

kreatív



PUBLICIS GROUPE HUNGARY
AZ OROSZLÁNOK EREJE

PPH MEDIA
- Media Union Ltd. Budapest, Hungary

2026/1-2. 1290 FT



9 771218 955002



#MRSZ50

Szeretettel köszöntjük az **50 éves**
Magyar Reklámszövetséget!

One.



minden
pillanat
számít



Versenyhelyzetek

A világ első nemzetközi reklámversenyét 1954 szeptemberében rendezték Velencében. Az ottani filmszemle inspirálta International Advertising Film Festivalt a londoni Screen Advertising World Association szervezte, hogy népszerűsítse a mozikban a reklámfilmeket. Első alkalommal 14 ország 187 versenyfilmje érkezett, és a trófeát, a Szent Márk téren álló ikonikus állatszobor után elnevezett Liont elsőként a német Chlorodont fogkrém háromperces, animált, tubusokból összerakott cirkuszi mutatványosok által előadott produkciója nyerte. A fesztivált a következő évben Monte Carlóban rendezték, majd Cannes-ban, amely 1984-ig Velencével éves rotációban lett helyszíne a reklámszakma globális rendezvényének. Amerikában 1960-ban adták át az első Cliókat, ezt három év múlva követte a brit Design & Art Direction, azaz a D&AD, majd 1968-ban a hatékonyságot értékelő Effie. New Yorkban 1973-ban alapították meg a The One Show-t, az Epica 1987-ben jelentkezett először Párizsból, és egy évvel később debütált a Eurobest, 1993-ban pedig szintén a Nagy Almából indult el a Cresta.

Magyarországon az ezredfordulón indultak be a „nagy” versenyek, a 2001-ben debütáló Arany Pengét egy évvel később követte az Effie, majd jött a Hipnózis, és sorra indultak a kisebb területekre szakosodott megmérettetések a Prizmától a Prexán és a Flash Awardon át a Pixel Perfect Awardsig. Mostani lapszámunk – immár hagyományosan – javarészt az elmúlt év hazai és nemzetközi versenyein sikerrel szereplő ügynökségek, megbízók és alkotások előtt tiszteleg, több kategóriában.

Komoly visszatekintésre és egy kisebb időutazásra is invitálunk az 50 éves Magyar Reklámszövetségnek szentelt összeállításunkkal. A holland Femke Cornelissennel viszont a jövőbe nézünk, amikor azt boncolgatjuk, miként tudják a kommunikációs szakemberek az AI-t leginkább szolgálatukba állítani. Kövesdi Veronikával, az ELTE oktató-kutatójával a politikai karizma digitális kommunikációjáról beszélgetünk, a Kantar segítségével pedig megnézzük az elmúlt öt év hazai reklám és szponzori megjelenéseinek fontosabb trendjeit. Lapunk tavalyi utolsó számában azt vizsgáltuk, miként tudnak az erősen szabályozott ágazatok – a gyógyszeripar és a jog – hatékonyan kommunikálni, most az alkoholos termékekkel és a sportfogadással folytatjuk a sort. Két fesztiválszervező és két szponzor pedig a kultúrafinanszírozás jó gyakorlatait ismerteti. •





16

04 A Publicis átvette a vezetést az M-Listán

10 Kockák és karikák, hangok és bajnokok a legjobb kampányok közt

16 Az oroszlán ereje

20 Így alakult a hazai hirdetési piac az elmúlt 5 évben

26 Ismét a Publicis vezeti a médiaügynökségek listáját

32 Megismétlődött a tavalyi eredmény az Apex PR-lista dobogóján, de egy bronzérmessel több lett

42 Az Anagraphic vezeti az Apex Design Toplistát, két új szereplő a top 5-ben



42



- 54 **Márkaaktivációk, nagyszabású események és egyedi megoldások az idei Event/BTL listánkon**
- 59 **Emlékek, képességek és kiállítás a 2025-ös HR Toplista nyertesei között**
- 64 **A karizma digitális kommunikációja Magyarországon**
- 68 **Így ünnepelte 50. születésnapját a Magyar Reklámszövetség**
- 78 **A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!**
- 82 **A kommunikáció ne csak jogszerű, hanem felelős is legyen**
- 88 **A kultúrabarát céges háttér biztosíthatja a függetlenséget**

TOP 15 ÜGYNÖKSÉG

##	ÜGYNÖKSÉG	KAMPÁNY	MEGBÍZÓ	PONT
01	Publicis	<p>Algoflex – Fájdalom napkövetek</p> <p>Az elismerés szervere</p> <p>Az emberség kellékei</p> <p>Az utolsó osztálykirándulás</p> <p>Johnnie Walker – Stomp over</p> <p>Johnnie Walker – Walk</p> <p>Kocka Oreo masterplan</p> <p>Milka Choco Croissant bevezetés</p> <p>Otrivin Breathvertising</p> <p>Square Cookie</p> <p>The bin of Irritation</p> <p>Törd át a csendet</p>	<p>Opella Healthcare Hungary</p> <p>Samsung</p> <p>Radnóti Miklós Színház</p> <p>Radnóti Miklós Színház</p> <p>Diageo</p> <p>Diageo</p> <p>Mondelez Hungária</p> <p>Mondelez Hungária</p> <p>Haleon Hungary</p> <p>Mondelez International</p> <p>Samsung</p> <p>Nyitottak vagyunk</p>	1480
02	Mito	<p>Az észrevétlen kampány</p> <p>Az új Colléga</p> <p>Bajnokok ezrei</p> <p>Kijuttató válogatott</p> <p>Láma calling</p> <p>Leaving Early FC</p> <p>Marsra magyar univerzum</p> <p>Mindenki a legjobb</p> <p>Mission Sztizen</p> <p>norbi_06152</p> <p>Sport white records</p>	<p>Magyar Telekom</p> <p>Magyar Telekom</p> <p>Magyar Telekom</p> <p>OTP Bank</p> <p>Magyar Telekom</p> <p>Borsodi Sörgyár</p> <p>Magyar Telekom</p> <p>Magyar Telekom</p> <p>Sziget fesztivál</p> <p>Magyar Telekom</p> <p>Mondelez Hungária</p>	1262
03	Mediator	<p>ALDI reactive offers</p> <p>ALDIfficial feed</p> <p>BotanChat</p> <p>Elfojtott férfikönyvek</p> <p>Gardener Pils</p> <p>Irodalmi slágerek</p> <p>Listerine humming carols</p> <p>Mátra hangja</p> <p>NePohár</p>	<p>ALDI Magyarország</p> <p>ALDI Magyarország</p> <p>Oázis Kertészetek</p> <p>Magyar Leiki Elsősegély Telefonszolgálatok Szövetsége</p> <p>Oázis Kertészetek</p> <p>Libri-Bookline</p> <p>JNTL Consumer Health</p> <p>Tixa Hungary</p> <p>Revo Union</p>	1100
04	feat.	<p>18 éven aluliak számára nem ajánlott</p> <p>A Nagy Kombó Show</p> <p>Domi legnagyobb gópassza</p> <p>Egy régi jó barát új köntösben</p> <p>Kocka Oreo masterplan</p> <p>Medve sajt – barátság platform csomagolások</p> <p>MOHUpedia</p> <p>Passzról passzra</p> <p>TheVR Mekis kedvence</p> <p>Yettel Boost Boat</p>	<p>Verzió Nemzetközi Emberi Jogi Filmfesztivál</p> <p>Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat</p> <p>Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat</p> <p>Savencia</p> <p>Mondelez Hungária</p> <p>Savencia</p> <p>MOL MOHU</p> <p>Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat</p> <p>Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat</p> <p>Yettel</p>	781
05	Artificial Group	<p>Artememes</p> <p>Befektetés, ami valóban megéri</p> <p>Krumplipong</p> <p>Lild x Tisza cipő</p> <p>McDonald's Nyugati Lounge</p> <p>McDonald's Unghosting</p> <p>Missing collectibles</p> <p>MOHU bevezető kampány</p> <p>Pénzügyi mesekönyv az Erstétől</p> <p>PFÉMÜ – a legújabb divatmárka, ahol minden újrahasznosul</p> <p>Repont Jótékonyosság</p>	<p>Yettel</p> <p>Erste</p> <p>Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat</p> <p>Lidl Magyarország</p> <p>Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat</p> <p>Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat</p> <p>WWF Magyarország</p> <p>MOL MOHU</p> <p>Erste</p> <p>MOL MOHU</p> <p>MOL MOHU</p>	711

##	ÜGYNÖKSÉG	KAMPÁNY	MEGBÍZÓ	PONT
		Textilek a jövőből The Liberation Show	MOL MOHU Yettel	
06	DDB Budapest	Arches of hunger Az ölelés ereje McDonald's Nyugati Lounge Még jól! Passzról passzra Scrolling tragedles	Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Auchan Magyarország Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Magyar Telekom	359
07	VML	Csinglisz nyugdíjas kihívása Kicsomagolt történetek Milka Choco Croissant bevezetés	K&H Bank és Biztosító Líra Mondelez Hungária	325
08	White Rabbit	Beyond the rings The astronaut fan	Decathlon Brazil - Spor TV Brazil Spor TV Brazil	323
09	Bold	A karácsony csodája mindenkinek jár Amodent Smile ID Continental – Jó úton járunk? Globus mezmentő partedli Jägermeister Hangadó Zöld város illata	Vodafone Unilever Magyarország Continental Hungary Unilever Magyarország Jägermeister GreenGo Car Europe	273
10	ACG	„Egy jó asszony mindent megbocsájt” (Nőnap kiadványújsor) Ez a nap más mint a többi Gösser – merülj el a pillanatban Hansaplast BandBoard Lost and found dinos Müpa Soundshower Ne a hővédelem legyen a hiányzó elem! Pöttyös Protein Rudi bevezető kampány Verses pohár	Ökumenikus Segélyszervezet Világszép Gyermekvédelmi Alapítvány Heineken Hungária Belersdorf Kittenberger Kálmán Növény- és Vadaspark Müpa Budapest Velux Magyarország FrieslandCampina AmRest	207
11	Lounge Group	1% épp elég 40. Ritmikus Gimnasztika EB Budapest 45. FIDE Sakkolimpia Budapest A legenda bennünk él A világ tele van jó energiával Értjük egymást MOHU bevezető kampány Pályairány Postásnak lenni nem küzdősport Százból öt – te benne vagy?	Szintlépés Alapítvány Nemzeti Rendezvényszervező Ügynökség Nemzeti Rendezvényszervező Ügynökség Szerencsejáték Zrt. MVM Csoport Bolt MOL MOHU Budapest Airport Magyar Posta HungaroControl	203
12	Wavemaker	Befektetés, ami valóban megéri Certificate Mama Cseperező – ahol a pénzügyi tudatosság mesébe illő kaland Van Esély: Lak/hatás Pénzügyi mesekönyv az Erstétől TASZ: Adj hangot!	Erste Central Média csoport Erste Ingatlan.com Erste Társaság a Szabadságjogokért	162
13	Café Communications	OTP Pénzügyi tudatosság OTP Persely felkerekítés Pepsi x Dzsúdó Találkozási kérelem	OTP Bank OTP Bank Magyarüdtő Forgalmazó OTP Bank	86
14	Human Telex	McDonald's Nyugati Lounge Sztárfellépő	Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Praktiker Magyarország	77
15	Dot Creative	Audi – dinamikus készlethirdetés Igen, még te is! Leszel szíves!	Porsche Hungaria Magyar Vöröskereszt Magyar Vöröskereszt	66

Táblázatunkban a legalább shortlistre jutó kampányok szerepelnek.
A teljes lista, illetve a pontszámítás szabályai megtalálhatóak a www.mlista.hu oldalon.

TOP 10 ÜGYFÉL

##	ÜGYFÉL	KAMPÁNY	PONT
01	1. Magyarországi McDonald's – Progress Étteremhálózat	A nagy kombó show Arches of Hunger Az ölelés ereje Domi legnagyobb gólpassza Krumplipong McDonald's Nyugati Lounge McDonald's Budapest Open Mic McDonald's Unghosting Passzról passzra Perfect timing TheVR Meksis kedvence	1061
02	2. Magyar Telekom	Az észrevétlen kampány Az új Colléga Bajnokok ezrei Láma calling Marsra Magyar Univerzum Mindenki a legjobb norbi_06152 Scrolling tragedies	968
03	3. Opella Healthcare Hungary	Algoflex – Fájdalom nagykövetek No-Spa: Nők egymásért Rhinospray Smemories – Illatos történetek	582
04	4. Yettel Magyarország	Artnemes The Liberation Show Yettel Boost Boat	553
05	5. TIXA Hungary	Mátra hangja	482
06	6. Magyar Leiki Elsősegély Telefonszolgálatok Szövetsége	Elfojtott férfikönyvek	374
07	7. Borsodi Sörgyár	Leaving early FC	281
08	8. Mondelez International	Square cookie	271
09	9. Decathlon & Spor TV Brasil	Beyond the rings	246,4
10	10. Radnóti Miklós Színház	Az emberség kellékel Az utolsó osztálykirándulás	246

Táblázatunkban a legalább shortlistre jutó kampányok szerepelnek.
A teljes lista, illetve a pontszámítás szabályai megtalálhatóak a www.mlista.hu oldalon.

A táblázatban a pontszámítás szabályai megtalálhatóak a www.mlista.hu oldalon. A táblázatban a pontszámítás szabályai megtalálhatóak a www.mlista.hu oldalon.

A táblázatban a pontszámítás szabályai megtalálhatóak a www.mlista.hu oldalon. A táblázatban a pontszámítás szabályai megtalálhatóak a www.mlista.hu oldalon.

A táblázatban a pontszámítás szabályai megtalálhatóak a www.mlista.hu oldalon. A táblázatban a pontszámítás szabályai megtalálhatóak a www.mlista.hu oldalon.

Megint

itt

vagyunk.

Köszönjük
csapat,
köszönjük
ügyfelek,
hogy újra
az élmezőnyben
lehetünk!

MEDIATOR[†]

THE TEAM

AG | ARTIFICIAL GROUP
BOUTIQUE CREATIVE

IS THE BRAND



ZSOLT is our guy.

From pixel-perfect web designs to lunch choices, he IS the one we all rely on.

HE WAS VOTED AG'S EMPLOYEE OF THE YEAR,

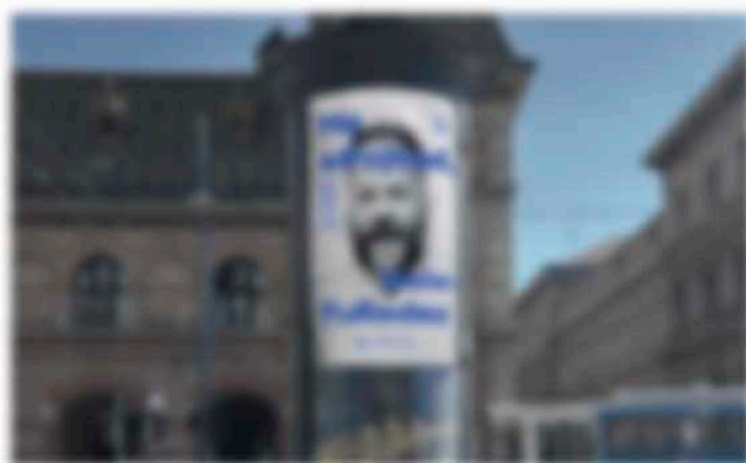
and this way we want to show the world that team is the brand.



5. KLASZIKUMOK

Az ókori és középkori művészetek a mai művészetek alapjait képezték. A klasszikus művészet a művészetek és a művészek történelmét vizsgálja, és a művészetek fejlődését és változásait tanulmányozza. A klasszikus művészet a művészetek és a művészek történelmét vizsgálja, és a művészetek fejlődését és változásait tanulmányozza.

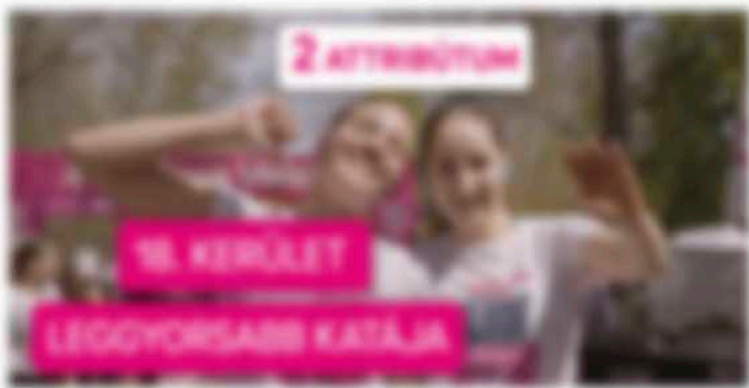
Az ókori és középkori művészetek a mai művészetek alapjait képezték. A klasszikus művészet a művészetek és a művészek történelmét vizsgálja, és a művészetek fejlődését és változásait tanulmányozza.



6. A MI ELŐTTÉK, ELŐFELADÁS

Az ókori és középkori művészetek a mai művészetek alapjait képezték. A klasszikus művészet a művészetek és a művészek történelmét vizsgálja, és a művészetek fejlődését és változásait tanulmányozza.

Az ókori és középkori művészetek a mai művészetek alapjait képezték. A klasszikus művészet a művészetek és a művészek történelmét vizsgálja, és a művészetek fejlődését és változásait tanulmányozza.



1. JÓT NEMU NEM VESZTI

A Tescó az a 1000 vállalat közé tartozik, amelyek a jövőbe befektetésnek az alap megvalósítását a jövőért teszik. Azon vállalatok közé tartozik a legújabb generációk számára is, akik a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt.

2020-ban a vállalatok több részét is, az egyiket is a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt.



5. KÖRÖK BÖLŐGÉSÉRE

Az Oreo megalkotásának története, a történetek, az Oreo történetek az Oreo történetek. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt.

A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt.



6. A JÓ FŐNEM ELVÁRÁS MEGVÉNY NEM

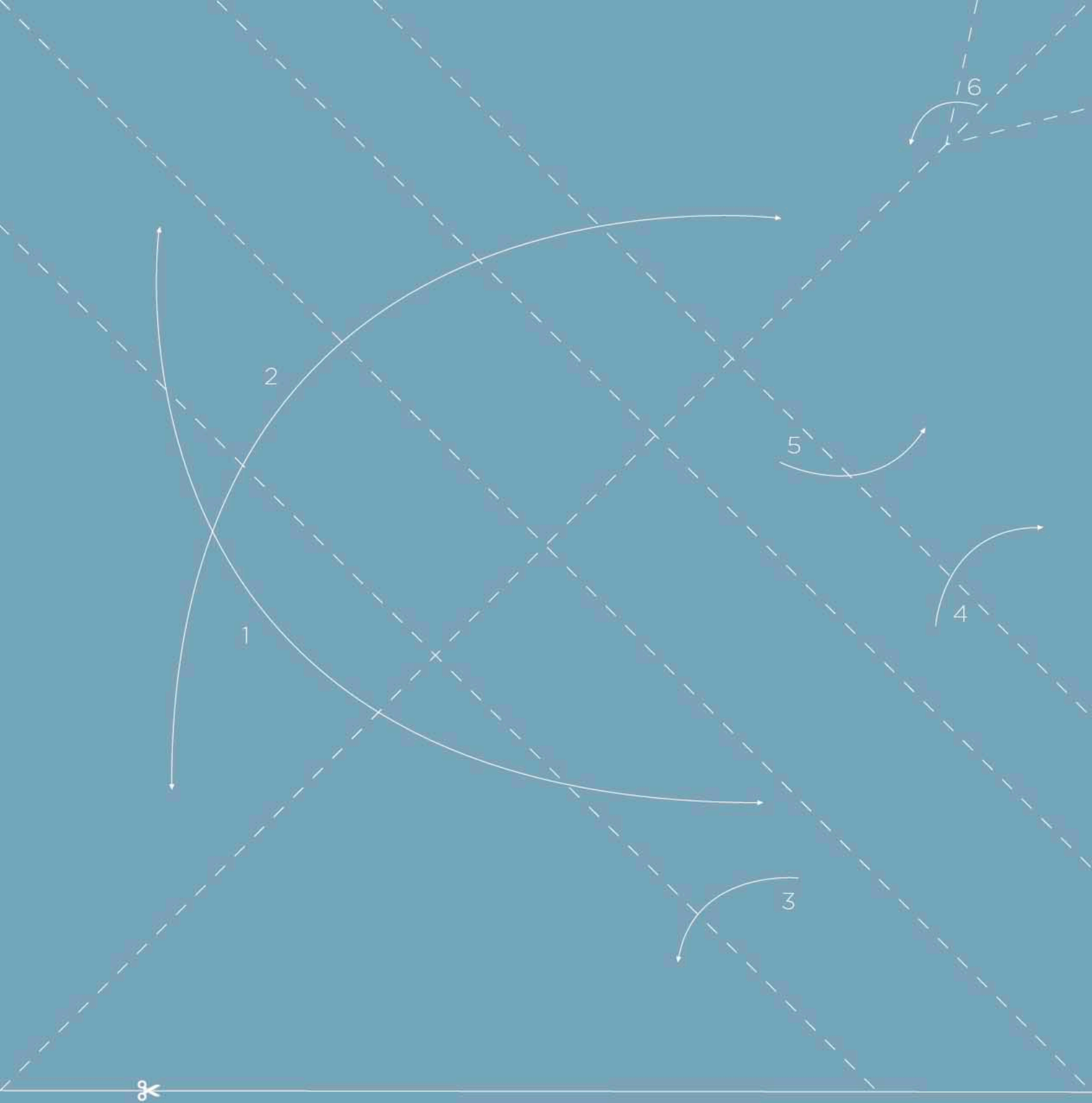
A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt.



10. AZ ÖLMEK NEM

A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt.

A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt. A Tescó az a vállalat, amely a jövőért teszik a jövőt.



**HISZÜNK AZ
ÖTLETEKBEN,
AMIK SZÁRNYRA
KAPNAK**



Köszönjük az
ügyfeleinknek és kollégáinknak!

LOUNGE design



a Lounge Group tagja

A médiacsapat vezetősége
Fotó: Földi Ádám



Az oroszlán ereje: emberekkel és technológiával építkezik a Publicis

Sokkal inkább stratégiai partnerek vagyunk, mint végrehajtók – vallják a Publicis Groupe Hungary vezetői, akik az elmúlt években a hatékonyság és az integráció jegyében új belső struktúrákat építettek, és közben nem feledtek meg alapvető értékeikről sem.

...szempontokból. ...

...a központi ...

...a központi ...

...a központi ...

...a központi ...

Így alakult a hazai hirdetésí piac az elmúlt öt évben

A Kantar Media 1991 óta rögzíti a magyar nyelvű média reklám- és szponzori megjelenéseit. Reklámfigyelő és -költésmérő szolgáltatásuk részeként TV, online, köztér, print, rádió és mozi médiatípusok hirdetéseit figyelik és sorolják be hirdető, márka, termék és piaci kategória szerint, kiegészítve ezeket az információkat a megjelenés formai paramétereivel: például, hogy melyik médiumban és pontosan mikor jelent meg a hirdetés. A tőlük kapott adatok segítségével az elmúlt öt évet vizsgáltuk.

A közösköztetésben közlások és hirdetések az elmúlt öt évben a következőképpen alakultak: az online reklámok aránya az elmúlt öt évben a legmagasabbra emelkedett, a TV-reklámok aránya pedig a legalsóbbra csökkent. A reklámok között a TV-reklámok aránya az elmúlt öt évben a legmagasabbra emelkedett, a TV-reklámok aránya pedig a legalsóbbra csökkent.

TOP 10 PIACI SZÉKTŐR BEJÖVŐLT NET NET REKLÁMKÖLTÉSE (MILLIÓ FT)

PIACI SZÉKTŐR	2016	2017	2018	2019	2020
Élelmiszer	27 600	27 600	28 800	27 600	26 400
Élelmiszer, italok, alkoholos italok	26 800	26 800	28 000	26 800	25 600
Élelmiszer	26 200	26 200	27 400	26 200	25 000
Élelmiszer	26 100	26 100	27 300	26 100	24 900
Élelmiszer	25 800	25 800	27 000	25 800	24 600
Élelmiszer	25 700	25 700	26 900	25 700	24 500
Élelmiszer	25 600	25 600	26 800	25 600	24 400
Élelmiszer	25 500	25 500	26 700	25 500	24 300
Élelmiszer	25 400	25 400	26 600	25 400	24 200
Élelmiszer	25 300	25 300	26 500	25 300	24 100
Élelmiszer	25 200	25 200	26 400	25 200	24 000
Élelmiszer	25 100	25 100	26 300	25 100	23 900
Élelmiszer	25 000	25 000	26 200	25 000	23 800
Élelmiszer	24 900	24 900	26 100	24 900	23 700
Élelmiszer	24 800	24 800	26 000	24 800	23 600
Élelmiszer	24 700	24 700	25 900	24 700	23 500
Élelmiszer	24 600	24 600	25 800	24 600	23 400
Élelmiszer	24 500	24 500	25 700	24 500	23 300
Élelmiszer	24 400	24 400	25 600	24 400	23 200
Élelmiszer	24 300	24 300	25 500	24 300	23 100
Élelmiszer	24 200	24 200	25 400	24 200	23 000
Élelmiszer	24 100	24 100	25 300	24 100	22 900
Élelmiszer	24 000	24 000	25 200	24 000	22 800
Élelmiszer	23 900	23 900	25 100	23 900	22 700
Élelmiszer	23 800	23 800	25 000	23 800	22 600
Élelmiszer	23 700	23 700	24 900	23 700	22 500
Élelmiszer	23 600	23 600	24 800	23 600	22 400
Élelmiszer	23 500	23 500	24 700	23 500	22 300
Élelmiszer	23 400	23 400	24 600	23 400	22 200
Élelmiszer	23 300	23 300	24 500	23 300	22 100
Élelmiszer	23 200	23 200	24 400	23 200	22 000
Élelmiszer	23 100	23 100	24 300	23 100	21 900
Élelmiszer	23 000	23 000	24 200	23 000	21 800
Élelmiszer	22 900	22 900	24 100	22 900	21 700
Élelmiszer	22 800	22 800	24 000	22 800	21 600
Élelmiszer	22 700	22 700	23 900	22 700	21 500
Élelmiszer	22 600	22 600	23 800	22 600	21 400
Élelmiszer	22 500	22 500	23 700	22 500	21 300
Élelmiszer	22 400	22 400	23 600	22 400	21 200
Élelmiszer	22 300	22 300	23 500	22 300	21 100
Élelmiszer	22 200	22 200	23 400	22 200	21 000
Élelmiszer	22 100	22 100	23 300	22 100	20 900
Élelmiszer	22 000	22 000	23 200	22 000	20 800
Élelmiszer	21 900	21 900	23 100	21 900	20 700
Élelmiszer	21 800	21 800	23 000	21 800	20 600
Élelmiszer	21 700	21 700	22 900	21 700	20 500
Élelmiszer	21 600	21 600	22 800	21 600	20 400
Élelmiszer	21 500	21 500	22 700	21 500	20 300
Élelmiszer	21 400	21 400	22 600	21 400	20 200
Élelmiszer	21 300	21 300	22 500	21 300	20 100
Élelmiszer	21 200	21 200	22 400	21 200	20 000
Élelmiszer	21 100	21 100	22 300	21 100	19 900
Élelmiszer	21 000	21 000	22 200	21 000	19 800
Élelmiszer	20 900	20 900	22 100	20 900	19 700
Élelmiszer	20 800	20 800	22 000	20 800	19 600
Élelmiszer	20 700	20 700	21 900	20 700	19 500
Élelmiszer	20 600	20 600	21 800	20 600	19 400
Élelmiszer	20 500	20 500	21 700	20 500	19 300
Élelmiszer	20 400	20 400	21 600	20 400	19 200
Élelmiszer	20 300	20 300	21 500	20 300	19 100
Élelmiszer	20 200	20 200	21 400	20 200	19 000
Élelmiszer	20 100	20 100	21 300	20 100	18 900
Élelmiszer	20 000	20 000	21 200	20 000	18 800
Élelmiszer	19 900	19 900	21 100	19 900	18 700
Élelmiszer	19 800	19 800	21 000	19 800	18 600
Élelmiszer	19 700	19 700	20 900	19 700	18 500
Élelmiszer	19 600	19 600	20 800	19 600	18 400
Élelmiszer	19 500	19 500	20 700	19 500	18 300
Élelmiszer	19 400	19 400	20 600	19 400	18 200
Élelmiszer	19 300	19 300	20 500	19 300	18 100
Élelmiszer	19 200	19 200	20 400	19 200	18 000
Élelmiszer	19 100	19 100	20 300	19 100	17 900
Élelmiszer	19 000	19 000	20 200	19 000	17 800
Élelmiszer	18 900	18 900	20 100	18 900	17 700
Élelmiszer	18 800	18 800	20 000	18 800	17 600
Élelmiszer	18 700	18 700	19 900	18 700	17 500
Élelmiszer	18 600	18 600	19 800	18 600	17 400
Élelmiszer	18 500	18 500	19 700	18 500	17 300
Élelmiszer	18 400	18 400	19 600	18 400	17 200
Élelmiszer	18 300	18 300	19 500	18 300	17 100
Élelmiszer	18 200	18 200	19 400	18 200	17 000
Élelmiszer	18 100	18 100	19 300	18 100	16 900
Élelmiszer	18 000	18 000	19 200	18 000	16 800
Élelmiszer	17 900	17 900	19 100	17 900	16 700
Élelmiszer	17 800	17 800	19 000	17 800	16 600
Élelmiszer	17 700	17 700	18 900	17 700	16 500
Élelmiszer	17 600	17 600	18 800	17 600	16 400
Élelmiszer	17 500	17 500	18 700	17 500	16 300
Élelmiszer	17 400	17 400	18 600	17 400	16 200
Élelmiszer	17 300	17 300	18 500	17 300	16 100
Élelmiszer	17 200	17 200	18 400	17 200	16 000
Élelmiszer	17 100	17 100	18 300	17 100	15 900
Élelmiszer	17 000	17 000	18 200	17 000	15 800
Élelmiszer	16 900	16 900	18 100	16 900	15 700
Élelmiszer	16 800	16 800	18 000	16 800	15 600
Élelmiszer	16 700	16 700	17 900	16 700	15 500
Élelmiszer	16 600	16 600	17 800	16 600	15 400
Élelmiszer	16 500	16 500	17 700	16 500	15 300
Élelmiszer	16 400	16 400	17 600	16 400	15 200
Élelmiszer	16 300	16 300	17 500	16 300	15 100
Élelmiszer	16 200	16 200	17 400	16 200	15 000
Élelmiszer	16 100	16 100	17 300	16 100	14 900
Élelmiszer	16 000	16 000	17 200	16 000	14 800
Élelmiszer	15 900	15 900	17 100	15 900	14 700
Élelmiszer	15 800	15 800	17 000	15 800	14 600
Élelmiszer	15 700	15 700	16 900	15 700	14 500
Élelmiszer	15 600	15 600	16 800	15 600	14 400
Élelmiszer	15 500	15 500	16 700	15 500	14 300
Élelmiszer	15 400	15 400	16 600	15 400	14 200
Élelmiszer	15 300	15 300	16 500	15 300	14 100
Élelmiszer	15 200	15 200	16 400	15 200	14 000
Élelmiszer	15 100	15 100	16 300	15 100	13 900
Élelmiszer	15 000	15 000	16 200	15 000	13 800
Élelmiszer	14 900	14 900	16 100	14 900	13 700
Élelmiszer	14 800	14 800	16 000	14 800	13 600
Élelmiszer	14 700	14 700	15 900	14 700	13 500
Élelmiszer	14 600	14 600	15 800	14 600	13 400
Élelmiszer	14 500	14 500	15 700	14 500	13 300
Élelmiszer	14 400	14 400	15 600	14 400	13 200
Élelmiszer	14 300	14 300	15 500	14 300	13 100
Élelmiszer	14 200	14 200	15 400	14 200	13 000
Élelmiszer	14 100	14 100	15 300	14 100	12 900
Élelmiszer	14 000	14 000	15 200	14 000	12 800
Élelmiszer	13 900	13 900	15 100	13 900	12 700
Élelmiszer	13 800	13 800	15 000	13 800	12 600
Élelmiszer	13 700	13 700	14 900	13 700	12 500
Élelmiszer	13 600	13 600	14 800	13 600	12 400
Élelmiszer	13 500	13 500	14 700	13 500	12 300
Élelmiszer	13 400	13 400	14 600	13 400	12 200
Élelmiszer	13 300	13 300	14 500	13 300	12 100
Élelmiszer	13 200	13 200	14 400	13 200	12 000
Élelmiszer	13 100	13 100	14 300	13 100	11 900
Élelmiszer	13 000	13 000	14 200	13 000	11 800
Élelmiszer	12 900	12 900	14 100	12 900	11 700
Élelmiszer	12 800	12 800	14 000	12 800	11 600
Élelmiszer	12 700	12 700	13 900	12 700	11 500
Élelmiszer	12 600	12 600	13 800	12 600	11 400
Élelmiszer	12 500	12 500	13 700	12 500	11 300
Élelmiszer	12 400	12 400	13 600	12 400	11 200
Élelmiszer	12 300	12 300	13 500	12 300	11 100
Élelmiszer	12 200	12 200	13 400	12 200	11 000
Élelmiszer	12 100	12 100	13 300	12 100	10 900
Élelmiszer	12 000	12 000	13 200	12 000	10 800
Élelmiszer	11 900	11 900	13 100	11 900	10 700
Élelmiszer	11 800	11 800	13 000	11 800	10 600
Élelmiszer	11 700	11 700	12 900	11 700	10 500
Élelmiszer	11 600	11 600	12 800	11 600	10 400
Élelmiszer	11 500	11 500	12 700	11 500	10 300
Élelmiszer	11 400	11 400	12 600	11 400	10 200
Élelmiszer	11 300	11 300	12 500	11 300	10 100
Élelmiszer					

When we grow you grow



Nº 1
MEDIA
agency

Nº 1
CREATIVE
agency



PUBLICIS
GROUPE
HUNGARY

Mondelēz. Opella.
International

SAMSUNG DIAGEO

ՀԱՇՈՒՄԻ
ՏՆԻՆԻՅԱԿ

Thanks for going
the extra
mile with us.

TOP 10 HIRDETŐ BECÜLT NET-NET BEKLÁNKÖLTÉSE (MZR FT)

TELEPÜLÉS	2023. 03.	2023. 02.	2023. 01.	2022. 12.	2022. 11.
Miskolc	12 762 847	7 746 287	6 469 876	7 099 266	27 247 227
Láb	7 226 848	7 226 739	7 227 228	7 225 497	7 445 566
Buda	7 227 876	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Debrecen	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Szeged	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Ózdi	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Debrecen	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Székesfehérvár	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Debrecen	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Székesfehérvár	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228

A táblázat adatai a Magyar Média Szövetség (MMSZ) által készített adatok alapján kerültek kiadásra. Az adatok a médiaiparban működő vállalatok által közzétett információk alapján kerültek kiadásra. Az adatok a médiaiparban működő vállalatok által közzétett információk alapján kerültek kiadásra.

Miskolc: a Miskolc Média Szövetség és a Láb Média Szövetség

A Miskolc Média Szövetség (MMSZ) a Miskolc Média Szövetség és a Láb Média Szövetség közötti együttműködés keretében működik. A MMSZ a Miskolc Média Szövetség és a Láb Média Szövetség közötti együttműködés keretében működik. A MMSZ a Miskolc Média Szövetség és a Láb Média Szövetség közötti együttműködés keretében működik.

A Miskolc Média Szövetség (MMSZ) a Miskolc Média Szövetség és a Láb Média Szövetség közötti együttműködés keretében működik. A MMSZ a Miskolc Média Szövetség és a Láb Média Szövetség közötti együttműködés keretében működik. A MMSZ a Miskolc Média Szövetség és a Láb Média Szövetség közötti együttműködés keretében működik.

MÉGNATORTA (BECÜLT NET-NET, MILLIÓ FT-BAN)

TELEPÜLÉS	2023. 03.	2023. 02.	2023. 01.	2022. 12.	2022. 11.
Miskolc	12 762 847	7 746 287	6 469 876	7 099 266	27 247 227
Láb	7 226 848	7 226 739	7 227 228	7 225 497	7 445 566
Buda	7 227 876	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Debrecen	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Szeged	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Ózdi	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Debrecen	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Székesfehérvár	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Debrecen	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228
Székesfehérvár	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228	7 227 228

A táblázat adatai a Magyar Média Szövetség (MMSZ) által készített adatok alapján kerültek kiadásra. Az adatok a médiaiparban működő vállalatok által közzétett információk alapján kerültek kiadásra. Az adatok a médiaiparban működő vállalatok által közzétett információk alapján kerültek kiadásra.

Bevezetés

A táblázat adatai a Magyar Média Szövetség (MMSZ) által készített adatok alapján kerültek kiadásra. Az adatok a médiaiparban működő vállalatok által közzétett információk alapján kerültek kiadásra. Az adatok a médiaiparban működő vállalatok által közzétett információk alapján kerültek kiadásra.

A táblázat adatai a Magyar Média Szövetség (MMSZ) által készített adatok alapján kerültek kiadásra. Az adatok a médiaiparban működő vállalatok által közzétett információk alapján kerültek kiadásra. Az adatok a médiaiparban működő vállalatok által közzétett információk alapján kerültek kiadásra.

A táblázat adatai a Magyar Média Szövetség (MMSZ) által készített adatok alapján kerültek kiadásra. Az adatok a médiaiparban működő vállalatok által közzétett információk alapján kerültek kiadásra. Az adatok a médiaiparban működő vállalatok által közzétett információk alapján kerültek kiadásra.

Hisszük, hogy a digitalizáció adta lehetőségekkel országos léptékű fejlődést érhetünk el társadalmi és kulturális szinten. Azonban nem csak a digitalizáció, de a TI szakértelmek és a közös erőfeszítés is elengedhetetlen ahhoz, hogy nap mint nap előre lépjünk.



**Ez is
ország**

egy tuning

Köszönjük, hogy 2025-ben is velünk tartottatok!
Számítunk Rátok 2026-ban is – folytassuk
az inspiráló beszélgetéseket, a közös munkát,
és alkossunk együtt maradandót!



Connecting
your world.

Ismét a Publicis vezet a médiaügynökségek listáját

A tavalyi évhez hasonlóan idén is a Publicis Groupe Hungary áll az M-Lista médiaügynökségi rangsorának élén. A tavaly lekerülő Lounge Group 2025-ben ismét szerepel a listán, azonban a Dentsu Creative Hungary idén nem került be az első öt helyezett közé. A Mediátort, a Café Communicationst és a Wavemaker Hungaryt pedig már ismerősként köszönhetjük. A listán szereplőktől évértékelést és a jövőbeli trendek ismertetését kértük. Kiderül: a jövő kulcsszavai között szerepel a hatékonyságnövelés, a figyelem minősége, és bár a videó a legerősebb formátum, az offline média felértékelődik. A szakértők abban is egyetértenek, hogy az AI megkerülhetetlen, azonban a humán erőforrásokra is figyelni kell.



PUBLICIS GROUPE HUNGARY

Head of Practice – 2025, Publicis Groupe Hungary

Az elmúlt évben a kommunikációs iparban továbbra is nagy szerepet játszott a digitális marketing, de a hagyományos média felértékelődött. A videó a legerősebb formátum, az offline média felértékelődik. A szakértők abban is egyetértenek, hogy az AI megkerülhetetlen, azonban a humán erőforrásokra is figyelni kell.

A jövő kulcsszavai között szerepel a hatékonyságnövelés, a figyelem minősége, és bár a videó a legerősebb formátum, az offline média felértékelődik. A szakértők abban is egyetértenek, hogy az AI megkerülhetetlen, azonban a humán erőforrásokra is figyelni kell.

A kommunikációs iparban továbbra is nagy szerepet játszott a digitális marketing, de a hagyományos média felértékelődött. A videó a legerősebb formátum, az offline média felértékelődik. A szakértők abban is egyetértenek, hogy az AI megkerülhetetlen, azonban a humán erőforrásokra is figyelni kell.



WESTERN

Sam Siro, Media Director, Western

„2020 egyik legfontosabb felismerése, hogy nem minden megrendelő élgette meg a virtuális világot úgy, mint mi a reklámozókat. Néhány kollégám számára az online környezet sokkal inkább a hagyományos médiumok a rendelkezésre állásról szól, hogy mindkettőt összekapcsolva használják fel a legjobban. Az együttesen való együttműködés az elkövetkező években még nagyobb szerepet fog játszani.”

„Néhányan az online megrendelőket a virtuális világban látják. A céljuk az online világot elérni, az online világot a hagyományos médiumokkal összekapcsolni. Ezzel a megrendelővel szemben, hogy a média online környezetben is elérhető legyen, és a hagyományos médiumokkal is elérhető legyen. A technológiai fejlődés a marketinggel intelligens módon együttműködve az online világot, online világot a fizikai világgal, a világot a világgal, az online világot.”

„A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja.”

„A média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja.”

„Az egyik legfontosabb felismerés az, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja.”

„Az egyik legfontosabb felismerés az, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja.”



WESTERN GROUP

Lindsay Gump, Account, New York Media Group Group

„Az egyik legfontosabb felismerés az, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja.”

„Az egyik legfontosabb felismerés az, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja.”

„Az egyik legfontosabb felismerés az, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja. A digitális média továbbra is a marketing legfontosabb eszköze. Az online világot használva, hogy az online világot a fizikai világgal összekapcsolja.”

##	ÜGYNÖKSÉG	KAMPÁNY	MEGBÍZÓ	PONT
01	Publicis Groupe Hungary	Johnnie Walker – Stomp Over Johnnie Walker – Walk Otrivin – Breathvertising Kocka OREO Masterplan Milka Choco Croissant bevezetés Square Cookie Törd át a csendet Algoflex – Fájdalom Nagykövetek Az emberség kellékei Az utolsó osztálykirándulás Az elismerés szerveze The Bin of Irritation	Diageo Diageo Haleon Hungary Mondelez Hungária Mondelez Hungária Mondelez International Nyitottak Vagyunk Opella Healthcare Hungary Radnóti Miklós Színház Radnóti Miklós Színház Samsung Magyarország Samsung Magyarország	1480
02	Mediator	Aldi Reactive Offers ALDifical Feed Listerine Humming Carols Top Hits of Literature Elfojtott Férfi Könyvek BotaniChat Gardener Pils NePohár Mátra hangja	ALDI Magyarország ALDI Magyarország JNTL Consumer Health (Hungary) Libri-Bookline Magyar Leiki Elsősegély Telefonszolgálatok Szövetsége (LESZ) Oázis Kertészetek Oázis Kertészetek Revo Union TIXA Hungary	1100
03	Lounge Group	Bolt – Értjük egymást Pályairány Százból őti Te benne vagy? Postásnak lenni nem küzdősport! MOHU Bevezető kampány The world is full of good energy 40th European Rhythmic Gymnastics Championships BUDAPEST 24 45. FIDE Sakkolimpia Budapest 2024 A legenda bennünk él 1% is Just Enough	Bolt Budapest Airport HungaroControl Magyar Posta MOL MOHU MVM Csoport Nemzeti Rendezvényszervező Ügynökség Nemzeti Rendezvényszervező Ügynökség Szerencsejáték Zrt. Szintlépés Alapítvány / Kuckó Program	203
04	Wavemaker (WPP Media)	Certificate Mama Befektetés ami valóban megéri! Erste évindító kampány Erste Bank: Cseperedő – Ahol a pénzügyi tudatosság mesébe illő kaland Pénzügyi mesekönyv az Erstétől ingatlan.com x Van Esély: Lak/hatás	Central Media Group Erste Bank Erste Bank Erste Bank ingatlan.com	162
05	Café Communications	TASZ:Adj hangot! Pepsi x Dzsúdló OTP Pénzügyi tudatosság OTP Persely Felkerékítés Találkozási kérelem	Társaság a Szabadságjogokért Magyarüdtő Forgalmazó OTP Bank OTP Bank OTP Bank	86

Táblázatunkban a legalább shortlistre jutó kampányok szerepelnek.
 A teljes lista, illetve a pontszámítás szabályai megtalálhatóak a www.mlista.hu oldalon.



HISZÜNK A KAMPÁNYOKBAN, AMIK CÉLBA TALÁLNAK



Köszönjük az
ügyfeleinknek és kollégáinknak!

NEW LAND media



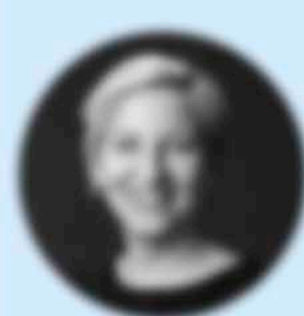
a Lounge Group tagja



Peter Smith, CEO, MFF Media

„Az elmúlt években természetesen sok változás történt meg a kommunikáció területén. Természetesen az egyik az, hogy sokkal több az a média, ami van, mint valaha. De az egyik legfontosabb változás az, hogy sokkal több a tartalom, sokkal több a tartalom, amit fogyasztóink tudnak elérni a képernyőjükön. Ez a változás pedig természetesen a tartalom terén is jelentős változást hozott. A tartalom terén az egyik az, hogy sokkal több a tartalom, amit fogyasztóink tudnak elérni a képernyőjükön. Ez a változás pedig természetesen a tartalom terén is jelentős változást hozott. A tartalom terén az egyik az, hogy sokkal több a tartalom, amit fogyasztóink tudnak elérni a képernyőjükön. Ez a változás pedig természetesen a tartalom terén is jelentős változást hozott.

Az egyik legfontosabb változás az, hogy sokkal több a tartalom, amit fogyasztóink tudnak elérni a képernyőjükön. Ez a változás pedig természetesen a tartalom terén is jelentős változást hozott. A tartalom terén az egyik az, hogy sokkal több a tartalom, amit fogyasztóink tudnak elérni a képernyőjükön. Ez a változás pedig természetesen a tartalom terén is jelentős változást hozott. A tartalom terén az egyik az, hogy sokkal több a tartalom, amit fogyasztóink tudnak elérni a képernyőjükön. Ez a változás pedig természetesen a tartalom terén is jelentős változást hozott.



Anna Maria, Marketing Manager

„Az egyik legfontosabb változás az, hogy sokkal több a tartalom, amit fogyasztóink tudnak elérni a képernyőjükön. Ez a változás pedig természetesen a tartalom terén is jelentős változást hozott. A tartalom terén az egyik az, hogy sokkal több a tartalom, amit fogyasztóink tudnak elérni a képernyőjükön. Ez a változás pedig természetesen a tartalom terén is jelentős változást hozott.

„Az egyik legfontosabb változás az, hogy sokkal több a tartalom, amit fogyasztóink tudnak elérni a képernyőjükön. Ez a változás pedig természetesen a tartalom terén is jelentős változást hozott. A tartalom terén az egyik az, hogy sokkal több a tartalom, amit fogyasztóink tudnak elérni a képernyőjükön. Ez a változás pedig természetesen a tartalom terén is jelentős változást hozott.



WPP Media

A WPP Media az AI korszakára tervezve egyesíti a legjobb felületeket, szakembereket és partnereket, hogy olyan innovatív megoldásokat hozzunk létre, amelyek páratlan növekedést biztosítanak ügyfeleink számára.

Ezért elmondhatjuk magunkról, hogy szülinapi AI-kban is nagyon ott vagyunk!

Boldog születésnapot MAKSZ és MRSZ!

Megismétlődött a tavalyi eredmény az Apex PR Toplista dobogóján, csak egy bronzérmessel lett több

A 2024-es versenyeredmények után a Lounge immár második alkalommal foglalta el a dobogó első helyét, sőt a második és a harmadik helyen szereplő ügynökségek sem változtak: ismét a Noguchi és a Mediator szerepelnek itt. Egy bronzérmel azonban több lett a tavalyihoz képest, ugyanis pontszám-egyenlőség miatt idén a Next9 is a dobogó harmadik fokára került. Az Open Communications most először szerepel a legjobb tíz között.

A tavalyi Apex PR Toplista első helyén a Lounge szerepelt, amelyet a Mediator és a Noguchi követett. A tavalyi eredmények után a Lounge immár második alkalommal foglalta el a dobogó első helyét, sőt a második és a harmadik helyen szereplő ügynökségek sem változtak: ismét a Noguchi és a Mediator szerepelnek itt. Egy bronzérmel azonban több lett a tavalyihoz képest, ugyanis pontszám-egyenlőség miatt idén a Next9 is a dobogó harmadik fokára került. Az Open Communications most először szerepel a legjobb tíz között.

A tavalyi Apex PR Toplista első helyén a Lounge szerepelt, amelyet a Mediator és a Noguchi követett. A tavalyi eredmények után a Lounge immár második alkalommal foglalta el a dobogó első helyét, sőt a második és a harmadik helyen szereplő ügynökségek sem változtak: ismét a Noguchi és a Mediator szerepelnek itt. Egy bronzérmel azonban több lett a tavalyihoz képest, ugyanis pontszám-egyenlőség miatt idén a Next9 is a dobogó harmadik fokára került. Az Open Communications most először szerepel a legjobb tíz között.

A tavalyi Apex PR Toplista első helyén a Lounge szerepelt, amelyet a Mediator és a Noguchi követett. A tavalyi eredmények után a Lounge immár második alkalommal foglalta el a dobogó első helyét, sőt a második és a harmadik helyen szereplő ügynökségek sem változtak: ismét a Noguchi és a Mediator szerepelnek itt. Egy bronzérmel azonban több lett a tavalyihoz képest, ugyanis pontszám-egyenlőség miatt idén a Next9 is a dobogó harmadik fokára került. Az Open Communications most először szerepel a legjobb tíz között.

A tavalyi Apex PR Toplista első helyén a Lounge szerepelt, amelyet a Mediator és a Noguchi követett. A tavalyi eredmények után a Lounge immár második alkalommal foglalta el a dobogó első helyét, sőt a második és a harmadik helyen szereplő ügynökségek sem változtak: ismét a Noguchi és a Mediator szerepelnek itt. Egy bronzérmel azonban több lett a tavalyihoz képest, ugyanis pontszám-egyenlőség miatt idén a Next9 is a dobogó harmadik fokára került. Az Open Communications most először szerepel a legjobb tíz között.

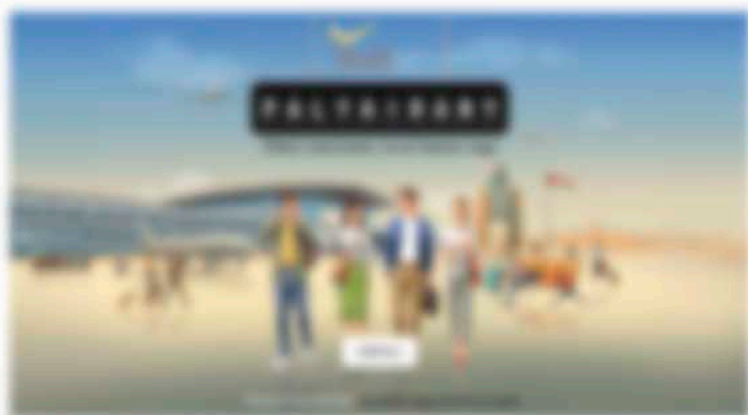
A tavalyi Apex PR Toplista első helyén a Lounge szerepelt, amelyet a Mediator és a Noguchi követett. A tavalyi eredmények után a Lounge immár második alkalommal foglalta el a dobogó első helyét, sőt a második és a harmadik helyen szereplő ügynökségek sem változtak: ismét a Noguchi és a Mediator szerepelnek itt. Egy bronzérmel azonban több lett a tavalyihoz képest, ugyanis pontszám-egyenlőség miatt idén a Next9 is a dobogó harmadik fokára került. Az Open Communications most először szerepel a legjobb tíz között.

A tavalyi Apex PR Toplista első helyén a Lounge szerepelt, amelyet a Mediator és a Noguchi követett. A tavalyi eredmények után a Lounge immár második alkalommal foglalta el a dobogó első helyét, sőt a második és a harmadik helyen szereplő ügynökségek sem változtak: ismét a Noguchi és a Mediator szerepelnek itt. Egy bronzérmel azonban több lett a tavalyihoz képest, ugyanis pontszám-egyenlőség miatt idén a Next9 is a dobogó harmadik fokára került. Az Open Communications most először szerepel a legjobb tíz között.

A tavalyi Apex PR Toplista első helyén a Lounge szerepelt, amelyet a Mediator és a Noguchi követett. A tavalyi eredmények után a Lounge immár második alkalommal foglalta el a dobogó első helyét, sőt a második és a harmadik helyen szereplő ügynökségek sem változtak: ismét a Noguchi és a Mediator szerepelnek itt. Egy bronzérmel azonban több lett a tavalyihoz képest, ugyanis pontszám-egyenlőség miatt idén a Next9 is a dobogó harmadik fokára került. Az Open Communications most először szerepel a legjobb tíz között.

A tavalyi Apex PR Toplista első helyén a Lounge szerepelt, amelyet a Mediator és a Noguchi követett. A tavalyi eredmények után a Lounge immár második alkalommal foglalta el a dobogó első helyét, sőt a második és a harmadik helyen szereplő ügynökségek sem változtak: ismét a Noguchi és a Mediator szerepelnek itt. Egy bronzérmel azonban több lett a tavalyihoz képest, ugyanis pontszám-egyenlőség miatt idén a Next9 is a dobogó harmadik fokára került. Az Open Communications most először szerepel a legjobb tíz között.

A tavalyi Apex PR Toplista első helyén a Lounge szerepelt, amelyet a Mediator és a Noguchi követett. A tavalyi eredmények után a Lounge immár második alkalommal foglalta el a dobogó első helyét, sőt a második és a harmadik helyen szereplő ügynökségek sem változtak: ismét a Noguchi és a Mediator szerepelnek itt. Egy bronzérmel azonban több lett a tavalyihoz képest, ugyanis pontszám-egyenlőség miatt idén a Next9 is a dobogó harmadik fokára került. Az Open Communications most először szerepel a legjobb tíz között.



BUKUREŞT - MĂRȚI & REPUBLICĂ ROMÂNIA

Waglan - Bulgaria Travel Springing Lounge Group

A Bulgaria Travel 2020 was the year to take things to the next level. From social media to digital marketing, we worked hard to build our brand and create a unique experience for our customers. A multi-channel approach was taken, from social media to email marketing, and a focus on customer service was maintained. The result was a significant increase in bookings and a strong reputation for our company. This was achieved through a combination of strategic marketing, excellent customer service, and a focus on quality. The result was a significant increase in bookings and a strong reputation for our company.

A lounge group approach was used to create a unique experience for our customers. A Bulgaria Travel website was launched, providing a platform for our customers to book flights and hotels. A focus on customer service was maintained, and a strong reputation for our company was built. The result was a significant increase in bookings and a strong reputation for our company.

A multi-channel approach was used to create a unique experience for our customers. A Bulgaria Travel website was launched, providing a platform for our customers to book flights and hotels. A focus on customer service was maintained, and a strong reputation for our company was built. The result was a significant increase in bookings and a strong reputation for our company.

A multi-channel approach was used to create a unique experience for our customers. A Bulgaria Travel website was launched, providing a platform for our customers to book flights and hotels. A focus on customer service was maintained, and a strong reputation for our company was built. The result was a significant increase in bookings and a strong reputation for our company.

NEW YORK - MARCH & NEW YORK'S LUNGE GROUP

Waglan - McDonald's Marketing Springing Lounge

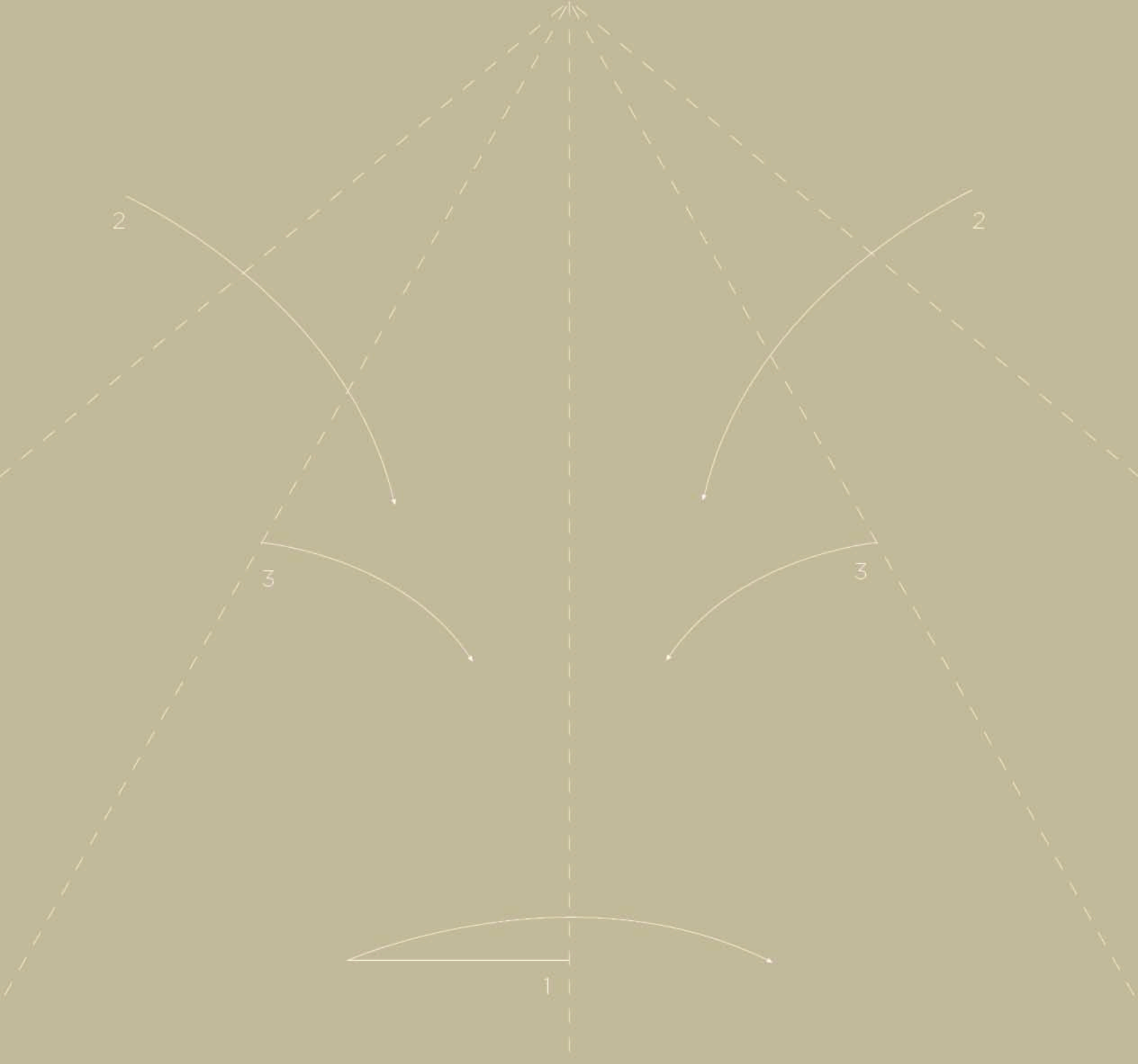
A McDonald's Marketing 2020 was the year to take things to the next level. From social media to digital marketing, we worked hard to build our brand and create a unique experience for our customers. A multi-channel approach was taken, from social media to email marketing, and a focus on customer service was maintained. The result was a significant increase in bookings and a strong reputation for our company.

A multi-channel approach was used to create a unique experience for our customers. A McDonald's Marketing website was launched, providing a platform for our customers to book flights and hotels. A focus on customer service was maintained, and a strong reputation for our company was built. The result was a significant increase in bookings and a strong reputation for our company.

A multi-channel approach was used to create a unique experience for our customers. A McDonald's Marketing website was launched, providing a platform for our customers to book flights and hotels. A focus on customer service was maintained, and a strong reputation for our company was built. The result was a significant increase in bookings and a strong reputation for our company.

A multi-channel approach was used to create a unique experience for our customers. A McDonald's Marketing website was launched, providing a platform for our customers to book flights and hotels. A focus on customer service was maintained, and a strong reputation for our company was built. The result was a significant increase in bookings and a strong reputation for our company.

A multi-channel approach was used to create a unique experience for our customers. A McDonald's Marketing website was launched, providing a platform for our customers to book flights and hotels. A focus on customer service was maintained, and a strong reputation for our company was built. The result was a significant increase in bookings and a strong reputation for our company.



HISZÜNK A SZTORIKBAN, AMIK MESSZIRE ELÉRNEK



Köszönjük az
ügyfeleinknek és kollégáinknak!

LOUNGE COMM



a Lounge Group tagja

##	ÜGYNÖKSÉG	KAMPÁNY	MEGBÍZÓ	PONT
01	Lounge Group	A korlátokat lehetőségekkel lehet lebontani Bolt – Értjük egymást MVM Future Talks – Egészséges évtizedek és szuperhumánok HungaroControl – Százból öt! Te benne vagy? Pályairány Postásnak lenni nem küzdősport! VR technológiával a tájékoztatásban	Szerencsejáték Bolt MVM HungaroControl Budapest Airport Magyar Posta One Alapítvány	1394
02	Noguchi	A 170 éves Dreher Sörgyárak employer branding stratégiája Az emberi oldal a kisgyermekes munkavállalókért Egy self-made sztár kedvence – Ilyen volt Dzsúdó mekis menüje Egy self-made sztár kedvence – közönségtalálkozó a Merkiben Gyerekként mi akartál lenni, ha felnősz? Kollégák, újratöltve: egyedülálló juttatási csomag a Yettelnél Láthatatlan veszélyek ellen látható védelem Mindenki lesz nyugdíjas Nekem ilke, neked sértés – az első magyar emoji körkép Nyugati téri Meki – Megújul egy ikon Rácz Jenő álmodta meg a hazai McDonald's legújabb menüjét Shanco – Dizájntáska egy jobb életért	Dreher Sörgyárak Profession.hu Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat UNICEF Yettel Magyarország Egis Gyógyszergyár Önkéntes Pénztárak Országos Szövetsége Yettel Magyarország Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Bagázs Közhasznú Egyesület	865
03	Next9 Communications	ABSOLUT WARHOL – Az ABSOLUT pop-art fúziója Budapesten Get Ready for the Best: Allianz Olympic Campaign Kortyolj bele a sörtörténelembe! – Dreher Sörmúzeum 45 éves jubileumi kampány	Pernod Ricard Hungary Allianz Dreher Sörgyárak	373
03	Mediator	A Mátra Hangja ALDI (re)AKCIÓS ajánlatok Elfojtott férfikönyvek Gardener Pils NePohár Sorsfordító szálak TOP Hits of Literature	Black Noise Festival / TIXA Hungary ALDI Magyarország Magyar Leiki Elsősegély Telefonszolgálatok Szövetsége (LESZ) OÁZIS Revo Union (korábban Cup Revolution) Pinkponilo Bookline	373
05	Uniomedia Communications	A helyemen vagyok! A szurkolás a levegőben kezdődik Vágtatlan Valóság. Unmuted: a Telekom sztori	CIB Bank Friesland Campina Magyar Telekom	199
06	Artificial Group	ARTMemes KrumpIIpong Missing Collectibles Ruhák a jövőből The Liberation Show Útravaló	Yettel Magyarország Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat WWF Magyarország MOHU MOL Yettel Magyarország Erste	165
07	ACG	A Komfort Krónikája Dolgozásról őszintén Ne a hővédelem legyen a hiányzó elem!	VELUX Magyarország WHC Csoport VELUX Magyarország	157
08	Positive Adamsky	Félbehagyott művészet FOCUS Program Láthatatlan hőstörténetek Mozgásban tartjuk a reményt Tesco Employer Branding Award – Say Hello to Life at Tesco	Affidea Euronics AstraZeneca Waberer's Csoport TESCO-GLOBAL	144
09	feat.	A Nagy Kombó Show Kocka OREO Masterplan Passzról passzra TheVR Mekis kedvence Yettel Hajrá Hajó	Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Mondelez Hungária Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat Yettel Magyarország	124
10	Open Communications	Diaconia – Formába öntött érték Nekünk még a csillagos ég sem szab határt!	Jobbadni Nonprofit Stühmer	111

A kampányok felsorolásánál csak a legalább bronz minősítést szerző munkákat tüntettük fel. Az Apex Toplistákban pluszpontokkal honorálunk több sikeres munkát, ezért bármelyik pontszerző versenyen legalább bronzot elérő kampány 3 további pontot ér a végeredményben. A pontszámítás menetéről további információk: apex.pphmedia.hu

##	MEGBÍZÓ	KAMPÁNY	ÜGYNÖKSÉG	PONT
01	Magyarországi McDonald's, Progress Étteremhálózat	A Nagy Kombó Show Egy ikonikus épület ismét ragyog a globális színpadon Egy self-made sztár kedvence – Ilyen volt Dzsúdlió mekis menüje Hozzánk bármikor jöhetsz. Dolgozni is. KrumpilPong Passzról passzra Rácz Jenő álmolta meg a hazai McDonald's legújabb menüjét TheVR Mekis kedvence (Twitch LIVE stream)	feat. Noguchi Noguchi Artificial Group feat. Noguchi feat.	630
02	MVM	MVM Future Talks: egészséges évtizedek és szuperemberek	Lounge Group	452
03	Magyar Posta	Postásnak lenni nem küzdősport!	Lounge Group	284
04	Bolt	Értjük egymást	Lounge Group	256
05	Pernod Ricard Hungary	ABSOLUT WARHOL – Az ABSOLUT pop-art fúziója Budapesten	Next9 Communications	206
06	Dreher Sörgyárak	A 170 éves Dreher Sörgyárak employer branding stratégiája Ésszel-Iszom! UNI – „smart students, smart campaign, smart drinking” Kortyolj bele a sörtörténelembe! – Dreher Sörmúzeum 45 éves jubileumi kampány	Noguchi Starski Next9 Communications	177
07	HungaroControl	Szából őt! Te benne vagy?	Lounge Group	167
08	Budapest Airport	Pályairány	Lounge Group	147
09	Erste Bank	CEO az utcán: Mit gondolnak az emberek a bankokról Cserebere az erdőben – szerethető pénzügyi edukáció Hiszünk benned anya/apa! Randi a bankfiókban: a pénz megöli a romantikát? Útravaló	Erste Artificial Group	126
10	Magyar Lelki Elsősegély Telefonszolgálatok Szövetsége (LESZ)	Elfojtott férfikönyvek	Mediator	111

MAGYAR POSTA, AVAGY A HANGSZEMLÉKÉRT VALÓAN MEGSZERELTÉNK CSEBŐLŐT

Magyar Posta
Szponzor: Artificial Group Communications

A kampány a Telekom Hungary mára ismeretlenül ismert szponzorától származik, amit kezdetben az ismeretlen népszerűség miatt az ügyfélnek nem látszóan, majd kommunikációs célú kommunikációs kampányként ismert meg a közönség.

A kampányt a Telekom Hungary mára ismeretlenül ismert szponzorától származik, amit kezdetben az ismeretlen népszerűség miatt az ügyfélnek nem látszóan, majd kommunikációs célú kommunikációs kampányként ismert meg a közönség.

A kampányt a Telekom Hungary mára ismeretlenül ismert szponzorától származik, amit kezdetben az ismeretlen népszerűség miatt az ügyfélnek nem látszóan, majd kommunikációs célú kommunikációs kampányként ismert meg a közönség.

A kampányt a Telekom Hungary mára ismeretlenül ismert szponzorától származik, amit kezdetben az ismeretlen népszerűség miatt az ügyfélnek nem látszóan, majd kommunikációs célú kommunikációs kampányként ismert meg a közönség.

KRUMPILOPONG

Magyar McDonald's
Szponzor: Artificial Group

A McDonald's az Artificial Group-tól megkapta a kampányt, amit kezdetben az ismeretlen népszerűség miatt az ügyfélnek nem látszóan, majd kommunikációs célú kommunikációs kampányként ismert meg a közönség.

A kampányt a Telekom Hungary mára ismeretlenül ismert szponzorától származik, amit kezdetben az ismeretlen népszerűség miatt az ügyfélnek nem látszóan, majd kommunikációs célú kommunikációs kampányként ismert meg a közönség.

A kampányt a Telekom Hungary mára ismeretlenül ismert szponzorától származik, amit kezdetben az ismeretlen népszerűség miatt az ügyfélnek nem látszóan, majd kommunikációs célú kommunikációs kampányként ismert meg a közönség.

A kampányt a Telekom Hungary mára ismeretlenül ismert szponzorától származik, amit kezdetben az ismeretlen népszerűség miatt az ügyfélnek nem látszóan, majd kommunikációs célú kommunikációs kampányként ismert meg a közönség.

A kampányt a Telekom Hungary mára ismeretlenül ismert szponzorától származik, amit kezdetben az ismeretlen népszerűség miatt az ügyfélnek nem látszóan, majd kommunikációs célú kommunikációs kampányként ismert meg a közönség.



OLUŠTAVANJE ČLANIKA

Moguća Bilo
Opisivanje Bilo

A Bilo je bilo stvaranje formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo, ali to je bilo moguće i nakon formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo – jedna stvar.

U opširnom „Bilo i Bilo“ opisu formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo, opširno je opisano kako se formirala grupa u skladu s Bilo i Bilo, ali to je bilo moguće i nakon formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo – jedna stvar. Opširno je opisano kako se formirala grupa u skladu s Bilo i Bilo, ali to je bilo moguće i nakon formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo – jedna stvar.

A grupa članova Bilo i Bilo formirala se u skladu s Bilo i Bilo, ali to je bilo moguće i nakon formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo – jedna stvar.

U skladu s Bilo i Bilo formirala se grupa u skladu s Bilo i Bilo, ali to je bilo moguće i nakon formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo – jedna stvar.

A grupa članova Bilo i Bilo formirala se u skladu s Bilo i Bilo, ali to je bilo moguće i nakon formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo – jedna stvar.

FOCUS PROGRAM – BILUŠTAVANJE ČLANIKA

Moguća Bilo
Opisivanje Fokus Bilo

A Bilo je bilo stvaranje formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo, ali to je bilo moguće i nakon formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo – jedna stvar.

U skladu s Bilo i Bilo formirala se grupa u skladu s Bilo i Bilo, ali to je bilo moguće i nakon formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo – jedna stvar.

A grupa članova Bilo i Bilo formirala se u skladu s Bilo i Bilo, ali to je bilo moguće i nakon formiranja grupe u skladu s Bilo i Bilo – jedna stvar.

Újra csúcson – menetrend szerint

A 2025-ös Kreatív Apex PR Toplista szerint a Budapest Airport ismét az egyik legsikeresebb megbízónak bizonyult a hazai PR-piacon.

Büszkék vagyunk a minőségre, amit mind szolgáltatásainkban, mind szakmai teljesítményünkben képviselünk.

Gratulálunk a többi díjazottnak is, partnereinknek pedig kiemelten köszönjük a közös munkát!



Apex
kreatív



BUDAPEST
AirPORT

POWERED BY **VINCI** AIRPORTS



A NAGY KOMBÓ SHOW

Magyar Média
 Szolgáltató Kft.

A Média Kft. a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között az országban a legjelentősebb és legdiverzálóbb média- és kommunikációs vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát.

A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát.

A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát.



Egy pillanat az űrből - A STÖMBER MÉDIA

Magyar Média
 Szolgáltató Kft.

A Média Kft. a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között az országban a legjelentősebb és legdiverzálóbb média- és kommunikációs vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát.

A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát.

A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát.

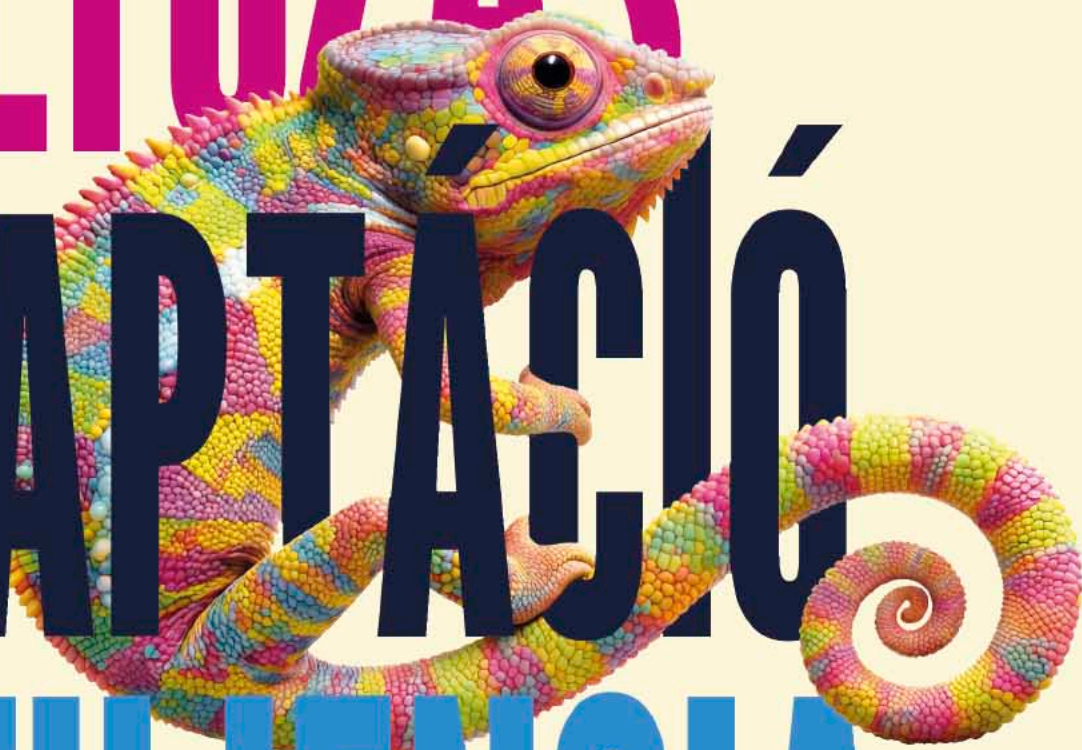
A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát.

A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát. A vállalat az országban a legnagyobb médiacsoportot képviselő vállalatok között tartja számon magát.

VÁLTOZÁS

ADAPTÁCIÓ

REZILIENCIA



**A világ változik. A piac átalakul.
A kihívások új arcot öltenek.**

Mi nem csak reagálunk. Alkalmazkodunk.
Tanulunk, újragondolunk, fejlődünk.

Mert az igazi erő abban van, hogy minden
helyzetben képesek vagyunk megújulni.

NEXT9

Partner of What's next | MPRSZ tag
BOLDOG SZÜLINAPOT MRSZ ÉS MAKSZ!

Az Anagraphic vezeteti az Apex Design Toplistát, két új szereplő a top 5-ben

Sorozatban harmadszor került a Kreatív Apex Design Toplistára Farkas Anna, az Anagraphic alapítója, aki az újabb rangos nemzetközi díjnak köszönhetően idén az első helyen végzett. A top 5-ben szerepel visszatérő stúdió és tervező, és új belépőként két neves, sokat tapasztalt ügynökség.



ELŐRŐZDŐ: ANAGRAPHIC

2010-ben és 2011-ben is szerepelt a Kreatív Apex Design Toplistán Farkas Anna, az Anagraphic alapítója, aki az újabb rangos nemzetközi díjnak köszönhetően idén az első helyen végzett. A top 5-ben szerepel visszatérő stúdió és tervező, és új belépőként két neves, sokat tapasztalt ügynökség.



MEGJEGYZÉS

Magyarországi ügynökségek szerepeltek a nemzetközi Toplistán? Ez a kérdés nemcsak a magyarországi, hanem a nemzetközi Toplistán is felmerülhet, hiszen az ügynökségek nemcsak a hazai, hanem a nemzetközi piacokon is tevékenykednek, és a nemzetközi Toplistán is szerepelhetnek.

A Kreatív Apex Design Toplistán szerepeltek a nemzetközi ügynökségek is.

##	PÁLYÁZÓ	DÍJAZOTT MUNKÁK
01	Anagraphic	Iparkodunk Kaesz-otthonok Iréne Sola: Szemet adtam Ki a raktárból! A főváros képtára – Művek és történetek
02	Graphasel	Vasarely és Fajó Seven Hills Whisky Blumenizer MVM Flow
03	Vörös Botond	Arrival Training Mindent összevetve
04	Brand Bar	Pacapime GAMMA Lyffy Patányi Borászat Type Fonts A-Z, Print
05	art1st design studio	Magyar Néprajzi Múzeum új állandó kiállítás – általános vizuális megjelenés Magyar Néprajzi Múzeum új állandó kiállítás – a multimédia megoldások összessége Magyar Néprajzi Múzeum – ZOOM kiállítási katalógus

A kampányok felsorolásánál csak a legalább bronz minősítést szerző munkákat tüntettük fel. Az Apex Toplistákban pluszpontokkal honorálunk több sikeres munkát, ezért bármelyik pontszerző versenyen legalább bronzot elérő alkotás 3 további pontot ér a végeredményben. A pontszámítás menetéről további információk: apex.pphmedia.hu



KAESZ-OTTHONOK 1955-1980

A Keszőtelepi Művelődési Központ és Könyvtár 1980-1981 között tartotta az Őszi Keszőtelepi Fesztivált. A fesztivál célja volt a helyi közösség erősítése, a helyi kultúra megőrzése és a helyi gazdaság támogatása. A fesztivál során számos kulturális és sporteseményt tartottak, amelyek a helyi lakosok számára nagy örömet okoztak. A fesztivál sikeres volt, és a helyi közösség erősítésében nagy szerepet játszott.

A munka a Graphoson Poster és Design Kompetitívum díjazottjának tekinthető.



IRÉNE SOLA: SZEMET ADTAM...

A Keszőtelepi Művelődési Központ és Könyvtár 1980-1981 között tartotta az Őszi Keszőtelepi Fesztivált. A fesztivál célja volt a helyi közösség erősítése, a helyi kultúra megőrzése és a helyi gazdaság támogatása. A fesztivál során számos kulturális és sporteseményt tartottak, amelyek a helyi lakosok számára nagy örömet okoztak. A fesztivál sikeres volt, és a helyi közösség erősítésében nagy szerepet játszott.

A munka a Graphoson Poster és Design Kompetitívum díjazottjának tekinthető.



Ki a raktárból! Storage Break

1988-2018
Történelmi Szényvásár a Kádár-korszak

1988-2018
Történelmi Szényvásár from the Kádár era

1988-2018
1988-2018

1988-2018
1988-2018

3.



3. A Kádár-korszak (1988-2018)
(1988-2018, Történelmi Szényvásár a Kádár-korszak)

A Kádár-korszak (1988-2018) a szocializmus utolsó, de utolsó idejének kezdete az ötvenes években. Szociális és kulturális politikai irányítás mellett megjelent az új típusú kultúrpolitika, amelynek keretében a kulturális életben is megkezdődött a reformok sorozata. A Kádár-korszakban a kultúra és a művészetek szerepe megváltozott, az állam és a társadalom közötti viszonyok újabb szintre emelkedtek. A Kádár-korszakban a kultúra és a művészetek szerepe megváltozott, az állam és a társadalom közötti viszonyok újabb szintre emelkedtek.

3. English Poster Integration and the Historical Museum Ltd.

3. English Poster Integration and the Historical Museum Ltd.

A Kádár-korszak (1988-2018) a szocializmus utolsó, de utolsó idejének kezdete az ötvenes években. Szociális és kulturális politikai irányítás mellett megjelent az új típusú kultúrpolitika, amelynek keretében a kulturális életben is megkezdődött a reformok sorozata. A Kádár-korszakban a kultúra és a művészetek szerepe megváltozott, az állam és a társadalom közötti viszonyok újabb szintre emelkedtek.

3. English Poster Integration and the Historical Museum Ltd.

REDDOT WINNER 2025 « BEVERAGE
PACKAGING: SEVEN HILLS WHISKY » REDDOT
WINNER 2025 « BEVERAGE PACKAGING:
BLUMENIZER GIN » REDDOT WINNER 2025 «
BOOK - VASARELY ÉS FAJÓ » REDDOT WINNER
2025 « TYPEFACE - MVM FLOW » GERMAN
DESIGN AWARD « HERZ NEW YORK COFFEE
ROASTERS » A' DESIGN AWARD « SILVER
WINNER - SEVEN HILLS WHISKY » RGB «
CSOMAGOLÁS - RED - BLUMENIZER » RGB «
BETŰTERVEZÉS, TIPOGRÁFIA - GREEN - MVM
FLOW » ARANYRAJZSZÖG « AZ ÉV STÚDIÓJA »



DESIGN
BECOMES
EXPERIENCE.

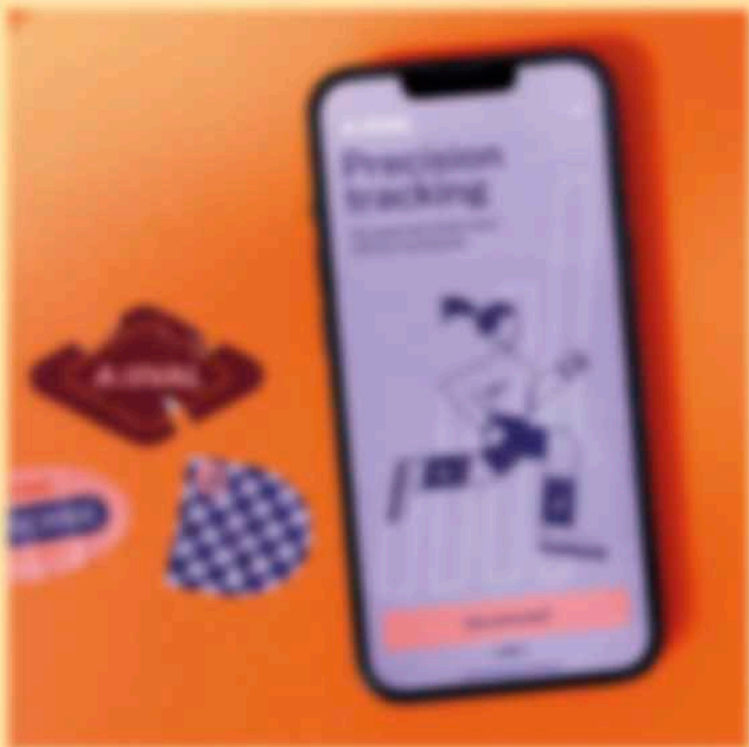
Graphasel



HEMELKÖZELMÉNYEK: VILÁGOS JÖVŐK

A szellemi életünk egyik fontos részét képezi a Magyar Népi Szellemi Igényekért Alapítvány által szervezett képzések, workshopok és konferenciák. Az alapítvány célja a szellemi életünk erősítése, a kultúra iránti érdeklődés növelése, a kreativitás és az innováció előmozdítása. A Magyar Népi Szellemi Igényekért Alapítvány által szervezett képzések, workshopok és konferenciák célja a szellemi életünk erősítése, a kultúra iránti érdeklődés növelése, a kreativitás és az innováció előmozdítása. A Magyar Népi Szellemi Igényekért Alapítvány által szervezett képzések, workshopok és konferenciák célja a szellemi életünk erősítése, a kultúra iránti érdeklődés növelése, a kreativitás és az innováció előmozdítása.

Érdemes utazni a szellemi, gondolati térben – ami lehetővé teszi a kreatív ötletek felfedezését és a szellemi életünk erősítését. A Magyar Népi Szellemi Igényekért Alapítvány által szervezett képzések, workshopok és konferenciák célja a szellemi életünk erősítése, a kultúra iránti érdeklődés növelése, a kreativitás és az innováció előmozdítása. A Magyar Népi Szellemi Igényekért Alapítvány által szervezett képzések, workshopok és konferenciák célja a szellemi életünk erősítése, a kultúra iránti érdeklődés növelése, a kreativitás és az innováció előmozdítása.



ARMAK, TITKOK

Az ArmaK Tracking egy online alkalmazás, amely lehetővé teszi a szellemi életünk erősítését, a kreatív ötletek felfedezését és a szellemi életünk erősítését. A Magyar Népi Szellemi Igényekért Alapítvány által szervezett képzések, workshopok és konferenciák célja a szellemi életünk erősítése, a kultúra iránti érdeklődés növelése, a kreativitás és az innováció előmozdítása. A Magyar Népi Szellemi Igényekért Alapítvány által szervezett képzések, workshopok és konferenciák célja a szellemi életünk erősítése, a kultúra iránti érdeklődés növelése, a kreativitás és az innováció előmozdítása.

Az ArmaK a Next Gen Design Awardon szerepelt, a Graphicon és az IF Design Awardon is díjazták.



MINDEK SZERKEZTE

A Mindart Cognitive egy online alkalmazás, amely lehetővé teszi a szellemi életünk erősítését, a kreatív ötletek felfedezését és a szellemi életünk erősítését. A Magyar Népi Szellemi Igényekért Alapítvány által szervezett képzések, workshopok és konferenciák célja a szellemi életünk erősítése, a kultúra iránti érdeklődés növelése, a kreativitás és az innováció előmozdítása. A Magyar Népi Szellemi Igényekért Alapítvány által szervezett képzések, workshopok és konferenciák célja a szellemi életünk erősítése, a kultúra iránti érdeklődés növelése, a kreativitás és az innováció előmozdítása.

Az ArmaK a Next Gen Design Awardon szerepelt, a Graphicon és az IF Design Awardon is díjazták.



MEZGONDÁS HELYSZÍN: BRÁND BARR

A 2015-ös év elején, mielőtt az új évvel kapcsolatban mindenki elkezdené tervezni, hogy miként lehetne leghatékonyabban megszervezni a csapat munkáját, megbeszélés volt a szervezők között. Tervezték a Café Design munkásságát, Café Design elnevezést, és az ottani munkát is megbeszéltek. A tervezés folyamata részletes volt.

2015-ben a szervezők megbeszéltek a munkájuk megnevezését is. Miért kell megnevezni a munkájukat? A munkájukat az ottani munkát is megbeszéltek a szervezők között, és a munkájukat is megbeszéltek.

A munkájukat az ottani munkát is megbeszéltek a szervezők között, és a munkájukat is megbeszéltek a szervezők között.



MEZGONDÁS

A munkájukat az ottani munkát is megbeszéltek a szervezők között, és a munkájukat is megbeszéltek a szervezők között. A munkájukat az ottani munkát is megbeszéltek a szervezők között, és a munkájukat is megbeszéltek a szervezők között.

A munkájukat az ottani munkát is megbeszéltek a szervezők között, és a munkájukat is megbeszéltek a szervezők között.



Patányi Borközel - László és Csilla Kőrösi

A Patányi Borközel a Balassagyógyfürdő egyik feltámasztott szőlőültetvényéből származó, nagy szőlőterületű, nagy előmezővel egy-egy hektár területű szőlőültetvényekből, amelyek a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják. A szőlőültetvények a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják, amelyek a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják. A Patányi Borközel egyike a Balassagyógyfürdő szőlőültetvényeinek, amelyek a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják. A szőlőültetvények a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják, amelyek a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják.

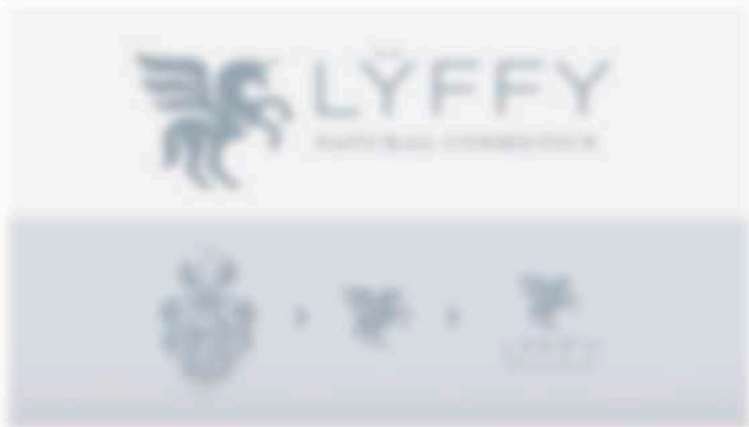
A régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják a szőlőültetvények.

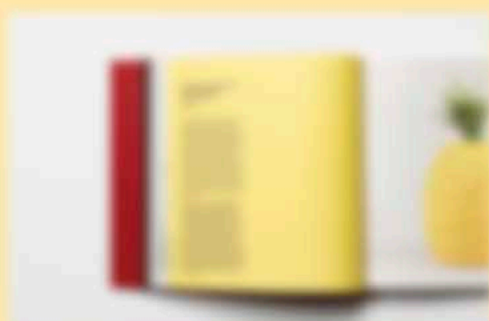
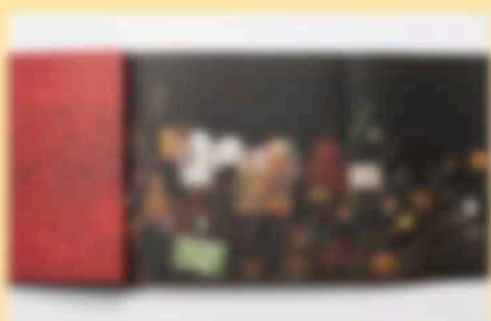
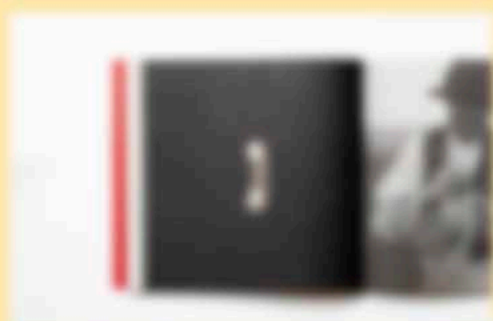


LÝFFY

A Lýffy szőlőültetvények a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják, amelyek a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják. A Lýffy szőlőültetvények a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják, amelyek a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják. A Lýffy szőlőültetvények a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják, amelyek a régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják.

A régi szőlőterületek helyreállítását szolgálják a szőlőültetvények.





A Művészet és a Design közötti viszonyok és a jövőbeli kihívások

A művészet és a Design közötti viszonyok és a jövőbeli kihívások témáján a New York Design Museum és a Magyar Művészeti Intézet közös kiállítását mutatjuk be. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól.

A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól.

A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól.

A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól.

A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól.

ÉRDEK FELFEDÉSEK: MŰVÉSZET ÉS DESIGN KÖZÖTT

A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól.

A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól. A kiállítás a művészet és a design közötti viszonyokról és a jövőbeli kihívásokról szól.



Fotó: Szabó Réka

art1st studio – ahol a grafika, az építészet és a technológia egy nyelvet beszél

2025-ben három aranyat hozott el a Red Dot Design Awardsról a budapesti art1st studio, és ezzel felkerült az idei Apex Design Toplistára. A díjak a Néprajzi Múzeum új állandó kiállításához kapcsolódnak: aranyat kapott az általános vizuális megjelenés és a belsőépítészet, a kiállításban alkalmazott multimédiás megoldások összessége, illetve az első tematikus egység, a ZOOM katalógusa. A három területet érintő három elismerés a műhely kreatív gondolkodásának komplexitását is jelzi – erről beszélgettünk a stúdió vezetőjével, Taraczkó Dániellel.

Kevés olyan kreatív műhely működik Magyarországon, amelynek története olyan szervesen összefonódik a rendszerváltás utáni vizuális kultúra formálódásával, a digitális forradalommal és az építészet újfajta megközelítésével, mint az art1st stúdióé. A több mint harminc éve alapított iroda túlélte az elmúlt évtizedek szakmai és technológiai fordulatait, és saját, markáns utat alakított ki: egy olyan működési modellt, amelyben a vizuális kultúra különféle elemei, a grafika, az építészet, a belsőépítészet és a technológiai megvalósítás együtt, egymást erősítve vannak jelen.

„Az art1st története 1989-ben indult, egy olyan időszakban, amikor a számítógépes grafika még újdonságnak számított Magyarországon. A stúdió alapítója, Stella Gábor az elsők között hozott Macintosh gépeket Budapestre, és ezzel megalapozta azt a szemléletet, amely később az art1st egyik védjegyévé vált: a technológia nem csupán eszköz, hanem a kreatív gondolkodás része. Akkoriban az art1st még tisztán grafikai stúdióként, nagy

reklámügynökségeknek dolgozott. A kilencvenes évek elején a magyar reklámpiac egészen más logika szerint működött: az ügynökségeknek nem volt saját grafikai részlegük, a vizuális munkákat kiszervezték” – mondja Taraczkó Dániel, aki 1991 nyarán, elsőéves építészhallgatóként került a csapatba.

BŐVÜLŐ PORTFÓLIÓ

A szakmai fordulat a kilencvenes évek második felében jött el, amikor a Westel a megrendelőjük lett, majd 1998-ban pályázatot írt ki a magyarországi üzletek kialakítására. Abban az évben az első megnyert pályázattal az építészet is a stúdió profiljának része lett. Azóta az art1st folyamatosan dolgozik a telekommunikációs cég üzletein (2004-ig a Westelnek, majd a vállalat felvásárlása után a Deutsche Telekomnak); az elmúlt 33 évben mintegy 3500 egységet terveztek New Yorktól Lengyelországon át Kréta szigetéig, szerte a világban.

Idővel a stúdió egyre több építészeti megbízást kapott. Az egyik mérföldkő a 2014-ben átadott Budapest Music Center volt, amelynek belsőépítészeti tervezését Taraczkó Dániel vezette, a sikeres projekt pedig megerősítette abban, hogy az építész és a vizuális kommunikáció elválaszthatatlanok egymástól.

„Számomra a vizualitás soha nem korlátozódott egyetlen síkra: a tér, a képernyők, az információs felületek, a fények és az anyagok mind ugyanannak az élménynek a részei. Ez az oka annak is, hogy nálunk kimondottan sokan dolgoznak IT-területen – mi ezt is integráljuk az építészetbe és a grafikába. Egy munka során minden egyes elemet igyekszünk megtervezni és az ellenőrzésünk alatt tartani – pontosabban minden felületről gondoskodunk, mert az összes vizuális impulzust egyben szeretnénk kezelni.”

EDDIGI LEGKOMPLEXEBB MUNKÁJUK: A NÉPRAJZI MÚZEUM ÁLLANDÓ KIÁLLÍTÁSA

A 2010-es évek első felében a stúdió indult a Magyar Zene Házára kiírt építészeti pályázaton. Bár végül a japán Sou Fujimoto terve lett a befutó, az art1st a top 10-ben végzett, és a pályázatuk alapján lehetőséget kaptak a Zene Háza állandó kiállításának korai koncepcionális tervezésében való részvételre, majd egy időszaki kiállítás megtervezésére a Millennium Házában. Ezt újabb kiállítás követte a Magyar Nemzeti Galériában, majd jött a belső pályázat útján elnyert megbízás az új Néprajzi Múzeum állandó kiállításának első tematikus egysége – a ZOOM – megtervezésére 2022-ben. A ZOOM sikere hozta el a megbízást a teljes állandó kiállítás megtervezésére, amely az art1st eddigi legösszetettebb projektje lett. Egy több ezer műtárgyat felvonultató, hatalmas tudásanyagot kellett térbeli élménnyé formálni úgy, hogy a látogató érdeklődése mindvégig fennmaradjon, ne érezze tehernek a befogadást. A tervezés során feltették a kérdést: mit lát meg az ember első pillantásra, mit fedez fel, ha megáll, és mit talál meg csak akkor, ha mélyebben elmerül a kiállításban? Ez az információátadás hierarchiája, ami a koncepció alapja lett: a látogató a saját ritmusához igazodva férjen hozzá a tudásanyaghoz.

A terv a hagyományos, monokróm múzeumi világgal is szakított. A színek, a térbeli dinamika, a „városként” szervezett struktúra, a többféle térelmény mind azt a célt szolgálják, hogy a látogató élményekkel és emlékképekkel távozzon, ne pusztán információkkal. A digitális technológia – tabletek, nagyítható műtárgyfotók, videók, hanganyagok, QR-kódok – pedig a korszellem természetes leképezéseként van jelen, hiszen az emberek élete ma már elválaszthatatlan a képernyőktől.

„A projekt elismerései – többek között a három Red Dot-díj és az AVICOM nemzetközi multimédiás díja – azért különösen értékesek számomra, mert ezek nem promóciós díjak, hanem valós szakmai elismerések. És azért is, mert az építészettől a vizuális

megformáláson át a multimédiáig egy munka minden aspektusára elismerést kaptunk. Ezek független, szakmai visszajelzések arról, hogy az általunk képviselt integrált szemlélet jól működik, ráadásul a megrendelőnek is éppúgy visszaigazolást jelentenek, mint nekünk.”

Ugyanez a gondolkodásmód jelenik meg újabb nagyszabású munkájukban, a tavasszal megnyíló Citadella kiállítási terében is, amit Taraczkó Dániel nem áttervezésként, hanem pacifikálásként értelmez. Egy egykor zárt, katonai objektum megnyitása, élő közparkká alakítása nem pusztán építészeti feladat, hanem városi léptékű gesztus. A cél az, hogy a Gellért-hegy tetején lévő épületegyüttes újra átjárható, élő találkozóhelyé váljon, olyan izgalmas térré, amely visszakérül a város vérkeringésébe – magyarázza.

AZ ELSŐ VONÁSTÓL AZ UTOLSÓ CSAVARIG

Az art1st működésének egyik legfontosabb sajátossága a stúdió-struktúra. Az irodán belül külön építész-, grafikai-, IT- és média-stúdiók működnek, egymással összehangoltan. Ez azért alakult így, mert a már említett komplexitás jegyében az utolsó csavarig meg is valósítják a projekteket.

„Amikor csak lehetséges, arra törekszem, hogy az elejétől végigvigyük a teljes folyamatot. A díjakból nem derült ki, de mi nem egyszerűen megterveztuk a kiállítást, hanem az utolsó szögig meg is valósítottuk – a multimédiás felületeket, az összes asztalosszerkezetet, az összes műtárgy-installációt. Ugyanígy a Citadella kiállításában is elejétől a végéig megvalósítunk mindent” – mondja a stúdió vezetője, aki szerint iparosodott világunkban ezer darabra szakadt az építészet, de a tervezőgrafika is. „Egy ügynökségnél jellemzően dolgozik egy kreatív szakember, mellette egy grafikus és egy nyomdai előkészítő. Nálunk ez másképp működik: a kreatív, a grafikus és a nyomdai előkészítő ugyanaz a személy. Azért, mert a végeredményt nem az én színeim vázlataim fogják meghatározni, hanem az, ami a nyomdagépből kijön. Minden tervezőnek »be kell piszkolnia a kezét«, ismernie kell azt a technológiát, amire tervez. Ugyanez igaz az építészetre is: nem a hiperrealisztikus látványtervek szépsége határozza meg az épület minőségét, hanem az, ahogyan azt a kivitelező végül megépíti. Az építész valójában a kivitelező – a kőműves, a burkoló, az asztalos – kezével rajzol, az ő tudásuk határozza meg a tervező lehetőségeit. Ezért tartom fontosnak, hogy a teljes folyamatban a technológiai és a kulturális környezetet is figyelembe vegyük: nem lehet olyasmiről beszélni, ami az adott helyen és időben nem megvalósítható – az absztrakt ideálok helyett az érték a lokálisan elérhető legjobb minőségben rejlik. Ebből a szemléletből fakadóan a hosszú távú tervem az, hogy a magyar nyelvben is nehezen megkülönböztethető építész és építő fogalmát a gyakorlatban újra egyesítsük; ami tudatos ellenpontja annak a szétválasztott modellnek, amelyben a tervezés és a kivitelezés külön világokként működnek.”

„A díjak független, szakmai visszajelzések arról, hogy az általunk képviselt integrált szemlélet jól működik, ráadásul a megrendelőnek is éppúgy visszaigazolást jelentenek, mint nekünk.”

Márkaaktivációk, nagyszabású események és egyedi megoldások az idei Event/BTL listánkon

A Kreatív idén ötödik alkalommal állította össze az Event/BTL listát, ahol továbbra is hazai és külföldi versenyeken elért eredmények alapján rangsoroltuk az ügynökségeket. A Lounge megőrizte ötödik éve tartó vezető helyét, a tavalyi listából még a Mediator került be a top 5-be. Az Artificial négy év után szerepel itt ismét, míg a Publicis Groupe Hungary és a Highlights Media most debütál a rangsorban.

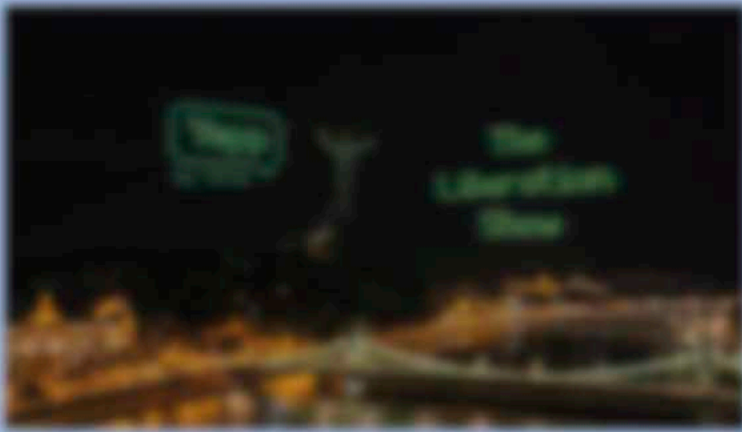


Photo: János Székely

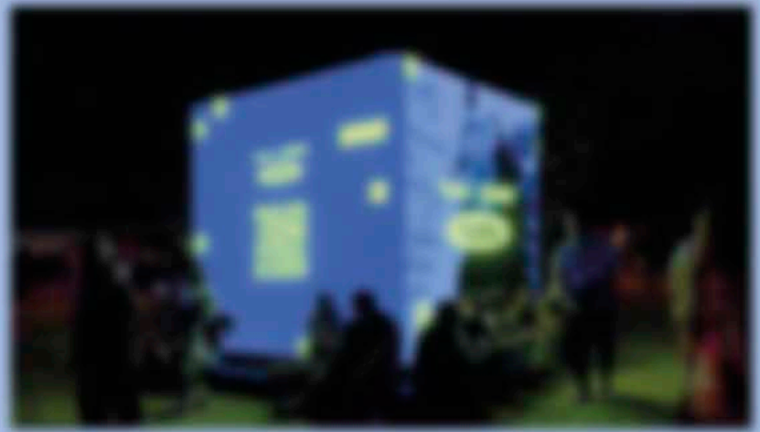


Photo: János Székely

Ügynökségek és a kreatív megoldások

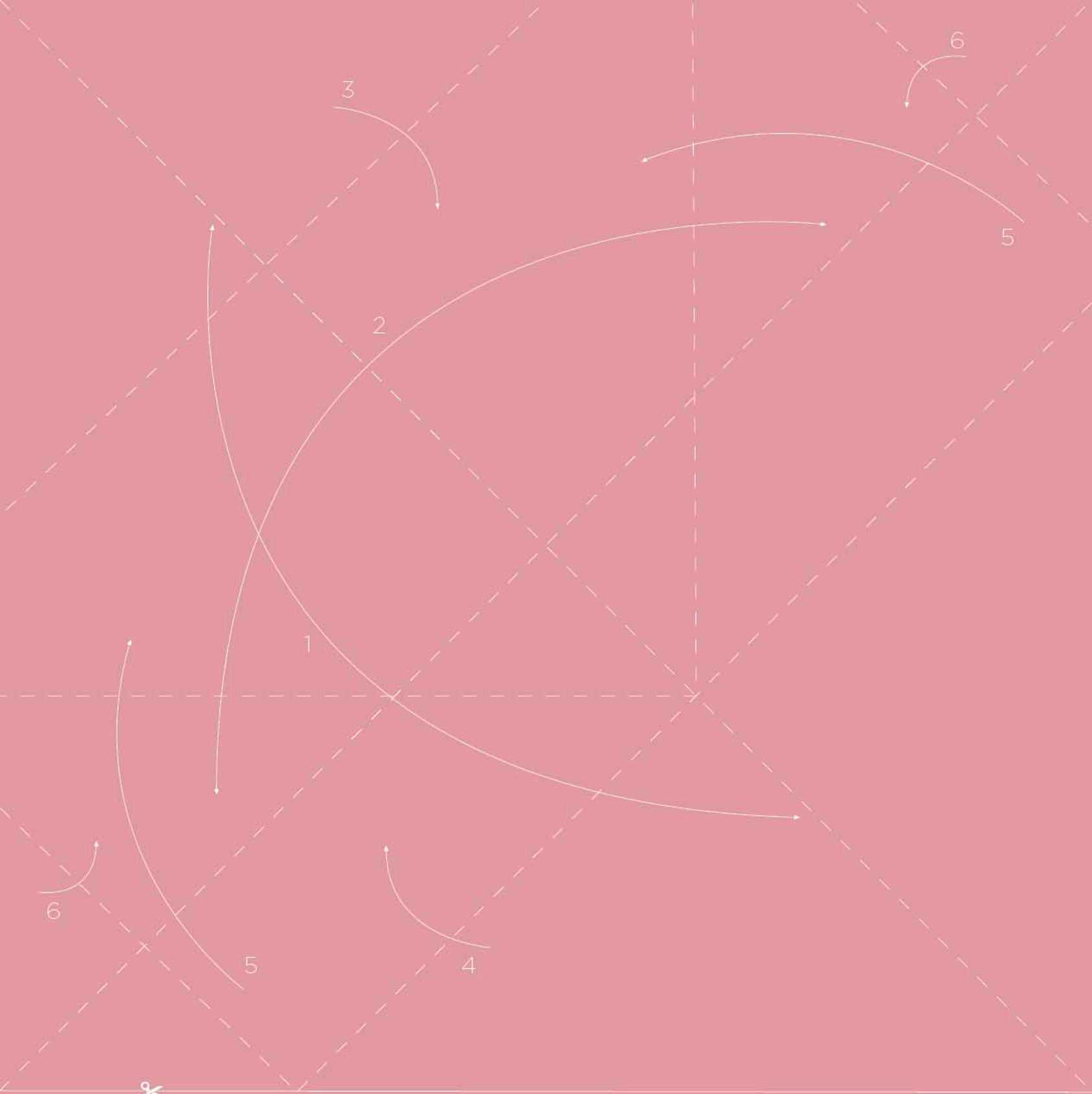
Az idei listán a Creative Lounge vezető szerepet játszik, az ötödik helyen pedig a Lounge. A Creative Lounge vezető szerepet játszik az idei listán, az ötödik helyen pedig a Lounge. A Creative Lounge vezető szerepet játszik az idei listán, az ötödik helyen pedig a Lounge. A Creative Lounge vezető szerepet játszik az idei listán, az ötödik helyen pedig a Lounge.

A Creative Lounge vezető szerepet játszik az idei listán, az ötödik helyen pedig a Lounge. A Creative Lounge vezető szerepet játszik az idei listán, az ötödik helyen pedig a Lounge.

A Creative Lounge vezető szerepet játszik az idei listán, az ötödik helyen pedig a Lounge. A Creative Lounge vezető szerepet játszik az idei listán, az ötödik helyen pedig a Lounge.

Ügynökségek és a kreatív megoldások

A Creative Lounge vezető szerepet játszik az idei listán, az ötödik helyen pedig a Lounge. A Creative Lounge vezető szerepet játszik az idei listán, az ötödik helyen pedig a Lounge.



**HISZÜNK AZ
ESEMÉNYEKBEN,
AMIK NYOMOT
HAGYNAK**



Köszönjük az
ügyfeleinknek és kollégáinknak!

Lounge event



a Lounge Group tagja

Szeretjük, ha az ügyfeleink
challenge-elnek minket.

Különben most nem lennénk
az APEX BTL/EVENT TOP 5-ben.



Content-first marketing ügynökségként
pedig külön öröm ez nekünk. Köszönjük
minden partnerünknek a bizalmat.

HIGHLIGHTS
MEDIA

##	ÜGYNÖKSÉG
01	Brandfizz Employer Branding
02	Lounge Group
03	Uniomedia Communications
04	MindMiners Collective
05	Publicis Groupe Hungary

##	VÁLLALAT
01	BMW Group Gyár Debrecen
02	ALDI Magyarország
03	Richter Gedeon
04	HungaroControl
05	CIB Bank



A HILYENES ÜZEMELŐ

Előzetes: CIB Bank
Szolgáltatás: Uniomedia Communications

A CIB Bank munkatársai nemcsak a legújabb HR trendekkel tartanak lépést, hanem a legújabb HR trendekkel is. A HR stratégia megvalósítását egy HR csapat végzi, amelynek tagjai a HR területen dolgoznak. A HR csapat tagjai a HR területen dolgoznak, és a HR területen dolgoznak. A HR csapat tagjai a HR területen dolgoznak, és a HR területen dolgoznak. A HR csapat tagjai a HR területen dolgoznak, és a HR területen dolgoznak.

A HILYENES ÜZEMELŐ

Előzetes: ALDI Magyarország Debrecen
Szolgáltatás: Brandfizz Employer Branding

Az ALDI Magyarországi Debrecen munkatársai nemcsak a legújabb HR trendekkel tartanak lépést, hanem a legújabb HR trendekkel is. A HR stratégia megvalósítását egy HR csapat végzi, amelynek tagjai a HR területen dolgoznak. A HR csapat tagjai a HR területen dolgoznak, és a HR területen dolgoznak. A HR csapat tagjai a HR területen dolgoznak, és a HR területen dolgoznak.

AZ ERŐSZAKOT SENKI NEM DÍJAZZA.



**Az erőszakmentességről szóló kampányunkat viszont annál inkább,
Budapesten, Londonban, New Yorkban és Mumbaiban is!**

Köszönjük a helyezést minden partnerünknek!

Van kedved beszégetni?



MEGVALÓSÍTÓ SZAKASZLEÍRÉS: SZAKASZLEÍRÉS

Feladat: Kulturális Szekció

Kulturális szekción, a téma megvalósításához szükséges feladatokat a szekciónak kell elvégeznie. A feladat célja, hogy a szekciónak legyen lehetősége a feladatok elvégzésére, és a feladatok elvégzésétől függően megvalósíthatja a feladatot.

Kulturális Szekció



MEGVALÓSÍTÓ SZAKASZLEÍRÉS

Feladat: Kulturális Szekció

A feladat célja, hogy a szekciónak legyen lehetősége a feladatok elvégzésére, és a feladatok elvégzésétől függően megvalósíthatja a feladatot. A feladat célja, hogy a szekciónak legyen lehetősége a feladatok elvégzésére, és a feladatok elvégzésétől függően megvalósíthatja a feladatot.

MULTIKULTURÁLIS ÉS KULTURÁLIS ÉRTÉKESÍTÉS AZ ISKOLAI ÉLETVETÉS BENT

Feladat: Kulturális Szekció

Feladat: Kulturális Szekció

A feladat célja, hogy a szekciónak legyen lehetősége a feladatok elvégzésére, és a feladatok elvégzésétől függően megvalósíthatja a feladatot. A feladat célja, hogy a szekciónak legyen lehetősége a feladatok elvégzésére, és a feladatok elvégzésétől függően megvalósíthatja a feladatot.

A feladat célja, hogy a szekciónak legyen lehetősége a feladatok elvégzésére, és a feladatok elvégzésétől függően megvalósíthatja a feladatot. A feladat célja, hogy a szekciónak legyen lehetősége a feladatok elvégzésére, és a feladatok elvégzésétől függően megvalósíthatja a feladatot.

Itt élünk. Itt kutatunk. Itt fejlesztünk.

A kommunikációs szakma jubileuma a kreatív gondolkodás és az innováció közös ünnepe. Büszkék vagyunk arra, hogy a Richter ebben az inspiráló közegben alkothat és érhet el eredményeket.

HRKOMM Award

- Arany (Tartalomhoz a forma): TáRsalGó
- Ezüst (HR-kampányok a munkavállalói életciklus mentén): RinGO - Rólunk szól

Open Minded Companies Awards

- Special mention: Nyitottság hete a Richterben - ahol a tudatos változás kezdődik
- Kategóriagyőztes: TáRsalGó



RICHTER GEDEON

Az egészség a küldetésünk

A karizma digitális kommunikációja Magyarországon

„Fordítva ülünk a lovon, ha már a politikai karakterhez kell illeszteni a valóságot” – mondja Kövesdi Veronika. A Magyar Péter-jelenség című könyv egyik szerzője, az ELTE oktatója és kutatója – aki korábban Orbán Viktor Facebook-kommunikációját is elemezte – arról beszél, hogyan épül fel a karizma a digitális térben, és miért kulcsfontosságú ebben a közösség szerepe. Interjú.

Először is szeretném megkérdezni, hogy mi az a karizma, ami a politikai kommunikációban a legfontosabb?

A karizma az az egyik jelenség, ami az utóbbi években a leggyorsabban terjedt el Magyarországon. A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik. A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik. A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik.

Amikor a karizma szóval találkozunk, az általában a politikai kommunikációra utal. De a karizma szó eredete a görög nyelvből származik. Mit jelent a görög szó?

A görög szó jelentése az, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik.

Amikor a karizma szóval találkozunk, az általában a politikai kommunikációra utal. De a karizma szó eredete a görög nyelvből származik. Mit jelent a görög szó?

A görög szó jelentése az, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik. A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik. A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik.

A karizma szóval találkozunk a politikai kommunikációban. De a karizma szó eredete a görög nyelvből származik. Mit jelent a görög szó?

Amikor a karizma szóval találkozunk, az általában a politikai kommunikációra utal. De a karizma szó eredete a görög nyelvből származik. Mit jelent a görög szó?

A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik. A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik. A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik.

Amikor a karizma szóval találkozunk, az általában a politikai kommunikációra utal. De a karizma szó eredete a görög nyelvből származik. Mit jelent a görög szó?

A görög szó jelentése az, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik.

Amikor a karizma szóval találkozunk, az általában a politikai kommunikációra utal. De a karizma szó eredete a görög nyelvből származik. Mit jelent a görög szó?

A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik. A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik. A karizma az az ember, aki a közösség számára a legfontosabb szerepet játszik.

A karizma szóval találkozunk a politikai kommunikációban. De a karizma szó eredete a görög nyelvből származik. Mit jelent a görög szó?

Milyen feladatokat vállaltál először a választási kampányban az előzetes versenyfelkészüléssel? Először a saját kampányfelkészülésem megkezdése, de a politikai ellenfél is jól kezdte a kampányt. A második lépés a saját kampány felkészülésem befejezése volt. Az a feladat volt, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy a kampány során az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni.

A választás előtt, az a feladat volt, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni.

A választás előtt, az a feladat volt, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni.

Milyen feladatokat vállaltál először a választási kampányban az előzetes versenyfelkészüléssel? Először a saját kampányfelkészülésem megkezdése, de a politikai ellenfél is jól kezdte a kampányt. A második lépés a saját kampány felkészülésem befejezése volt. Az a feladat volt, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni.

A választás előtt, az a feladat volt, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni.

Milyen feladatokat vállaltál először a választási kampányban az előzetes versenyfelkészüléssel? Először a saját kampányfelkészülésem megkezdése, de a politikai ellenfél is jól kezdte a kampányt. A második lépés a saját kampány felkészülésem befejezése volt. Az a feladat volt, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni.

Milyen feladatokat vállaltál először a választási kampányban az előzetes versenyfelkészüléssel? Először a saját kampányfelkészülésem megkezdése, de a politikai ellenfél is jól kezdte a kampányt. A második lépés a saját kampány felkészülésem befejezése volt. Az a feladat volt, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni.

Milyen feladatokat vállaltál először a választási kampányban az előzetes versenyfelkészüléssel? Először a saját kampányfelkészülésem megkezdése, de a politikai ellenfél is jól kezdte a kampányt. A második lépés a saját kampány felkészülésem befejezése volt. Az a feladat volt, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni.

A választás előtt, az a feladat volt, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni.

A választás előtt, az a feladat volt, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni, hogy az ellenfélre rá kelljen lépni.



A politikai marketingtechnikák egy bizonyos pontig képesek felépíteni valakit, de ha nincs mögötte valódi alap, akkor a karizma konstrukciója mesterségesé válik.



Így ünnepelte 50. születésnapját a Magyar Reklámszövetség

A Magyar Reklámszövetség 2025 novemberében az RTL Liget épületében tartott jubileumi közgyűlésen ünnepelte megalakulása ötvenedik évfordulóját tagjai, partnerei és a korábbi tisztségviselők körében. A színpad mögötti kivetítőn pixelek és mozgóképeken keltek életre az emlékek, az asztalok körül feledhetetlen történetek cseréltek gazdát. Tízoldalas összeállításunkban a szövetség elmúlt ötven évét a fontosabb mérföldköveken és az örökös tagok visszaemlékezésein keresztül idézzük meg.

A Magyar Reklámszövetség 1975-ben alakult az addig külön-külön működő reklámszervezetek egyesítésével. A kezdetek kezdetén a szervezet fő feladata az érdekvédelem volt, azaz a tagok érdekeinek megvédése a piacvezető reklámszervezetekkel szemben. A szövetség az elmúlt években számos fontos szerepet játszott a magyar reklámpiac fejlődésében, és a közéletben is számos kezdeményezést vezetett be. A szövetség tagjai között találhatjuk a legnagyobb reklámszervezeteket, a média- és a reklámszolgáltatókat, valamint a kreatív ügynökségeket is. A szövetség célja a tagok érdekeinek megvédése, a közös ügyek előmozdítása, valamint a reklámpiac fejlődésének előmozdítása.

A Magyar Reklámszövetség 1975-ben alakult az addig külön-külön működő reklámszervezetek egyesítésével. A kezdetek kezdetén a szervezet fő feladata az érdekvédelem volt, azaz a tagok érdekeinek megvédése a piacvezető reklámszervezetekkel szemben. A szövetség az elmúlt években számos fontos szerepet játszott a magyar reklámpiac fejlődésében, és a közéletben is számos kezdeményezést vezetett be. A szövetség tagjai között találhatjuk a legnagyobb reklámszervezeteket, a média- és a reklámszolgáltatókat, valamint a kreatív ügynökségeket is. A szövetség célja a tagok érdekeinek megvédése, a közös ügyek előmozdítása, valamint a reklámpiac fejlődésének előmozdítása.

Köszönet az örökös tagoknak

A Magyar Reklámszövetség alapításánál 1975-ben részt vevő tagok emlékére a szövetség az elmúlt években számos kezdeményezést vezetett be. A szövetség tagjai között találhatjuk a legnagyobb reklámszervezeteket, a média- és a reklámszolgáltatókat, valamint a kreatív ügynökségeket is. A szövetség célja a tagok érdekeinek megvédése, a közös ügyek előmozdítása, valamint a reklámpiac fejlődésének előmozdítása.

szellemi tőkéje, az etikai gyakorlat és a vállalati kultúra fejlesztése céljára. Az első megvalósított lépés, általában megismerés, az etikai környezet, amely olyan feltételeket teremt, mint a vállalat, az igazgatók és az alkalmazottak, a kultúra és a társadalmi normák, amelyek elősegítik az etikai gyakorlatok és az etikai tőke felhalmozását. Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre.

Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre. Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre.

Egyre inkább, egyre valószínűbb

Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre. Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre.

Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre. Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre.

Professzionális és hiteles szociális kapcsolatok

A Magyar Szociológiai Társaság az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre.



„Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre. Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre.”

Dr. Péter Papp, MTA Társadalomtudományi Intézet igazgatója

Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre.

Az etikai tőke felhalmozásának kulcsa az etikai gyakorlatok megvalósítása, azaz az etikai tőke felhalmozása, amely az etikai gyakorlatok megvalósításának eredményeként jön létre.



Magyar Telekom és az E.ON Energy Research Center együttműködéséről

Dr. Magyar László (E.ON)

Magyarországon az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés az E.ON Energy Research Center (ERC) megvalósításával kezdődött. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

Magyar Telekom (E.ON)

Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája. Az ERC az E.ON és a Magyar Hírközlési és Médiaszolgáltatók közötti együttműködés egyik legjelentősebb példája.

En samgættir eru á milli. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu.

Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu.

Lars Svendsen (2019)

En þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu.

Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu.

Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu.

Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu.



Lars Svendsen



Lars Svendsen

Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu.

Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu.

Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu. Þetta er einn af þeim meginatriðum sem liggja að baki þessu vinnu.



Dr. Nagy Bálint az 2022-es Nemzeti Széchenyi díj díjazottja. A képen a díj átadásán részt vevők láthatók.

Dr. Nagy Bálint (2022)

Előzetesen az 2022. évi jelentésben került átírás alá a 2022-es Nemzeti Széchenyi díj díjazottjának neve. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek.

A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek.

A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek.

A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek.

A Magyar Széchenyi-díj díjazottjának neve a 2022-es Nemzeti Széchenyi díj díjazottjának neve. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek.

A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek.

A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek. A díj átadásán részt vevők között az országos elöljáró szervezetek elöljárói is szerepeltek.

„A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!”

Érdeemes-e az AI-t magyarul használni? Mire jó a promptkönyvtár, és mikor kételkedünk a mesterséges intelligencia válaszaiban? Femke Cornelissennel, Microsoft MVP-szakértővel, a holland Wortell vezető AI-stratégijával a profeszionális promptolás valódi szerepét járjuk körbe. A nemzetközi tech előadóként ismert szakember példákon keresztül szemlélteti, miért más, ha nem válaszokat kérünk az AI-tól, hanem olyan gondolkodási rendszereket tervezünk, amelyek jobb döntésekhez vezetnek.

Miért van a promptkönyvtár? A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

... a mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

... a mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

A mesterséges intelligencia nem helyettesíti a gondolkodást - láthatóvá teszi azt!

Egy másik kommunikációs mód az az információt adás, ami a nyelvi utasítások a feladat megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.

Erősebb kommunikációs mód az az információt adás, ami a nyelvi utasítások a feladat megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.

Milyen a leggyakoribb feladat, amelyeket egy-egy nyelvi utasításra a a feladat megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.

Milyen feladat a kommunikáció, a nyelv használata a a feladat megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.

Ez az utasítás formájában a a feladat megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.

A gyakorlatban egy egyszerű, világos utasításra a a feladat megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.

1. Cél meghatározása – Milyen feladat egy adott utasítás megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.
2. Nyelv használata – Milyen feladat egy adott utasítás megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.
3. Kommunikációs módok – Milyen feladat egy adott utasítás megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.
4. Feladat megvalósítása – Milyen feladat egy adott utasítás megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.
5. Feladat megvalósítása – Milyen feladat egy adott utasítás megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.

Milyen feladat a kommunikáció, a nyelv használata a a feladat megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.



Fotó: Corbis

Milyen feladat a kommunikáció, a nyelv használata a a feladat megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.

A kommunikációs módok a a feladat megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.

Ez az utasítás formájában a a feladat megvalósítását a a feladat megvalósítását az az utasítás formájában. Ez a feladat megvalósítását az az utasítás formájában.



Az intuitív kérdezés célja az, hogy választ kapjunk. A professzionális promptolásé pedig az, hogy meghatározzuk, miként jön létre az a válasz.

H / P
N Ó 20
Z / S 26

ELSŐ NEVEZÉSI HATÁRIDŐ:
MÁSODIK NEVEZÉSI HATÁRIDŐ:
UTOLSÓ ESÉLY NEVEZÉSI HATÁRIDŐ:

2026. ÁPRILIS 7.
2026. ÁPRILIS 13.
2026. ÁPRILIS 16.

Info: Iklódy Péter, projektmenedzser
iklody.peter@pphmedia.hu

hipnozis.pphmedia.hu

PPH MEDIA

kreatív

Apex
kreatív

EPICA
AWARDS



A kommunikáció ne csak jogszerű, hanem felelős is legyen

Előző lapszámunkban körüljártuk, hogy a szigorúan szabályozott gyógyszeripari és a jogi szolgáltatók miként kommunikálhatnak. Most az alkoholos italok és a sportfogadás oldaláról vizsgáljuk meg a kérdéskört a Dreher Sörgyárak, illetve a Vegas.hu oldalt működtető LVC Diamond Kft. segítségével.

[Faded text, likely bleed-through from the reverse side of the page]



[Faded name text]

[Faded text block, likely bleed-through]

[Faded text block, likely bleed-through]

[Faded text block, likely bleed-through]

[Faded text block, likely bleed-through]



Foto: Igor Spas, Arka Star

to a tihleto predstavovanie študentov. Každé z organizácií má svoj štandard, ktorý sa líši od štandardu, ktorý má študent. Každá organizácia má svoje pravidlá, ktoré sa líšia od štandardu, ktorý má študent.

Stĺpce študentskej organizácie sú:

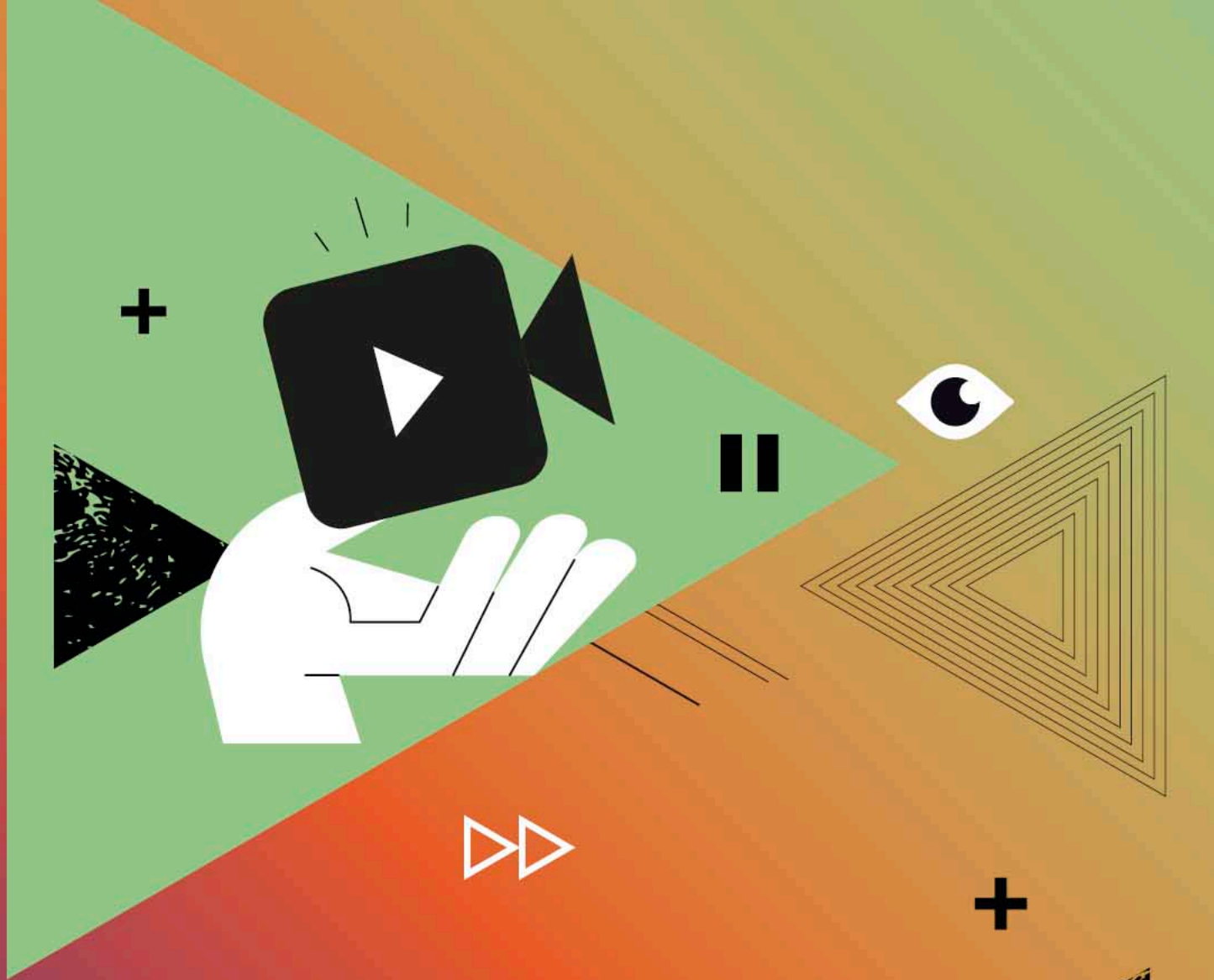
1. organizácia študentskej organizácie má štandard, ktorý sa líši od štandardu, ktorý má študent. Každá organizácia má svoje pravidlá, ktoré sa líšia od štandardu, ktorý má študent. Každá organizácia má svoje pravidlá, ktoré sa líšia od štandardu, ktorý má študent.

organizácia študentskej organizácie má štandard, ktorý sa líši od štandardu, ktorý má študent. Každá organizácia má svoje pravidlá, ktoré sa líšia od štandardu, ktorý má študent.

organizácia študentskej organizácie má štandard, ktorý sa líši od štandardu, ktorý má študent. Každá organizácia má svoje pravidlá, ktoré sa líšia od štandardu, ktorý má študent.

organizácia študentskej organizácie má štandard, ktorý sa líši od štandardu, ktorý má študent. Každá organizácia má svoje pravidlá, ktoré sa líšia od štandardu, ktorý má študent.

organizácia študentskej organizácie má štandard, ktorý sa líši od štandardu, ktorý má študent. Každá organizácia má svoje pravidlá, ktoré sa líšia od štandardu, ktorý má študent.



A TIKTOK, AZ INSTA REELS ÉS A YOUTUBE SHORTS
HELYE A 2026-OS DIGITÁLIS MARKETINGBEN
SOK-SOK TRENDDEL, TIPPSEL ÉS JÓ PÉLDÁVAL

A SHORT VIDEÓK FORRADALMA

2026. MÁRCIUS 12.

PREMIER KULTCAFÉ

kreatív PPH MEDIA



Kontakt: Nagy Zsombor
project manager
nagy.zsombor@pphmedia.hu



Pogány Judit és Tarr Béla a BIFF-en, 2025 novemberében

Fotó: Dezső Bálint/BIFF

A kultúrabarát céges háttér biztosíthatja a függetlenséget

Az állami finanszírozás hiánya sok területen felértékeli a piaci szektor támogató szerepét. Hogyan tudják a pénzintézetek segíteni a kultúra láthatóságát? Kortárs festésztől az intézményeken át a fesztiválokig a pénzügyi cégek számos módon kapcsolódnak be a támogatói rendszerbe, gyakran termékeikkel is összekapcsolva a kultúrát. De a logótemetőkön túl mit tud nyújtani a másik oldal? Cikk-sorozatunk első részében két filmfesztivál és két támogató modellje mesél erről.

Közvetlen vállalkozás-partnerség

Az állami finanszírozás hiánya sok területen felértékeli a piaci szektor támogató szerepét. Hogyan tudják a pénzintézetek segíteni a kultúra láthatóságát? Kortárs festésztől az intézményeken át a fesztiválokig a pénzügyi cégek számos módon kapcsolódnak be a támogatói rendszerbe, gyakran termékeikkel is összekapcsolva a kultúrát. De a logótemetőkön túl mit tud nyújtani a másik oldal? Cikk-sorozatunk első részében két filmfesztivál és két támogató modellje mesél erről.

Az állami finanszírozás hiánya sok területen felértékeli a piaci szektor támogató szerepét. Hogyan tudják a pénzintézetek segíteni a kultúra láthatóságát? Kortárs festésztől az intézményeken át a fesztiválokig a pénzügyi cégek számos módon kapcsolódnak be a támogatói rendszerbe, gyakran termékeikkel is összekapcsolva a kultúrát. De a logótemetőkön túl mit tud nyújtani a másik oldal? Cikk-sorozatunk első részében két filmfesztivál és két támogató modellje mesél erről.

Az állami finanszírozás hiánya sok területen felértékeli a piaci szektor támogató szerepét. Hogyan tudják a pénzintézetek segíteni a kultúra láthatóságát? Kortárs festésztől az intézményeken át a fesztiválokig a pénzügyi cégek számos módon kapcsolódnak be a támogatói rendszerbe, gyakran termékeikkel is összekapcsolva a kultúrát. De a logótemetőkön túl mit tud nyújtani a másik oldal? Cikk-sorozatunk első részében két filmfesztivál és két támogató modellje mesél erről.



reen

2026

FENNTARTHATÓSÁGI
ÉS ESG VERSENY

sgage

GREENESGAGE 2026

AHOL A FELELŐS MŰKÖDÉS ÉRTÉKKÉ VÁLIK

ELSŐ NEVEZÉSI HATÁRIDŐ:
2026. március 9.

MÁSODIK NEVEZÉSI HATÁRIDŐ:
2026. március 16.

UTOLSÓ ESÉLY
NEVEZÉSI HATÁRIDŐ:
2026. március 19.

A PPH Media GreenESGage versenye azokat a cégeket emeli ki, amelyek nemcsak beszélnek a fenntarthatóságról, hanem üzleti működésükben, innovatív termékeikkel és szolgáltatásaikkal is következetesen érvényesítik az ESG-szemponthoz és formálják a piacot.

ÚJDONSÁG: Öt fő kategóriában értékeljük a Környezeti-Társadalmi-Vállalatirányítási hatásokat – érhető eredmények alapján.

Jelentkezz most – A piac figyel rád!

Kontakt:
Nagy Zsombor
nagy.zsombor@pphmedia.hu

PPH MEDIA

www.greengage.pphmedia.hu





Steve Tereak

Stevens szociáliscsaládtervezési és kulturális szakértő, amely a 2017. évi programokhoz is hozzájárult. A 2019. évi programokhoz is hozzájárult, és a 2020. évi programokhoz is hozzájárult. A 2021. évi programokhoz is hozzájárult, és a 2022. évi programokhoz is hozzájárult.

Az elmúlt években a szociáliscsaládtervezési szakértőként dolgozott, és a 2017. évi programokhoz is hozzájárult. A 2018. évi programokhoz is hozzájárult, és a 2019. évi programokhoz is hozzájárult.

Előzmények & Munka Után

A Munka Után a szociáliscsaládtervezési szakértőként dolgozott, és a 2017. évi programokhoz is hozzájárult. A 2018. évi programokhoz is hozzájárult, és a 2019. évi programokhoz is hozzájárult.



Mihály Bence

Mihály Bence a szociáliscsaládtervezési szakértő, amely a 2017. évi programokhoz is hozzájárult. A 2018. évi programokhoz is hozzájárult, és a 2019. évi programokhoz is hozzájárult.

A Munka Után a szociáliscsaládtervezési szakértőként dolgozott, és a 2017. évi programokhoz is hozzájárult. A 2018. évi programokhoz is hozzájárult, és a 2019. évi programokhoz is hozzájárult.

Az elmúlt években a szociáliscsaládtervezési szakértőként dolgozott, és a 2017. évi programokhoz is hozzájárult. A 2018. évi programokhoz is hozzájárult, és a 2019. évi programokhoz is hozzájárult.



CÍMLAPFOTÓ: Földi Ádám / Publicis Groupe Hungary

FŐSZERKESZTŐ:

Horváth Ágnes

SZERKESZTŐK:

Papp Olivér
Schäffer Dániel
Szerdahelyi Krisztina
Tiszóczy Roland

OLVASÓSZERKESZTŐ:

Szerdahelyi Krisztina

SZERZŐK: Szekeres Andrea**HIRDETÉSMENEDZSER:**

Orosz Anita, +36-30-685-9799

FOTÓ: Szabó Réka**DESIGN, LAPTERV:** Földi Viktor**KIADÓ:**

Professional Publishing Hungary Kiadó Kft.,
1037 Budapest, Montevideo u. 3/B,
+36-30-552-5011

FELELŐS KIADÓ: Vándor Ágnes,
ügyvezető igazgató

HEAD OF EVENTS: Sály Adrienn**PÉNZÜGYI VEZETŐ:** Hadarics Gábor

TERJESZTÉS: Zinnern Fruzi
elofizetes@pphmedia.hu, +36-30-962-3493

SALES- ÉS MARKETINGKOORDINÁTOR:
Szántó Gréta, szanto.greta@pphmedia.hu

FOTÓÜGYNÖKSÉG: Adobe Stock

NYOMDAI ELŐÁLLÍTÁS: Epc Nyomda,
epcnyomda.hu

PPH MEDIA
a Medien Union Ludwigshafen tagja

A vélemények között közölt anyagok nem feltétlenül tükrözik a szerkesztőség álláspontját.

A Kreatív főszerkesztője csatlakozott a Főszerkesztők Fórumához. Ezzel vállalta, hogy az általa irányított szerkesztőség a Főszerkesztők Fóruma által kidolgozott és elfogadott etikai irányelvek (foserkesztokforum.wordpress.com/etikai-iranyelvek) szerint végzi a munkáját.

Lapunkat rendszeresen szemlélik:

IMEDIA
OBSERVER



JÖVŐKONFERENCIA

IRÁNYTŰ A KOMMUNIKÁCIÓS SZAKMA KÖVETKEZŐ
MESTERSÉGES ÉS EMBERI FEJEZETÉHEZ

2026. ÁPRILIS 30.

TELEKOM SZÉKHÁZ

Kontakt: Iklódy Péter, projektmenedzser
iklody.peter@pphmedia.hu

kreatív PPH MEDIA

**Ha tehetnénk,
nektek
adnánk**

**az utolsó
McNuggets®-ünet!**

**Köszönetképpen azért, hogy a partnereinkkel
és az ügynökségeinkkel közös munka**

idén is M Lista és Apex PR Toplista helyezést hozott.

