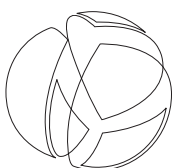
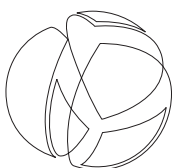
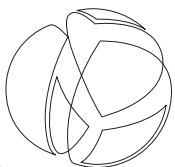




Design
Management
Drij 2013



2009 2010 2011 2012 2013

Design M

DESIGN MANAGEMENT DÍJ TUDATOS DESIGN-STRATÉGIÁK

Egy ötödik alkalommal átadott díjnak már múltja van. Végig lehet tekinteni a korábbi díjazottakon, mennyiben hatott munkájukra az elismerés az elmúlt években, és ennyi idő elteltével már vizsgálni lehet, hogyan befolyásolta a díj az általa értékelt terület egészének fejlődését. A Design Management Díjat 2009-ben alapította a Magyar Formatervezési Tanács, azóta honorálja olyan termelő, szolgáltatásokat nyújtó vállalatok, intézmények tevékenységét, amelyek szervesen építik be működésükbe a designt. Az alapító szakmai szervezet számára nyilvánvaló volt, hogy Magyarországon kulcskérdés a design gyakorlati alkalmazása, gazdasági hasznosítása. A díj ezt a gondolatot szélesebb közönség előtt tette ismertté. Nemcsak a díjazottakat és a jelölteket erősítette meg munkájuk addigi értékeiben, de sokak számára igazolta, hogy a design nem csupán megszépített „öltözék”, hanem sokkal inkább szemlélet- és gondolkodásmód. Azzal, hogy láthatóvá tette a design management fogalmát és lényegét, társadalmi figyelmet generált, rámutatott a design hasznosíthatóságának különösen eredményes útjaira, és új vállalatvezetési stratégiák lehetőségét mutatta fel a döntéshozóknak. Az elmúlt évek igazolták, hogy a design management a gazdaság minden területén fontos eszköz lehet: a díjazottak között ugyanúgy akadtak kis- és középvállalatok, mint nonprofit intézmények, kifejezetten designnal foglalkozó vagy kereskedelmi profillal rendelkező cégek. Az ötödik évben a jelölők növekvő száma mellett immár kiegyenlítetté vált a budapesti és vidéki jelölt cégek aránya is. Bármennyire sokszínűek is, valamennyi eddigi díjazottban és jelöltben közös a design révén elért siker. Tartós eredményességük garancia arra, hogy a díjnak nemcsak múltja, de jövője is van.



2009 2010 2011 2012 **2013**

THE DESIGN MANAGEMENT AWARD CONSISTENTLY APPLIED DESIGN STRATEGIES

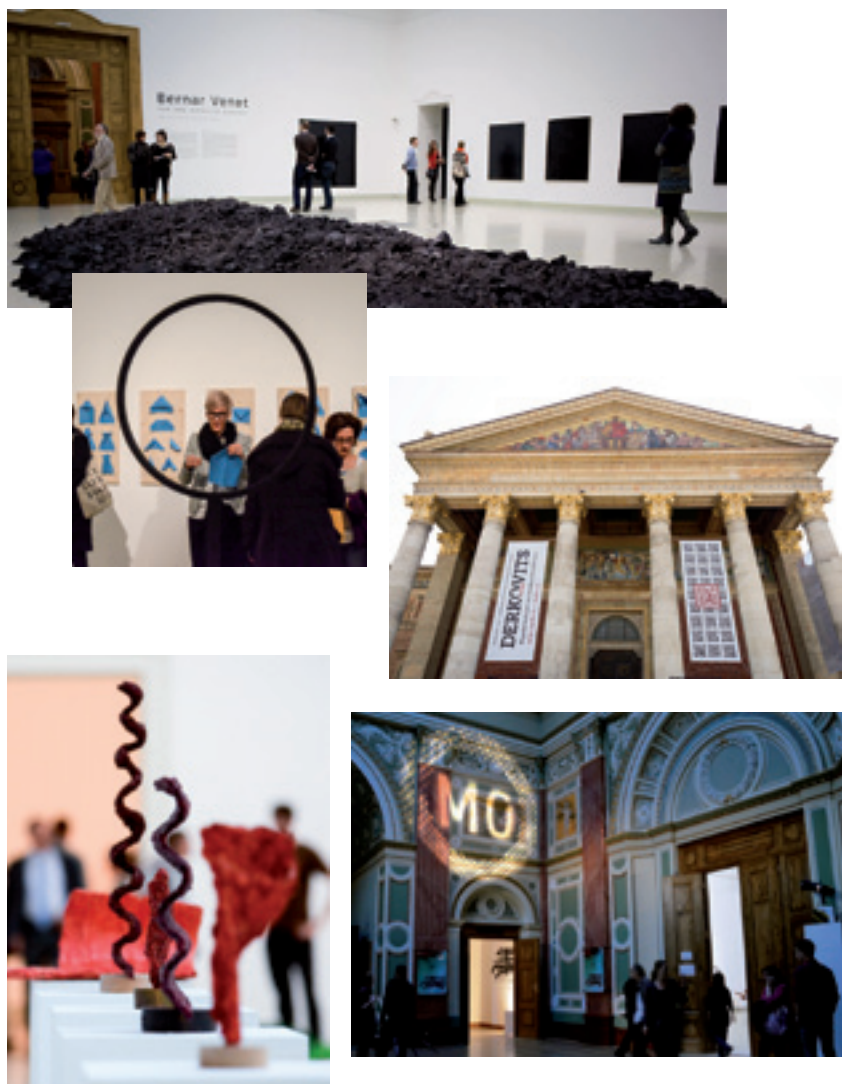
An award that has been presented for the fifth time can be said to have a history. We can look back at previous award-winners and see the impact this recognition has had on their work in recent years; furthermore, with the passing of so much time it is possible to examine how the prize has influenced the overall development of the area in which it was received. The Hungarian Design Council established the Design Management Award in 2009 and has since then honoured the activities of production and service provision companies and institutions that integrate design into their operations. It was quite obvious for the founding professional organisation that the practical application and economic utilization of design is crucially important in Hungary. The award promotes this idea by bringing it before a wider public. It has not only confirmed the belief of award-winners in the value of what they do, but for many of them it has reinforced the idea that design is not merely a prettified “guise” but far more a way of seeing and thinking. By making visible the concept and essence of design management, the award focused the attention of society and highlighted the highly successful ways of design application, while introducing decision-makers to new corporate management strategies. It has become clear that design management can be an important tool in every area of the economy: award-winners have included small- and medium-sized enterprises, non-profit institutions, as well as design and trade companies. By the fifth year, not only did the number of nominators increase but the proportion of nominees from Budapest and outside the capital also reached a balance. While the award-winners and nominees demonstrate a high degree of diversity, they share one thing: success achieved through design. This sustained success not only confirms the past of the award but also guarantees its future.

2009

KORÁBBI DÍJAZOTTAK – PREVIOUS AWARD-WINNERS

MŰCSARNOK NONPROFIT KFT.

A díj első kiírásakor, mindeddig egyetlen kulturális intézményként kapott elismerést az ország legfontosabb kortárs képzőművészeti kiállítóhelye. 2009-ben különösen a designstratégia megújítása, illetve az Ernst Múzeum és a Dorottya Galéria arculatának integrálása nyerte el a zsűri tetszését. Az elmúlt évek során bekövetkezett változások nyomán az intézmény immár csak a Műcsarnok épületében működik, ahol azonban a könyvesbolt, a kávézó és a Mélycsarnok belsőépítészeti átalakítása, az M0 mint új kiállítóter kialakítása továbbra is az értékteremtő design szemlélet jelenlétéről tanúskodik.



MŰCSARNOK NONPROFIT LTD.

When the award was launched, it was won by Hungary's most important contemporary exhibitor of fine arts – thus far the only cultural institution in the history of the prize. In 2009, the jury was especially impressed by the institution's renewal of its design strategy and the integration of the corporate identity of Ernst Museum and Dorottya Gallery. Due to the changes in recent years the institution now only operates in the building of the Kunsthalle (Műcsarnok), where value creation through design thinking continues to manifest in the new interior architectural design of the bookshop, the café and the Deep Hall (Mélycsarnok), as well as in the new exhibition space, known as M0.

2009

KORÁBBI DÍJAZOTTAK – PREVIOUS AWARD-WINNERS

TUNGSRAM-SCHRÉDER VILÁGÍTÁSI BERENDEZÉSEK ZRT.

2009-ben a tudatos és folyamatos visszacsatolásokkal ellenőrzött formatervezési stratégia jegyében a belső és a külső designstúdiók, -tervezők együttes foglalkoztatásáért díjazták Magyarország vezető kültéri világítótестeket gyártó cégét. Akkoriban a Tungram-Schröder a szélesebb közönség számára elsősorban a Szabadság híd világítási projektjében fontos szerepet játszó vállalként volt ismert. Azóta Budapesten és számos vidéki városban, többek között Siófokon vagy Hódmezővásárhelyen ismételten bizonyították, hogy a legmodernebb technológia és a környezettudatos tervezés elválaszthatatlan a korszerű design látásmódtól.



TUNGSRAM-SCHRÉDER LIGHTING EQUIPMENT ZRT.

In 2009, in the spirit of a consistent design strategy controlled by way of continuous feedback, Hungary's leading outdoor lighting equipment manufacturer was awarded for the joint employment of in-house and out-house design studios and designers. At the time Tungram-Schröder was widely known primarily for its important role in the lighting of Liberty Bridge. Since then they have proved again and again in Budapest and numerous towns across the country, including Siófok and Hódmezővásárhely, that the most state-of-the-art technology and environmentally conscious design are inseparable from modern design thinking.

2010

KORÁBBI DÍJAZOTTAK – PREVIOUS AWARD-WINNERS

WAMSLER SE HÁZTARTÁSTECHNIKAI EURÓPAI RT.

2010-ben a díjat Közép-Európa legnagyobb, magántulajdonban lévő kandallógyártó cége nyerte el, amely a hagyományos és korszerű technológia összhangjának megteremtésével, illetve új innovációs stratégia bevezetésével ért el sikereket, a hazai mellett elsősorban a német, osztrák és holland piacon. A vállalat, amely a Moholy-Nagy Művészeti Egyetemen együttműködve akkoriban design-pályázatot írt ki új termékcsalád kifejlesztésére, egyfajta „Wamsler-jellegzetesség” megteremtésére törekedett, s ezt a törekvését a termékfejlesztéstől az arculat kialakításáig mindmáig következetesen ülteti át a gyakorlatba.



WAMSLER SE EUROPEAN HOUSEHOLD TECHNOLOGIES PLC.

In 2010, the award was won by the largest privately owned fireplace manufacturer of Central Europe, which became successful in the domestic market and besides that primarily in the German, Austrian and Dutch markets by harmonising traditional and modern technologies and introducing a new innovation strategy. The company, which announced a design competition at the time in conjunction with Moholy-Nagy University of Art and Design Budapest for the development of a new product line, strove to create a kind of “Wamsler feature”, and it has implemented it consistently from product development to its corporate identity design ever since.

2011

KORÁBBI DÍJAZOTTAK – PREVIOUS AWARD-WINNERS

MOBILIA-ARTICA KFT.

A kilencvenes évek elején fiatal és kreatív magyar designerek által létrehozott cégek közül kevesen tudták hosszabb távon is megvetni a lábukat a nemzetközi piacon. A 2011-ben díjazott Mobilia Artica, amely fő tevékenységként elsősorban kereskedelmi üzletláncok, vendéglátóegységek belsőépítészeti tervezését és építőipari kivitelezését végzi, rugalmassága, a megrendelőhöz idomuló stratégiája és az önmagától folyamatosan megkövetelt minőségi munka révén maradt sikeres, itthon és külföldön egyaránt. Cégfilozófiájuk a kreatív design-ötletek és a piaci igények összekapcsolásán alapul, működésükben mindmáig a team-munka, illetve a szolgáltatások – a grafikai tervezéstől a bútorgyártásig – széles skálája maradt meghatározó.



MOBILIA-ARTICA LTD.

Only a few of the companies established by young and creative Hungarian designers in the early nineties were able to get a foothold in the international market in the long term. 2011's award winner, Mobilia Artica, delivering interior design solutions and carrying out turnkey construction for commercial chains and hospitality facilities, sustained its success in Hungary and abroad thanks to its flexibility, tailoring its strategies to its clients and consistently high standards. Their corporate philosophy is based on the linking of creative design concepts and market needs, and their business operation continues to be defined by team work and the wide range of services from graphic design to furniture manufacturing.

2012

KORÁBBI DÍJAZOTTAK – PREVIOUS AWARD-WINNERS

FRUIT OF CARE NONPROFIT KFT.

A tavaly díjazott nonprofit kft. modellje szerint a fogyatékkal élő emberek által készített termékek akkor lehetnek sikeresebbek, ha a műhelyeket átfogó design-menedzsment-konceptió jegyében kapcsolják össze a professzionális tervezőkkel, illetve az ajándékozni szándékozó fogyasztókkal. Ezzel a módszerrel egyszerre emelhetik a termékek minőségét, erősíthetik piacképességét, illetve növelhetik a hátrányos helyzetű emberekkel foglalkozó szervezetek munkájának hatékonyságát. A márka egyediségét három alapérték, az innovatív design, a minőségi kézművesség és a társadalmi felelősség kombinációja adja.



FRUIT OF CARE NONPROFIT LTD.

According to the business model of last year's award winner, products made by disabled people can be more successful if workshops are linked with professional designers and consumers based on a comprehensive design management concept. In this way the quality of the products can be improved, marketability can be strengthened, and the work of organisations that employ people with a disadvantaged background can be made more efficient. The uniqueness of the Fruit of Care brand is created by the combination of three basic values: innovative design, quality craftsmanship and social responsibility.

2012

KIÁLLÍTÓK – EXHIBITORS

LUDWIG MÚZEUM – SUGAR! DESIGN CUKRÁSZAT

2012-ben hagyományteremtő szándékkal a bírálóbizottság a díjazott mellett a Ludwig Múzeum és a Sugar! Design Cukrászat tevékenységét értékelte kiállításra méltó, kiemelt design management gyakorlatnak.



LUDWIG MUSEUM – SUGAR! DESIGN CONFECTIONARY

In 2012, with the aim of starting a tradition, the jury evaluated the activity of Ludwig Museum and Sugar! Design Confectioner's as outstanding design management practices worthy of being exhibited besides the award winner.

2013

KIÁLLÍTÓK – EXHIBITORS

Idén, a 2012-es Díjhoz hasonlóan, a díjazott mellett további három, sikeres design management gyakorlatot folytató cég kapott munkájáért elismerést és ezzel szélesebb nyilvánosságot.

MAGYAR ÁLLAMI OPERAHÁZ

Az Operaház évek óta eredményesen bizonyítja a műfaj kortalan érvényét. Ebben a törekvésében nemcsak a különböző arculati elemeket alakítják át sikerrel; a működésben egyre inkább érezhető az átfogó designstratégia jelenléte. A leglátványosabb újítás az elmúlt év folyamán a Kreatív Műhely Kft. által elvégzett vizuális arculatfrissítés volt, amelynek során többek között új kiadványok, meghökkentő imageplakát-sorozat („Opera – ahol kinyílik a világ”) és reklámfilm készült. Az újrapozicionálás során a tervezők és a megrendelők az újítás mellett a tradíciók megőrzését mindvégig szem előtt tartották.



This year, similarly to the DM Award in 2012, three companies implementing successful design management practices were recognised for their achievements besides the award winner and thus received broader publicity.

HUNGARIAN STATE OPERA

The Opera has for years successfully demonstrated the timeless value of the genre. In this aspiration not only have they changed the various elements of the visual design efficiently but an all-encompassing design strategy is also increasingly present in the organisation's business operation. The most impressive innovation of the past year concerned the rejuvenation of Opera's visual identity, carried out by Kreatív Műhely Ltd., which includes the design of new publications, as well as a striking image poster series ("Opera – where the world opens up") and an advert. In repositioning the brand the designers and the clients combined the considerations of renewal with the aim of preserving traditions.

2013

KIÁLLÍTÓK – EXHIBITORS

LOFFICE

Az újgenerációs közösségi irodamodell első hazai alkalmazói jelenleg négy budapesti és egy bécsi helyszínen nyújtanak coworking szolgáltatást. 2009-es indulásuk óta tereik kialakításához, vállalati brandjük megformálásához professzionális designereket alkalmaznak, dinamikus arculatukat Willem van de Ven dolgozta ki. A pusztá formatervezésen túl tevékenységük, dinamikus vállalati stratégiájuk minden ponton szinkronban van a korszerű designelképzésekkel; irodáikat, tárgyaló- és konferenciatermeiket az ergonómiai szempontokat figyelembe véve alakították ki.



LOFFICE

The domestic pioneer of the co-working office model provides co-working services on four locations in Budapest and one in Vienna. Since their foundation in 2009, they have worked with professional designers in the renewal of office spaces and corporate branding. Their dynamic corporate identity was created by Willem van de Ven. Beyond delivering design services, they apply a modern design approach in every aspect of their activity and dynamic company strategy; they design offices, meeting rooms and conference halls with consideration for ergonomic requirements.

2013

KIÁLLÍTÓK – EXHIBITORS

BUDAPESTI KÖZLEKEDÉSI KÖZPONT

A közösségi közlekedés designjának megújítása a világon mindenütt bonyolult feladat, mivel a járművek felhasználásában szinte mindenki érintett, s miközben sokan ragaszkodnak a megszokott régihez, mindenki elvárja az újat. Budapesten az elmúlt évek folyamán átalakult a közlekedés irányító szervezete, ezzel párhuzamosan komoly fejlesztések kezdődtek. A szerteágazó rendszerben az egységes designszemlélet következetes alkalmazása különösen fontos feladat. Az átalakuló információs rendszerek, új szolgáltatások és kommunikációs eszközök bevonása a BKK munkatársainak, Bukovics Zoltánnak, Dávid Gábornak, Göbel Andrásnak, Solymosi Dánielnek, Varga Ildikónak részvételével a design management folyamatos érvényesüléséről tanústanúskodik.



CENTRE FOR BUDAPEST TRANSPORT

Renewing public transport design is a complex challenge all over the world, since the vehicles are used by virtually everyone, with some insisting on conventional solutions and others expecting something new. In recent years the organisation that manages public transport was changed, which brought about large-scale development. Regarding the high complexity of the transport system, it is crucial to have a consistently applied and unified design approach. The integration of the changing information systems, new services and communication tools into this system – implemented by Centre for Budapest Transport staff members Zoltán Bukovics, Gábor Dávid, András Göbel, Dániel Solymosi and Ildikó Varga – attests to the continuous application of design management.

2013

DESIGN MANAGEMENT DÍJ 2013 – DÍJAZOTT

CSERPES SAJTMŰHELY KFT.

Néhány évvel ezelőtt, amikor a Cserpes István kilencvenes évek eleje óta működő kapuvári tejüzeméből elindult kínálóautók először tűntek föl a fővárosban és környékén, alig gondolhatta bárki is, hogy a Cserpes Sajtműhely Kft. régmódinak tűnő logója rövid időn belül a design management mintapéldájaként említhető céget jelöl majd. Hogy ez mégis így alakult, annak előfeltétele volt a friss tejből, folyamatosan ellenőrzött gyártástechnológiával készült, mesterséges anyagoktól mentes termékek folyamatosan kiváló minősége, a nagyobb áruházláncok helyett kisebb üzletekben, illetve később saját boltokban folytatott kereskedelem, illetve a Tejivók reneszánsza.

Az első Cserpes Tejivó 2012 júniusában nyílt meg Budapesten, rövid időn belül ezt követte további kettő: a Sajtműhely termékeit árusító üzletek hagyományos marketingkampány nélkül is népszerűvé váltak. Köszönhető mindez elsősorban a terjeszkedő cég egységes designfelfogásának, illetve a Sajtműhely által megbízott Sign Kreatív Ügynökség integrált kommunikációs stratégiájának. A tejivók arculati tervezője és a belső tér koncepcióját kialakító designstúdió a hatvanas évek hangulatának felidézéséből indult ki: a falon hatalmas világító tejesüveg, a mennyezetről tejespalack alakú lámpák lógnak, a bútorok nagy részét a Balaton Bútor készítette. A kirakatban a kréta hatását keltő játékos feliratok és rajzok egyszerre idézik a múltat és teremtenek kapcsolatot a számítógépes grafikák mai világával. Ugyanígy erre a kettőségre utalnak a papírcsokón vagy a tálcákon megjelenő grafikai elemek, a helyiségek aprólékosan megtervezett tárgyai. Az ügynökség a tejivók népszerűsítésében a klasszikus kreatív akciók mellett elsősorban az online, közösségi média felhasználására épít; a Facebookon a Cserpes Tejivóknak jelenleg csaknem 30.000 kedvelője van. A design management elemeivel szorosan összefűzött marketingstratégiának köszönhetően a Tejivók körül önálló márka alakult ki.

Hasonló designstratégiával alakították ki az elmúlt években a Sajtműhely új termékeinek arculatát, egységes tipográfiai elemekre épülő grafikával. Mára biztosnak tűnik, hogy a cég kereskedelmi térhódítása nem csupán a vállalkozói elhivatottsággal vagy a dinamikus üzletpolitikával magyarázható, hanem szorosan összefügg a részletekre figyelő, korszerű eszközöket felhasználó designszemlélet megjelenésével. Miközben a termékek minősége változatlan, a Cserpes Sajtműhely arculata finom kiigazításokkal szintén átalakult. A nemrég még régmódi hatást keltő design mögött ma már lendületes, új stratégia áll, példaértékű mintát adva ezzel a hazai vállalkozásoknak.



2013

DESIGN MANAGEMENT AWARD 2013 – WINNER

CSERPES CHEESE WORKSHOP LTD.

Some years ago, when the vans leaving István Cserpes's dairy plant in the early nineties first appeared in Budapest and its environs not many people would have guessed that Cserpes Cheese Workshop Ltd. with an old-fashioned style logo would soon be a company that had acquired a reputation as being a model of design management. An ultimate requirement for this to actually happen was the unerringly excellent quality of the company's products made of fresh milk, without preservatives and with consistently monitored production technology, delivered to small shops instead of big chains; this was followed by the establishment of the Cserpes franchise and the renaissance of the milk bars.

The first Cserpes milk bar opened in Budapest in June 2012, followed soon after by another two. The shops selling the products of the Cserpes Cheese Workshop soon became popular, even without a traditional marketing campaign, thanks primarily to the growing business's consistently applied design approach and the Sign Creative Agency's integrated communication strategy. The designer of the milk bar chain's visual identity and the design studio that made the interior design concept reached back to the atmosphere of the sixties: huge neon outlines of milk bottles on the walls, and milk bottle-shaped lamps hanging from the ceilings. Most of the furniture was manufactured by the Hungarian enterprise, Balaton Bútor. The playful chalk-like inscriptions and drawings on the shop windows simultaneously evoke the past and remind us of the contemporary design of today's computer graphics. This same ambiguity characterises the graphic design on the paper bags and the trays and the carefully designed objects of the interior. Besides using the classic creative campaigns, the design agency employed by Cserpes primarily exploits online social media tools; Cserpes Milk Bar has some 30 thousand likes on Facebook. Thanks to the marketing strategy closely integrated with design management, an autonomous brand was developed for the milk bars.

A similar design strategy built on a homogenous system of typographic elements was applied when the identity was created for the cheese workshop's new products in recent years. By now it has become certain that the company's growing popularity and business growth are owed not only to entrepreneurial commitment but is also closely linked to the application of a design approach that focuses on every detail and uses up-to-date tools. While the high quality of the products is maintained, the corporate identity of the Cserpes Cheese Workshop has also undergone some changes implemented by small refinements. Behind the design, that not so long ago was seen as old-fashioned, is a dynamic new strategy, standing as an exemplary model for Hungarian enterprises.



Design
Management
Díj 2013

Dr. BAUER András

egyetemi tanár, tanszékvezető, Marketing Tanszék, Budapesti Corvinus Egyetem, Magyar Formatervezési Tanács tagja, a Bírálóbizottság elnöke
Professor, Head of Marketing Department, Corvinus University of Budapest, Member of the Hungarian Design Council, President of the Jury

habil COSOVAN Attila DLA

Ferenczy Noémi-díjas tervezőművész, ügyvezető igazgató, Co&Co Designcommunication Kft., Magyar Formatervezési Tanács tagja
Designer, Holder of the Ferenczy Noémi Award, Executive Director, Co&Co Designcommunication Ltd., Member of the Hungarian Design Council

Dr. ANTOS László

ügyvezető igazgató, Magyar Innovációs Szövetség
Executive Director, Hungarian Association for Innovation

BÖSZÖRMÉNYI-NAGY Gergely

stratégiai igazgató, Design Terminál
Strategic Director, Design Terminál

ORLAI Balázs

mb. tanszékvezető, Tárgyalkotó Tanszék, Moholy-Nagy Művészeti Egyetem
Head of Design and Art Department, Moholy-Nagy University of Art and Design Budapest

2013 – A BÍRÁLÓBIZOTTSÁG ÉRTÉKELÉSE

CSERPES SAJTMŰHELY KFT.

A Cserpes Sajtműhely a legszélesebb értelemben valósítja meg a design-orientációt, az szerves része a vállalat teljes egészének. A kiemelkedő minőségű termékek egyszerűsége tökéletesen illeszkedik a formai megjelenéshez, akár a termékcsomagolást, a Tejivót, vagy magát a vállalati logót szemléljük. A formai megjelenés visszafogott, jól tükrözi a vállalati identitást, és emellett mentes a formai divatoktól. A zsűri megítélése szerint a design szervesen és harmonikusan illeszkedik a vállalati stratégiába és küldetésbe, valamint hozzájárul a kiemelkedő minőség fogyasztói élvezetének növeléséhez.

MAGYAR ÁLLAMI OPERAHÁZ

A Magyarország kultúrtörténetében jelentős szerepet magáénak tudó operajátás egyik a hazánknak rendszeres nemzetközi elismerést hozó művészeti ágaknak. Nemzeti érdek, hogy a műfaj képes legyen megfelelni korunk kihívásainak, megszólítsa az új nemzedékeket és megőrizze helyét a kulturális intézmények sorában. A Magyar Állami Operaház az elmúlt években jelentős lépéseket tett azért, hogy e célokat megvalósítsa. Erőfeszítéseinek egyik központi eszköze a tágabb értelemben vett design, sőt a designgondolkodás vezetői szintű megjelenése volt. A tartalomfejlesztés (például a fiatalokat célzó programok, vagy az interdiszciplináris, összművészeti produkciók megjelenése) a látványvilágában, vizuális nyelvében is megújuló kommunikációval párosul, mindezt pedig hazai viszonylatban még ma sem általános, koherens kisarculati környezet egészíti ki. Az Operaház példaértékű lehet az állami kulturális intézmények számára.

LOFFICE

A LOFFICE a közösségi irodamodell hazai úttörőjeként megalkotta a „genius locit”. Látva a start-upként indult és a világgazdaság vezető cégévé vált Google zürichi irodáját, vagy – hazai példaként – a Prezi új budapesti irodáját, azt gondolhatnánk, hogy csak a befutott vagy lendületbe jött start-upok luxusa a kreatív, inspiratív, laza irodater. A LOFFICE bebizonyította, hogy NEM. Ráérezve a Magyarországon is teret nyerő start-up világra, 2009 óta már négy budapesti helyszínen is kínál újszerű és egyedülálló megoldásokat a közösségi munkavégzésre. Ezek a megoldások – a designtudatos gondolkodásnak megfelelően – innovatívak (újrahasznosítás, megújuló energiaforrások), fiatal iparművészek bevonásával történnek és gondosan kialakított szolgáltatás-csomaggal párosulnak. A LOFFICE nem csak közös gondolkodásra serkent, hanem maga is szervez közösséget, átlépve az országhatárt, nemzetközi szinten is.

BKK – BUDAPESTI KÖZLEKEDÉSI KÖZPONT

A közlekedési vállalat Budapest egyik legjelentősebb és szolgáltatásaival leginkább jelen lévő cége. Velünk van, kommunikál egész Budapesten, a föld alatt, a felszínen, a város szívében és a város szélén, de még a Dunán is. A BKK kommunikációja Budapest egyik meghatározó arculatformáló ereje, hat a városlakókra és a vendégeinkre. A cég a tömegközlekedési rendszer BKV-tól átvett alapjait szisztematikusan fejlesztette tovább, szolgáltatásai bővítésével egységes rendszerbe integrálva terjesztette ki sikeresen az elmúlt években. Az átfogó menedzsmentszemléletnek köszönhetően komplex, dinamikusan fejlődő rendszer formálódik, mely alapvető fontosságú egy milliós főváros szervezetsége, élehetősége szempontjából, ahol a közösségi közlekedés valódi alternatíva, egyben a fenntarthatóság eszköze lehet.

2013 – JURY STATEMENT

CSERPES CHEESE WORKSHOP LTD.

The Cserpes Cheese Manufactory has implemented a design-oriented approach in the widest sense possible by integrating design at company level. The simplicity of the outstandingly high quality products perfectly fits in with the Cserpes corporate identity design, including the packaging, the Milk Bar's visual identity and the company logo. The visual design is modest and well reflects the company's identity while being free of design trendiness. According to the jury's appraisal, the design organically and harmoniously fits in with the corporate strategy and mission and reinforces the consumer experience of outstanding quality.

HUNGARIAN STATE OPERA

The opera, which has enjoyed a prominent role in Hungary's cultural history, is one of the arts that regularly bring international recognition to our country. It is in the interests of the nation for the genre to be able to respond to the challenges of the 21st century, reach upcoming generations and preserve its position among cultural institutions. The Hungarian State Opera has taken important steps in recent years to achieve these objectives. A central means of realising its ambitions is the use of design – in a broader sense – and the application of design thinking at management level. The Opera's efforts made in regard to contents development (for example, programmes targeting young audiences, and interdisciplinary productions with the participation of all the arts) are coupled with communication with a renewed overall identity design and visual idiom complemented by an outstandingly coherent visual identity that is not yet common in Hungary. The Hungarian State Opera shows an example that should be followed by other cultural institutions in the state sector.

LOFFICE

LOFFICE created the "genius loci" as a domestic pioneer of the co-working office model. After seeing the Zurich office of Google, which was launched as a startup only to become a leading company of the global economy, and – as a domestic example – Prezi's new Budapest office, we might well have thought that the luxury of creative, inspiring and relaxed office spaces can only be enjoyed by the up and running startups and the ones gaining impetus. LOFFICE proves that this is NOT the case. Having identified the niche opened up by the developing trend of startups in Hungary, since 2009 LOFFICE has set up offices in four Budapest locations offering novel and unique solutions for co-working. These solutions – in line with design thinking – are innovative (recycling, renewable energy resources), implemented with the involvement of young applied artists and matched with a carefully developed service package. LOFFICE not only encourages common thinking but also organises communities at a domestic level and, crossing the borders, internationally too.

BKK – CENTRE FOR BUDAPEST TRANSPORT

BKK is one of Budapest's most important companies with a marked presence in the capital thanks to the wide range of services it provides. The company is part of people's lives, and its communication can be seen all over Budapest: under and above ground, in the heart of the city and in the suburbs, and even on the Danube. BKK's communication is one of the strongest contributors to the city's image, exerting its influence on both local residents and visitors alike. BKK implemented a systematic development of the structure it inherited from its predecessor, BKV (Budapest Transport Company), and having broadened the scope of its services, in recent years it has successfully expanded it into an integrated system. Thanks to the application of a comprehensive design management approach, a complex and dynamically improving structure is coming into being, which is fundamental in making a heavily populated capital into a well-organised and liveable environment able to provide a genuine alternative through community transport that might function as a means of sustainable development.



Szellemi Tulajdon
Nemzeti Hivatala



A felhívásról és a Design Management Díj további információiról tájékoztatást kaphatnak a Magyar Formatervezési Tanács Irodájától. *For further information about the Design Management Award and the invitation for nominees please contact the Office of the Hungarian Design Council.* • Cím / Address: H-1054 Budapest, Akadémia utca 21. (Postacím / Postal address: 1374 Budapest, Pf. 552) • Telefon / Phone: +36 1 474 5587 • Fax / Fax: +36 1 474 5571 • E-mail / E-mail: barbara.majcher@hipo.gov.hu • Honlap / Website: www.mfti.org.hu

A kiadvány a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala megbízásából a Magyar Formatervezési Tanács gondozásában készült. *The publication was issued on behalf of the Hungarian Intellectual Property Office by the Bureau of the Hungarian Design Council.* • Felelős kiadó / Responsible publisher: dr. BENDZSEL Miklós 2013 • Fordító / Translator: SARKÁDY-HART Krisztina • Lektor / Proofreader: Adrian HART • Szerkesztő / Edited by: MFTI • Terv / Design: KASZTA Dénes, Arkas Design • Nyomdai kivitelezés / Printing: Electroproduct Kft. • A fotókat készítették / Photographs: ANDORKA Tímea, BALIKÓNÉ ROZMANN Ágnes, BODÓ Gábor, BUJNOVSZKY Tamás, DOMOLKY Dániel, DORKO Dániel, EMKORECPHOTO.HU, GÁCS Tamás, GLÓDY Balázs, LÁBÁDY István, LAKOS Gábor, MARIA Pena, NYITRAI Dávid, SIGHT INDUSTRIES, TÉGLÁSY Zsuzsa, VÉGEL Dániel • A Design Management Díjtárgy tervezője / The Design Management Award trophy was designed by: VÉKONY Fanni