



Design  
Management  
Díj 2010

A Design Management Díjat 2009 tavaszán alapította a Magyar Formatervezési Tanács. Az elismerést olyan intézmény vagy vállalat nyerheti el, amely képes arra, hogy az esztétikai és formai szempontból kifogástalan teljesítmény mellett a designt szervesen integrálja működésébe.

In 2009 the Hungarian Design Council established the Design Management Award, which can be presented to institutions and organisations that successfully integrate design in their business, while demonstrating a performance that meets the highest standards in terms of aesthetics and form.

A jó design nem esetleges teljesítménytől függ, hanem előre tervezett vezetési eszköz, amely segíti a szervezet identitásának felépítésében, versenyképességének erősítésében. A Design Management Díj célja, hogy bemutassa, hogyan segíti a design szakszerű menedzselése a szervezet célkitűzéseinek megvalósítását.

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

Az elismerést bármilyen termelő, szolgáltatásokat nyújtó szervezet elnyerheti, amely az elmúlt öt évben végzett tevékenysége során a design alkalmazásának és menedzselésének terén példamutató eredményt ért el.

A Díj odaítéléséről a beküldött dokumentáció alapján Bírálbizottság dönt, amely négy pontból álló szakmai kritériumrendszer alapján vizsgálja a beérkezett anyagokat.

Ezek közé tartozik a design integrációja – annak beépülése a szervezet tevékenységébe, az innováció szerepe – a szervezeten belüli pozitív változások, amelyekben kiemelkedő szerepet kapott a design, és a design alkalmazásának foka – a szervezeti feltételek, a bevont erőforrások mértéke és a design használatát segítő folyamatok. Végül pedig hangsúlyos a design hatékonyságának értékelése is, ami az elért pozitív változásokat, eredményeket, illetve azok milyen-ségének vizsgálatát jelenti.



Thus, good design is not only manifested in occasional performance but as part of management strategy facilitating the construction of corporate identity and competitiveness. The Design Management Award is aimed at demonstrating the important role of professional design management in the implementation of realising objectives.

Eligible applicants for the Design Management Award are legal entities as well as business organisations, companies, organisations and institutions without legal personality with a registered seat in Hungary.

The award can be presented to any production or service provision organisation that demonstrated outstanding achievement in design application and management over the past five years.

A jury will evaluate the submitted documentation based on a system of four professional criteria, including design integration.

Evaluation criteria: In its evaluation the jury will especially consider the following criteria, **Design integration** – The application and integration of design within the whole organisation. **Initiating change through design** – Key changes within the organisation and in the products/services offered, in which design was given a prominent role. **Design application** – Organisational resources and processes facilitating the application of design. **Effectiveness of design** – Achievements of the application of design.

#### A 2010-es Bírálbizottság Members of the Jury

##### Prof. emer. Stefan Lengyel

formatervező művész, egyetemi tanár, Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, a Bírálbizottság elnöke  
designer, Professor, Moholy-Nagy University of Art and Design, President of the jury

##### Dr. Bauer András

tanszékvezető egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástudományi Kar  
Head of Marketing Department, Corvinus University of Budapest, Deputy President of the jury

##### Dr. Pataki Pál

vezérigazgató, INNOVATEX Zrt., a Textilipari Műszaki és Tudományos Egyesület elnöke  
General Manager, CEO INNOVATEX Co., President of the Hungarian Society of Textile Technology and Science

##### Takács János

vezérigazgató, Electrolux Lehel Kft., MFT tagja  
General Manager, Electrolux Lehel Ltd., member of HDC

##### Zsótér László

Ferenczy Noémi-díjas grafikusművész, rektorhelyettes, Moholy-Nagy Művészeti Egyetem  
Ferenczy Noémi-award holder graphic artist, Deputy Rector, Moholy-Nagy University of Art and Design

#### A bírálbizottság értékelése

A Wamsler SE Háztartástechnikai Európai Rt. a designt a vállalati növekedés forrásának tekinti, s tudatosan menedzseli azt az újabb fogyasztói csoportok megnyerése és a nekik szánt termékek tervezése során. Célja annak bemutatása, hogy termékeik modernségben, teljesítményben, minőségben és fenntarthatóságban versenytársai lehetnek más fűtési megoldásoknak, amit a design nemcsak a használati élmény, hanem a külső megjelenés révén is közvetít.

A Bírálbizottság a vállalat tevékenységével kapcsolatban említésre méltónak találta azt a tény, hogy egy korábban viszonylag alacsonyban pozícionált márkát technikai és technológiai újítások és az ezekhez szervesen illeszkedő formatervezés révén képes mári a nemzetközi piacon is igényes vevőkörnek értékesíteni. A zsűri a vállalat tevékenységét példaszerűnek ítélte a fizikai termékek piacán, és továbbra is várja a hasonló pályázatokat, valamint azokat a szervezeti megoldásokat is, amelyekkel a kiemelkedő designt megtestesítő alkotók termékeiket a meglévő és újabb vevőikhez el tudják juttatni.

#### Jury statement

Wamsler SE European Household Technologies Co. regards design as a drive of corporate growth, integrating it into its policy to win over new consumer groups and design products for these groups. The company set themselves the objective of developing heating solutions with a competitive edge in regard to modernity, performance, quality and sustainability expressed through design that enhances both user experience and the appearance of their products.

The jury highlighted the fact that through technical and technological innovation and closely matched design solutions the company was able to develop an initially relatively low-end brand into one satisfying the high quality needs of customers even on an international market. The jury evaluated the company's activity as being a model example on the market of physical products. It welcomes Wamsler SE's participation in future competitions and awaits their organisational solutions that enable products representing outstanding design to reach their present and potential future customers.



A Design Management Díjról az érdeklődők további tájékoztatást kaphatnak a Magyar Formatervezési Tanács irodájánál. If you would like to obtain further information on the Design Management Award, please, contact the Bureau of the Hungarian Design Council. Cím Address H-1054 Budapest, Zoltán utca 6. Postacím Postal address H-1374 Budapest, Pf. 552 Telefon Phone +36 1 474 5859 Fax Fax +36 1 74 5571 E-mail E-mail barbara.majcher@hpo.hu A kiadvány a Magyar Szabadalmi Hivatal megbízásából a Magyar Formatervezési Tanács gondozásában készült. The publication was issued on behalf of the Hungarian Patent Office by the Bureau of the Hungarian Design Council. Felelős kiadó Responsible publisher dr. BEENDZSEL Miklós, 2010 Az ismereteket Iria Product information texts MÉLYI József, dr. BAUER András Fordító Translator Adrian HART Szerkesztő Edited by MAJCHER Barbara Terv Design Brand Avenue Nyomdal kivitelezés Printing Present A fotókat készítette Photographs CSEPREGI Zoltán, Guido PRETZL, Wamsler archtuum

**Első hallásra** maga a gazdasági tény a meglepő: a magyar piacvezető egyesül az ágazat egyik legpatinásabb német cégével, majd a fúziót követően a magyar vállalat lesz az irányító. Vonatkozhatna a kijelentés szinte bármely területre, az ilyen hangsúlyeltolódásoktól elszokott hazai közönség felkapja rá a fejét. Ráadásul, ha kiderül, hogy az egyesülés olyan területen zajlott le, amelyen fontos szerepet kap a technika, ezen belül is a hagyományos és korszerű technológia összhangja, akkor a fenti tény még meglepőbbnek tűnik – valahogy így néztek ki legszebb reményeink a rendszerváltás idején.

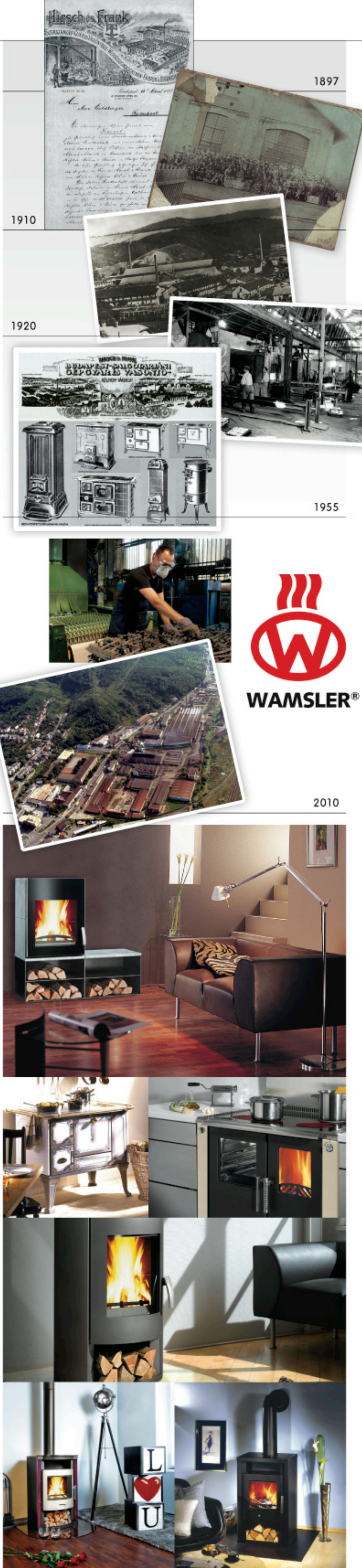
**A Salgótarjáni Vasöntöde és Tűzhelygyár** még abban az időben kezdte meg a kályha- és tűzhelyöntvények gyártását, amikor a Monarchia területén alapított cégek természetes és egyenrangú versenytársai vagy partnerei lehettek Közép- és Nyugat-Európa legjobb hírű vállalatainak. Az 1894-ben alapított cég aztán csaknem száz éven át a kelet-európai iparvállalatok kalandos életét élte, de élenjáró pozícióját a háztartási sütő-, főző-, fűtő készülékek piacán szinte mindvégig megőrizte; erről olyan ma is közismert nevek tanúskodnak, mint a réges-régi Perpetum kályha, a Salgó vagy a Karancs tűzhely. A fent említett fúzióra a kilencvenes évek elején került sor: 1992-ben egyesült a Salgótarjáni Vasöntöde és Tűzhelygyár, valamint a 130 éves, müncheni székhelyű Wamsler GmbH, a német cég felvásárlására pedig 2001-ben került sor. Az egyesülés óta használt Wamsler néven tehát ma németországi és magyarországi céggel működik Közép-Európa legnagyobb, száz százalékosan magyar magántulajdonban lévő tűzhely- és kandallógyára, amely a hazai eladás mellett elsősorban a német, osztrák, skandináv, szlovák és román piacra koncentrált.

**Ha a felsorolt gazdasági tények első hallásra meglepőek**, akkor ezt a meglepetést csak tetézi, hogy az ideai Design Management Díjat egy tűzhelygyártó cég nyerte el. Hiszen első látásra a kályhák, kandallók, tűzhelyek, tűzhelykazánok – *horribile dictu* – egyformának tűnnek: a méretek nagyrészt adottak, a technikai adottságokból kifolyólag pedig a forma tekintetében szintén nem áll rendelkezésre túl sok variációs lehetőség. A mai design azonban – amely jóval több, mint szűk értelemben vett formatervezés – talán éppen ezekben a kihívásokban érzi a legjobban magát. Hiszen egy ilyen egyhangú területen minden apró változtatásnak, minden egyes megkülönböztető vagy épp egységesítő jelnek fontos szerepe lehet. A pusztán gazdasági érdeken túl valószínűleg ez a szempont is fontos szerepet játszott abban, hogy a Wamsler SE a tavalyi év folyamán a Moholy-Nagy Művészeti Egyetemmel együttműködve design pályázatot írt ki új termékcsalád kifejlesztésére, illetve egyfajta Wamsler-jellegzetesség megteremtésére. A pályázat a már meglévő Béta és Kamino termékcsaládok tűztereire tervezett készülékek kialakítására vonatkozott, amely egyben tartalmazza a Wamsler SE jövőbeni termékeire javasolt egyedi, sajátos formai jegyeket. A pályázat lezajlott, de a design-együttműködés, a valódi design-menedzsment-feladat ezzel párhuzamosan, illetve csak ezek után kezdődött: a nyertes munkákból a 2011-es frankfurti vásáron már működő, a cégre jellemző formavilágot felmutató, gyártható és eladható prototípusokat kell készíteni. A fiatal designerek munkáját ennek érdekében össze kellett hangolni a technikát, az anyagokat és a tűzhelyek, kandallók piacát ismerő mérnökök és marketing szakemberek tudásával. Jelen pillanatban a folyamatokból itélve úgy tűnik, hogy a Wamsler SE pályázata elkerüli a nagyobb cégek és a felsőoktatási intézmények közös pályázatainak gyakori sorsát, és az együttműködésből nem csak egy új, piacképes termék születik, de a cég arculata is megújulhat.

**Mindez természetesen** nem csupán a formatervezői együttműködésen múlik, hiszen ha nincs a tervek mögött jól kigondolt piaci stratégia, és a design-gondolkodás nem hatja át a cég teljes működését, akkor a legjobb formai ötletek is csak pusztán díszítményekké válhatnak. A Wamsler esetében úgy tűnik, ez a gondolkodás a cég működésének valamennyi területére elér. Létezik egyértelmű piaci cél, amely minden design-menedzsment döntés mögött ott áll: a jelenlegi alsó- és középkategóriás jelenlétet a Wamsler a felsőbb kategória felé próbálja mozdítani, olyan termékekkel, amelyekkel a szakkereskedői hálózatban is erős pozíciókra tehetnek szert. A piaci cél mellett létezik a terület jövőjével kapcsolatos vízió: a cég új design-stratégiáján keresztül is tudatosítani kívánja a magyar piacon a kandalló előnyeit és ezzel összefüggésben a környezet-tudatosság fontosságát. Az új design-elemek mögött a háttérben pedig ott húzódik a vállalat évek óta következetesen folytatott innovációs stratégiája. Ez általában évi nyolc-tíz új termék megjelenését jelenti a piacon, amelyek között az elmúlt időszakban olyan fejlesztések játszottak fontos szerepet, mint a radiátorra köthető, vízteres készülékek vagy a pellet kandallók hangsúlyosabb megjelenése.

**Csak ebben a kontextusban**, a célok, víziók és a határozottan kijelölt és képviselt értékek viszonyrendszerében kerülhet sor az arculat alakítására. A Wamsler ezt a munkát is egy komplex stratégia részének tekinti. Ehhez az elképzeléshez illeszkedik a cég következetesen használt jelmondata: „A tűz inspirálta – a Wamsler megalkotta.” Ennek jegyében alakították ki a cég budapesti bemutatótermét, teret adva a magas színvonalú belsőépítészeti gondolkodásnak. E stratégia része volt a bemutatóterem megnyitására szervezett divatműsor, amelyet szintén kreatív ötletek és a professzionális megvalósítás jellemeztek.

**Az egymással szorosan összefüggő** stratégiai elemekből, az egymásra épülő design-gondolatokból kiindulva korántsem meglepő, hogy a 2010-es Design Management Díjat a Wamsler SE Rt. kapja. Egy kevésbé design-os területen ugyanis képes volt arra, hogy a design-t a megújulás hajtóerejének tekintse, hogy a design különböző megnyilvánulási formáit összefüggéseiben lássa és kezelje, valamint képes volt kreatív, és piaci értelemben is hasznosuló együttműködésekre a design szakma különböző rétegeivel és képviselőivel. Ez a gondolkodásmód pedig valószínűleg nem más, mint maga a design menedzsment.



**The merger of a Hungarian market leader** with one of the oldest German companies and the subsequent takeover by the Hungarian company comes as a surprise to any Hungarian. Such news would astound us, unaccustomed as we are to such out-of-the-ordinary declarations, if applied to virtually any area of the economy, but since in the present case it took place in an industry where technology – and within that the harmonisation of traditional and modern technology – plays a key role, it is all the more reason for incredulity. It would mean that our greatest hopes at the time of the change in the system have literally come true.

**The Salgótarjáni Vasöntöde és Tűzhelygyár** (Salgótarján Ironworks and Stove Factory) began manufacturing iron cast stoves and fireplaces at a time when it was natural for enterprises established in the Monarchy to be competitors or partners of equal rank with the most successful Central and Western European businesses. The nearly 100-year-old history of the company founded in 1894 experienced the usual ups and downs of Central European industrial concerns, characterised by upswings, recessions, nationalisation, changes of name and privatisation, but it managed to retain its leading position on the household ovens, stoves and fireplaces market virtually throughout. This success story is still preserved by such brand names as the bygone Perpetum fireplace or the Salgó and Karancs stoves of the recent or half-recent past. The above-mentioned merger was realised in the early 1990s: the Salgótarján Ironworks and Stove Factory merged with the 130-year-old, Munich-based Wamsler GmbH in 1992, and the German company was taken over in 2001. Thus, since the merger Wamsler has been operating as Central Europe's biggest stove and fireplace manufacturer under 100% Hungarian private ownership with a German and a Hungarian company. Besides domestic sales, the company's main markets are in Germany, Austria, Scandinavia and Romania.

**At first glance** the stoves, fireplaces, ovens and central heating cookers – *horribile dictu* – all look alike: the dimensions are mostly standard and, due to the technical parameters, there is not a wide range of designs either. However, design in its contemporary meaning – which goes well beyond the narrow definition of form – can strive exactly in such challenges, since in a "bland" area like this one the smallest distinctive or unifying element can play a vital role. Besides the expected economic benefit, it was probably an important consideration when, in conjunction with a Hungarian university of design, Wamsler SE announced a competition for the development of a new product line and the design of a "Wamsler signature". The competition was launched to design appliances with the fire-boxes of the already existing Beta and Kamino product lines that "demonstrate the unique and distinctive features of form proposed for Wamsler SE's future products". The competition is now over but design co-operation and the actual design management task ensued in parallel with and after this point: for the Frankfurt Trade Fair in 2011 the company has to manufacture functioning, manufacturable and marketable prototypes bearing the formal marks of the Wamsler design. To this effect, the work of the young designers had to be harmonised with that of the engineers and marketing professionals well-versed in technology, materials and the fireplace and stove market. Having seen the processes so far, a new and competitive product is likely to emerge out of this co-operation and in addition the company's image might also be revamped.

**Of course the co-operation** of designers is not sufficient to meet this challenge, since without a well-developed market strategy and a design approach infusing the entire business the best design ideas will remain mere ornaments. It seems that Wamsler managed to adopt this new way of thinking to all areas of its operation. They have a clearly defined market objective that determines all the design management decisions: the current low- and middle- end position of Wamsler is planned to be moved towards the high-end through supplying products with a potentially strong position in the stockist network. Besides the market objectives the company has a vision of its future: through its new design strategy Wamsler wishes to promote the advantages of fireplaces on the Hungarian market, and, in relation to this, the importance of environmental consciousness. Moreover, the new design elements are backed up by the company's consistently applied innovation strategy of many years, resulting in an average of eight to ten new products launched every year.

**Wamsler's image** can only be realised if there are clearly defined objectives, visions and values the company is committed to. This work is seen by Wamsler as part of a complex strategy which is also expressed by its consistently used slogan: "Inspired by fire – created by Wamsler". This way of thinking is reflected in the company's showroom in Budapest which integrated high-standard interior design. As part of this strategy a creative and professionally staged fashion show was put on for the opening of the showroom.

**It is no surprise**, therefore, that the Design Management Award in 2010 was won by Wamsler SE Co. thanks to their coherent strategy and clearly structured system of design ideas. A special achievement of Wamsler is that in an area where design does not traditionally play a main role, it managed to turn design into a driver of renewal and realised the value and relationship of the independent manifestations of design. Furthermore, and perhaps most importantly, it successfully implemented a creative and productive co-operation with the various players of the design profession. This way of thinking is perhaps what is meant by design management.