apart from their own surfaces, the strong visual elements on the products also appear in the interiors, the snappy slogan and the scripts that emphasise the experiences at the lake largely contribute to reinforcing brand identity and associations with the brand.



the establishment of a characteristic “umbrella brand” and the presented image and brand family is an excellent example for that. The “cellar key” entity is excellently transmitted by the Balaton key hole, which forms an exclamation mark, and the “stealthily watch” for the landscape while the ambitious market self-positioning is well supported by the elegant colour and typography elements. The presented set is an example of a moderate solution that enriches the current trends.

www.kristinus.hu

Bírálóbizottság értékelése: A kortárs design különlegesen izgalmas területe a világítótetek szegmense, hiszen a technika legújabb vívmányait is reprezentáló darabok szinte kivétel nélkül lényegesen többek egyszerű fényforrásnál: egyedi karakterjegyekkel bírnak, látványosak, sőt esetenként kifejezetten díszletszerűek, és a fény segítségével érzelmek közvetítésére is képesek. Ezen a területen tevékenykedik igen komoly sikerrel a Manooi, amely néhány év alatt nemzetközileg is jegyzett designmárkává vált. A brand rendszeresen jelen van a világ meghatározó szakvásárain, amelyeken komoly konkurencia mellett kell a szakma és a nagyközönség figyelmét magára irányítania. Ehhez pedig nem elég „csupán” okosan tervezett designtárgyakkal megjelenni, de a márka üzenetét komplexen kell – arculati elemekkel, installációs megoldásokkal, kommunikációs eszköztárral – közvetíteni. A Manooi a prémium termékek piacán sikerrel vezette be a klasszikus kristálysillárok kategóriáját újíró innovatív lámpáit, s az új piaci igényeket felismerve, technológiai újításokat alkalmazva egy egészen más piacot megcélzó társbrandet is létrehozott. Az egymástól merőben eltérő karakterre és célcsoportra építő Manooi és az Inarchi Lighting remek példája annak, hogy a designalapú gondolkodás és az átgondolt márkaépítés olyan adaptív rendszer, amely stílustól függetlenül alkalmas maradandó értékek létrehozására.



MANOOI

ELISMERŐ OKLEVÉL

A kizárólag saját tervezésű, egyedi és kisszériás kristálysillárokat gyártó és értékesítő vállalkozás a hazai és nemzetközi világítástechnikai piac figyelemre méltó szereplője. A több évszázados múltra visszatekintő klasszikus lámpatípust hagyományos manufaktúrális metódusokkal készítik, az inspirációt maga a kristály jelenti, ám kollekcióikban kizárólag innovatív, kreatív módon újragondolt modellek találhatók. A Manooit a folyamatos kísérletezés és technikai újítások jellemzik, s a művészi gondossággal megalkotott széria és az egyedi igények figyelembevételével készülő „fényobjektjeik” a legmagasabb minőségi elvárásoknak is megfelelnek. Inarchi Lighting néven működtetnek egy építészeti megközelítéssel dolgozó, redukált formavilágú funkcionális, a legújabb fénytechnikai fejlesztéseket használó társbrandet is, amelynek egyik terméke 2016-ban elnyerte a rangos Red Dot Design Awardot is.

A cég működésében a vállalati szinten megalkotott designstratégia alapvető fontosságú, hiszen annak egyik alappillére az innováció, s a designfókuszú tervezéshez átgondolt szervezeti felépítés és hatékony designmanagement-tevékenység is társul.



CERTIFICATE OF MERIT

This company producing and selling exclusively unique small-batch crystal chandeliers of their own design is a remarkable player on both the domestic and the international lighting market. The classical lamp type that dates back several centuries is produced with traditional manufacturing methods where the crystal itself provides the inspiration but the collections only include innovative models that have been re-conceived in a creative way. Manooi experiments continuously and introduces a long series of technical innovations, and their light objects, which are artistically designed for customised demands, meet the highest quality expectations. The associated brand Inarchi Lighting, which has adopted the architectural approach to produce functional items in reduced shapes, won the prestigious Red Dot Design Award for one of their products in 2016.

Design strategy established on corporate level is an essential element in the company operation as it relies on innovation as a primer pillar while design-focused planning is also accompanied by a well-conceived organisational structure and efficient design management operations.

www.manooi.com

Jury statement: The segment of luminaires is a very exciting field within contemporary design since the pieces that represent the latest technological advances are more than a simple source of light: they have unique characteristics, they are spectacular and they sometimes resemble internal decorations and definitely transmit emotions through light. Manooi, which became an internationally known design brand in only a few years, operates in this field. This brand is regularly present at the most important trade fairs where participants fighting for the attention of the profession and the public face fierce competition. It is not enough here to show carefully designed objects but they also need to convey the message of the brand in a complex way with the right image elements, installation solutions and communication tools. Manooi successfully launched its innovative lamps that re-defined the category of classical crystal chandeliers in the market of premium products, and they also established a new related brand for another market segment by recognising new trends of market demand and applying up-to-date technological solutions. The two companies, Manooi and Inarchi Lighting, which appeal to very different target segments, are excellent examples of design-driven thinking and well-conceived brand building being adaptive systems that are capable of creating enduring values.

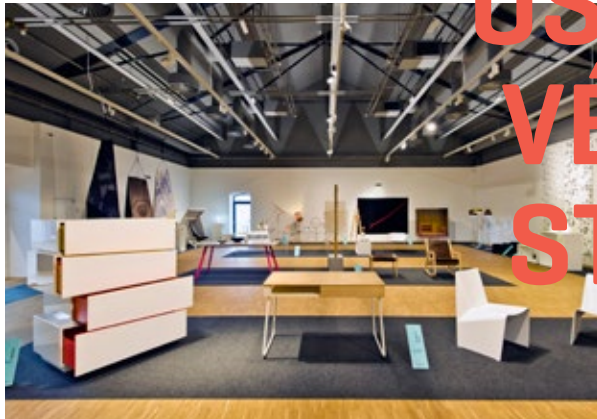


ELISMERŐ OKLEVÉL

A stúdió 1994 óta a textil- és belsőépítészeti tervezés mellett a hazai designszakma életének aktív formálójá. Az eltelt években az alapító Szigeti Szilvia és Radnóti Tamás az Eventuell Galéria működtetésén túl csaknem 200 kisebb és 30 nagyobb szakmai kiállítást és programsorozatot szervezett, melyek során közel 5000 tervező számára teremtettek bemutatkozási lehetőséget. Elkötelezettségüknek köszönhetően többek között olyan rendezvények valósultak meg, mint a jó néhány éven át futó, textil és divattervezőkre fókuszáló Textivál vagy a fiatal bútortervezőket felvonultató ButoroSOKK. 2005 óta a duó évente szervezi meg a hazai designerek újdonságaiából válogató madeinhungary tárlatot, amelyhez idén negyedik alkalommal kapcsolódott a régiós tervezők munkáit megismertető MeeD (Meeting of European and Central Eastern European Designers), valamint első alkalommal került sor a Határtalan Design Díjak átadására.

A madeinhungary+MeeD, a dinamikusan fejlődő kiállítás és programsor egyedülálló független szakmai összefogás eredménye, amely mára a régió egyik fontos design mustrajává vált. A szervezők tevékenységének fundamentuma a design, a terület újdonságait, értékeit a szakma és a nagyközönség számára egyaránt vonzó, színvonalas, ugyanakkor jól kommunikálható módon teszik elérhetővé.

www.madeinhungary-meed.hu



UNIKÁT ÖSSZMŰ- VÉSZETI STÚDIÓ

Bírálbizottság értékelése: Az Unikát Összművészeti Bt. fontos és jelentős szerepet vállalt abban, hogy az igényes koncepcióval és értékes designnal készült alkotások jelentős számú vásárlóhoz és az értékek iránt nyitott közönséghez eljussanak. Ez a fajta közvetítő szerep mind az alkotók, mind a vásárlók számára hozzáadott értéket teremt, segítve a designtudatosság kialakulását és fejlődését, valamint a menedzsment szempontból lényeges piacteremtést. Több, mint húszéves működésük során több ezer művész számára nyújtottak bemutatkozási és értékesítési lehetőséget és több tízezer látogató és vásárló számára a találkozás lehetőségét, magyar és nemzetközi piacon egyaránt.

Jury statement: Unikát Lp played an important role in providing products with a remarkable concept and a valuable design to a great many customers and the public that are open to values. This type of mediator role produces value added to both the designers and the customers, contributing to the establishment and development of design consciousness and the creation of markets that is important from the aspect of management. During its operation of more than 20 years, the company has provided opportunities of publicity and sales to several thousands of artists and the opportunity of participating in such events to several thousands of visitors and customers on the Hungarian and international market alike.



CERTIFICATE OF MERIT

This studio has been an active participant in the field of textile and interior design, and the design profession in Hungary since 1994. Beside the operation of Eventuell Galéria, the founders, Szilvia Szigeti and Tamás Radnóti organised almost 200 minor and 30 major exhibitions and series of programs, where they provided the opportunity to present themselves to about 5,000 designers. Thanks to their commitment, a lot of prestigious programs such as Textivál, which focused on textile and fashion designers for many years or ButoroSOKK, which involved young furniture designers, were organised. Szigeti and Radnóti have been organising the exhibition "madeinhungary" of a selection of the Hungarian designers' work since 2005. For the fourth time this year, MeeD (Meeting of European and Central Eastern European Designers) also joined this program and the ceremony of the Awards Design Without Borders took place for the first time.

madeinhungary+MeeD, a dynamically expanding exhibition and series of programs is a result of an unprecedented alliance of this trade in Hungary and this program became one of the leading events related to design in the region. Design is the basis of the organisers' activities while the novelties and values are communicated in an attractive way to the profession and the public alike.



ELISMERŐ OKLEVÉL

A Zsolnay Kulturális Negyed a magyar iparművészet egyik legkiemelkedőbb műhelyének területén működik, s a manufaktúra építészeti értékei és gazdag tárgyi hagyatékának bemutatása mellett számos kulturális programot szervez és fogad be, sőt több designorientált tevékenységet folytató kreatívipari vállalkozásnak is otthont ad. Szoros szimbiózisban működik a Zsolnay Porcelánmanufaktúrával, valamint a pécsi Tudományegyetem Művészeti Karával is. A negyed komoly turisztikai vonzerejéhez mérten a designmanagement-tevékenység fókuszában a hatékony marketing és kommunikációs aktivitások támogatása áll. Ennek gerincét a társaság önálló designrészlegében kialakított arculat jelenti, a saját online és offline felületek mellett meghatározza a negyedben rendezett kiállítások karakterét, felismerhetővé teszik a márkát, amely az elődök legmagasabb minőségre irányuló törekvését, szemléletét viszi tovább napjainkban is.

Bírálóbizottság értékelése: A 2014-ben hungarikummá nyilvánított Zsolnay Kulturális Negyed a magyar iparművészet egyik legkiemelkedőbb műhelye, a Zsolnay-gyár termelésben már nem használt épületeinek és parkjainak revitalizációjával jött létre. A létesítmény minden szegletében az ipari formatervezés egy-egy mai napig érvényes produktumával találkozunk, kiállításain pedig a magyar design legsikeresebb alkotóinak és a világhiállítások sztárművészeinek munkáit tekinthetjük meg.

A negyedben kezdte meg működését a híres pécsi kesztyűmárka, a Hammerli megújítását tervező kesztyűmanufaktúra. A Zsolnay Kulturális Negyed menedzsertevékenysége a Középkori Egyetem, a Művészetek és Irodalom Háza és a Pécsi Galéria programjainak folyamatosságával számos kulturális és művészeti szakterületet integrál.

Része Pécs zenei életének legreprezentánsabb épülete, a Kodály Központ is. A ház akár három eseményt is képes egyszerre kiszolgálni: a rezidens zenekar használhatja saját termét, a vendégek együttes a nagytermet, a konferenciatermekben pedig közben kisebb üzleti rendezvény folyhat. Az épület nagytermének akusztikai kialakítása egyedülálló.

www.zsokkft.hu



ZSOLNAY KULTURÁLIS NEGYED



CERTIFICATE OF MERIT

Zsolnay Cultural Quarter operates in the area of one of the most prestigious workshops of Hungarian handicrafts. Apart from the introduction of the architectural values and the rich collection of traditional objects, it organises and hosts a number of cultural events and it is the home of several businesses with design-oriented activities in the creative industries. It has close ties to Zsolnay Porcelain Manufacture and the Faculty of Arts of the University of Pécs. In line with the high level of tourist attraction to the quarter, the design management activities of the company aims to focus on providing support to effective marketing and communication activities. This is very much supported by the image of the independent design division of the company, the elements of which determine the characters of the exhibitions hosted in the quarter besides their own online and offline surfaces. They also make the brand which continues predecessors' work and approach by striving for high quality easily recognisable appearances at external venues.

Jury statement: Zsolnay Cultural Quarter, which was recognised as a Hungaricum in 2014, is one of the most prominent workshops of Hungarian handicrafts. It was established through the -revitalisation of the unused buildings and parks of the Zsolnay factory. We will see a special product of industrial design at every corner of the facilities and the works of the most successful Hungarian designers and star artists of the various world fairs in the exhibition hall. This is the quarter where the famous gloves factory of Pécs that re-designed Hammerli started its operation. The management activities of Zsolnay Cultural Quarter integrate a number of cultural and artistic fields through the continuous programs of the Medieval University, the House of Art and Literature and the Gallery of Pécs. Kodály Centre, which is the most representative building of music in Pécs, is also hosted in the quarter. The house can simultaneously serve three purposes: it provides a room for the resident orchestra, a gala room for the guests and conference rooms for business meetings. The gala room of the building has unique acoustics.



2009

Műcsarnok Nonprofit Kft. – díjazott
Tungsram-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
Apátság 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

2009

Műcsarnok Nonprofit Ltd – award winner
Tungsram-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

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
 FAX: +36 1 474 5571
 E-MAIL: barbara.majcher@hipo.gov.hu

HONLAP: www.mft.org.hu

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

FELELŐS KIADÓ: Farkas Szabolcs 2016
 FORDÍTÓ: Rédei Csaba
 LEKTOR: Adrian Hart
 SZERKESZTŐ: MFTI
 GRAFIKAI TERV: Graphasel Design Studio
 NYOMDAI KIVITELEZÉS:
 Elektroproduct Nyomdaipari Kft.

A FOTÓKAT KÉSZÍTETTÉK:

Rózsavölgyi Csokoládé Kft. – Kaunitz Tamás, Rózsavölgyi Csokoládé

Solinfo Lighting & Home

Autistic Art Kft.

fotók: Adonyi Gábor, Bogár Máté, Young and Rubicam
 grafika: Bihari László

Hedon Sörfőzde Kft.

fotó: Huszár Judit
 art direction/grafika: Patkós Luca

Kortárs Építészeti Központ – Danyi Balázs, Jaksa Bálint, Mészáros Annarózsa, Schoff Gergely

Kristinus Borbirtok Kft.

hotel és mozi fotók: Bodis Krisztián
 bor image és étel fotók: Szendeff Lőrinc

Manooi Kft. – Bakonyi Bence, Magyarósi Hunor, Nicolas Delafraye

Unikát Összművészeti Stúdió Bt. – Imre Barnabás, Juhász G. Tamás

Zsolnai Örökségkezelő Nonprofit Kft. – Kodály Központ – Cseri László

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
 FAX: +36 1 474 5571
 E-MAIL: barbara.majcher@hipo.gov.hu

WEBSITE: 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: Szabolcs Farkas 2016
 TRANSLATOR: Csaba Rédei
 PROOFREADER: Adrian Hart
 EDITED BY: MFTI
 GRAPHIC DESIGN: Graphasel Design Studio
 PRINTING:
 Elektroproduct Nyomdaipari Ltd

PHOTOGRAPHS:

Rózsavölgyi Csokoládé Ltd – Tamás Kaunitz, Rózsavölgyi Csokoládé

Solinfo Lighting & Home

Autistic Art Ltd

photos: Gábor Adonyi, Máté Bogár, Young and Rubicam
 graphics: László Bihari

Hedon Brewery Ltd

photos: Judit Huszár
 art direction/ graphics: Luca Patkós

KÉK – Contemporary Architecture Centre – Balázs Danyi, Bálint Jaksa, Annarózsa Mészáros, Gergely Schoff

Kristinus Wine Estate Ltd

hotel and cinema photos: Krisztián Bodis
 wine and food photos: Lőrinc Szendeff

Manooi Ltd – Bence Bakonyi, Hunor Magyarósi, Nicolas Delafraye

Unikát Lp – Barnabás Imre, Tamás G. Juhász

Zsolnay Heritage Managing Nonprofit Ltd – Kodály Centre – László Cseri

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



Iparművészeti Múzeum

MAGYAR
FORMATERVEZÉSI
TANÁCS





DESIGN
MANAGEMENT
DÍJ 2016
Design Management
Award 2016