FLASH AWARD by MaReSz

2026-os pályázat nyertese

Az Év event design kivitelezése kategória

HD Group

Pályázati anyag címe: Telekom Magentaland Event Design

Az Év event design kivitelezése kategória

HD Group - Telekom Magentaland Event Design

Az ügyfél brief/feladat ismertetése. Az ügyfél céljai, siker tényezők, elvárások, KPI-ok ismertetése.
Háttér: A Magentaland a Telekom legnagyobb dolgozói rendezvénye: egyszerre konferencia, stratégiai előadássorozat, felsővezetői beszámoló, ugyanakkor találkozási lehetőség, közösségi élmény, csapatépítő, giga-koncert és buli. A Telekom székházban és az MVM Dome-ban szimultán megrendezett esemény célja a belső elköteleződés erősítése, az összetartozás érzésének elmélyítése, valamint a céges stratégiai üzenetek egyértelmű átadása. Erre válaszul ügynökségünk ötlete egy olyan event design megalkotása volt, amely a Telekom közösségét nemcsak résztvevőként, hanem a rendezvény vizuális főszereplőjeként mutatja meg. A középpontba ezért a kollégák kerültek: az ő arcaik váltak a design és a helyszíni vizuális koncepció alapjává. A cél az volt, hogy a „Jókor, jó helyen” üzenet ne csak szlogenként, hanem az esemény egészében is visszaköszönjön.

Sorolja fel, hogy kivitelezőként milyen szolgáltatásokkal járult hozzá az adott projekthez
Teljeskörű esemény szervezés a koncepció megalkotásától a szervezés minden pontjáig: Kreatív koncepció kidolgozása, program teljeskörű előkészítése, megvalósítása.

A nevezett projekt miben volt újszerű, kreatív? Hogyan járult hozzá az ügyfél és a résztvevők elégedettségéhez, mit tett az adott rendezvényen az élmény növeléséért?
A rendezvény vizuális világát maguk a Telekomos kollégák alkották. A Magentaland nem egyszerűen egy évértékelő esemény volt, hanem fesztiválkonferencia, ahol a tartalom, a közösségi élmény és a látvány egymást erősítette. Az „Adom az arcom” kampányban a kollégák saját fotóikkal nemcsak fizikailag, hanem digitálisan is az esemény részévé váltak. A beérkezett több száz képet AI-alapú programmal emeltük be az animációkba és random módon jelenítettük meg a rendezvény különböző pontjain. Ettől a design személyesebb, játékosabb és teljesen egyedi lett. A résztvevők nemcsak nézői, hanem felismerhető szereplői is lettek az eseménynek: megjelentek a színpadképen, a digitális felületeken, az introban, az élőképes bejátszásokban és a vezérigazgatói blokkok vizuális környezetében is. A fesztivál különböző terei – a színpad, a bar és a chill zone – szintén ezt a célt szolgálták, így a Telekomos közösség végig jelen volt a térben. Ez a megoldás egyszerre növelte a bevonódást, gamifikálta a tartalom megjelenítést és erősebb közösségi élményt adott az eseménynek.

Ismertesse a rendezvény komplexitását. Milyen kihívásokkal találkozott a kivitelezés során?
A projekt komplexitását az adta, hogy egy nagyszabású belső rendezvény teljes vizuális koncepcióját kellett úgy újragondolni, hogy az egyszerre legyen erős arculati design és működő helyszíni élmény. A legnagyobb kihívás az volt, hogy a Telekomos kollégák arcaira épülő vizuál ne csak kampányelemként, hanem a teljes event design meghatározó részeként működjön. A beérkezett több száz fotót úgy kellett integrálni a vizuális rendszerbe, hogy azok változatosan, mégis egységesen jelenjenek meg a különböző felületeken. A színpadkép, a digitális kijelzők, az élőképes tartalmak és a helyszín különböző pontjai mind a teljes design részévé váltak, miközben funkcionálisan is eltérő szerepet töltöttek be. Kihívást jelentett, hogy a közösségi bevonásból építkező kreatív ötlet látványban is izgalmas maradjon, és eközben a fesztiválkonferencia set-up és annak technikai rendszeréhez is pontosan illeszkedjen.

Hogyan érvényesítette a fenntarthatósági szempontokat?
A berendezés és dekoráció során bérleti konstrukciót vettünk igénybe, illetve a Telekom meglévő eszközparkjában lévő eszközöket használunk, minimalizálva az egyedi gyártás során keletkező hulladéktermelést. Továbbá digitális tartalmak képezték a dekoráció és programok döntő többségét, mely szintén nem jár hulladéktermeléssel.

Miért volt FLASH a nevezett rendezvény?
A Telekomos közösséget a Magentaland nemcsak megszólította, hanem a rendezvény vizuális főszereplőjévé tette. Az „Adom az arcom” koncepcióval a kollégák arca a teljes vizuál, a színpadkép és az összes digitális felület részévé vált. Ettől az event nemcsak látványosabb, hanem személyesebb is lett. A rendezvény designja révén a kollégákat állítottuk központba és egy újszerű, de játékos, és mindenkit bevonó vizuális világot valósítottunk meg.

Hozzáadott értéket biztosító alvállalkozók megnevezése**