

I. Iparművészet ma

I.2. Az értékesítés

2019. január 1. – április 30.

Kutatási beszámoló kérdőíves felmérésről

A magyar iparművészek/designerek munkáit értékesítő
galériák/üzletek/showroomok/bemutatótermek adatainak felvételére készült
kérdőíves felmérés

Tartalomjegyzék

I. Iparművészet ma.....	1
I.2. Az értékesítés.....	1
Kutatási beszámoló kérdőíves felmérésről.....	3
Bevezető.....	3
Cél.....	3
Módszer.....	3
Eredmény.....	5
A válaszadók területi eloszlása.....	6
1-2. kérdés: A galéria/üzlet/showroom/bemutatóterem neve? Rövidítése, ha van?.....	7
3. kérdés: Alapításának éve?.....	10
4. kérdés: Működési formája?.....	12
5. kérdés: Típusa?.....	13
6. kérdés: Az elmúlt egy évben forgalmazott/bemutatott MAGYAR tervezők/brandek/márkák nevei?.....	14
7. kérdés: Az elmúlt egy évben forgalmazott/bemutatott MAGYAR termékek milyen kategóriákba tartoznak?.....	16
8. kérdés: Az elmúlt egy évben milyen arányban forgalmazták/ mutatták be külföldi és magyar tervezők/brandek/márkák munkáit?.....	19
9. kérdés: Működtet saját webáruházat?.....	20
10. kérdés: Az elmúlt egy évben a vásárlók milyen arányban voltak külföldiek és magyarok?.....	21
11. kérdés: Véleménye szerint, mi segítené elő a magyar termékek ismertségének és eladásának növelését?.....	22
I. Melléklet: Kérdőív.....	25
Bevezető rész.....	25
Kérdések.....	26
II. Melléklet: Válaszok.....	28
Ábrajegyzék.....	49
Táblázatjegyzék.....	49

Kutatási beszámoló kérdőíves felmérésről

Bevezető

2019. szeptember elejétől kezdődően, az MMA Művészeti Ösztöndíj program keretében kutatómunkát végeztem *A magyar iparművészet időszerű kérdései* címmel. A munka két részre tagolódik: 4x4 hónap gyakorlati, és 4x4 hónap elméleti kutatómunkára. Az első időszak négy témára oszlik: *A készítés, Az értékesítés, A szakmai háttér, A tanítás és tanulás*. Ezt követi a második időszak, ahol szintén négy téma kutatását különítettem el: *Népművészet > polgári művészet > iparművészet > design, Az iparművészet és az építészet, Az iparművészet és a képzőművészet, Az iparművészet és a design, és azon túl...*

Jelen írás az első rész második témájában, *Az értékesítés* címmel végzett kutatás részeként készült kvantitatív kutatás beszámolóját tartalmazza. A munka során, a téma kutatási időszaka alatt összegyűjtött üzleteket, galériákat, bemutatótermeket és showroomokat kerestem meg egy tizenhárom kérdésből álló, az interneten keresztül kitölthető kérdőívvel. A beszámoló tartalmazza a kérdőív kérdéseit, a kitöltők válaszait, és az összegyűjtött adatok kiértékelését.

Cél

A részkutatásom célja, hogy a kvantitatív kutatás során olyan kiértékelhető és összehasonlítható adatokat gyűjtsek össze, amelyek átfogó képet adnak a jelenleg működő értékesítő helyek, üzletekről, galériákról, bemutatótermekről és showroomokról. A kérdéseket úgy állítottam össze, hogy a megtudható számszerű adatok mellett, az értékesítő helyeknek lehetőségük legyen a saját véleményüket is kifejezniük – egy nyitott kérdéson keresztül. Ezzel az a célom, hogy összeálljon egy olyan „megoldás” javaslat sor, amely feltárja azokat a probléma csomópontokat, amelyek az iparművészek és designerek termékeinek eladása során, az értékesítők szemszögéből mutat rá a problémákra és a lehetséges megoldásokra.

Módszer

Az értékesítés téma ösztöndíjas kutatási időszaka alatt 207 értékesítési hely adatait gyűjtöttem össze. Ebből 182 rendelkezett e-mail címmel, így a kérdőíves adatgyűjtéssel ezeket kerestem meg. A 2019. január 1-től 2019. május 30-ig tartó időszak alatt öt alkalommal küldtem felkérő levelet. A válaszadás lezárásáig 50 értékesítési hely töltötte ki, és küldte be a válaszait, vagyis a teljes létszám közel egynegyede.

Az adatfelvételt online elérhető, önkitöltős formában valósítottam meg. Ehhez a Google Forms szolgáltatását vettem igénybe. A beküldött adatokat táblázat formájában tároltam.

Tizenhárom kérdést tettem fel. Ebből tizenkettő zárt, egy pedig nyitott kérdés. Ez utóbbi során a feltette kérdésre a válaszadó szabadon megfogalmazhatta a véleményét és javaslatait.

Négy kérdéscsoportot különítettem el: Alapadatok, A termékek, Az eladás, Kapcsolat. **Az alapadatoknál** a értékesítési hely nevén és rövid nevén kívül, kérdésként szerepel az alapítás éve, működési formája és típusa. Az első két kérdésre a válaszadó szöveges módon, az alapítás évét pedig évszámként adhatta meg a válaszadó. A működés formája és típusa pedig kettő, illetve öt lehetséges válasz megjelölésével.

A termékek csoportnál az elmúlt egy évben forgalmazott magyar tervezők, brandek neveit kellett felsorolni. Ezt szöveges felsorolásként, vagy a honlap vonatkozó részére mutató linkként¹ lehetett megadni. A termékkategóriák megjelölésére négy csoportba tartozó tizenhat kiválasztható kategóriát adtam meg. Ezek közül lehetett akár többet is kiválasztani. A csoport utolsó kérdése a magyar és külföldi termékek arányára vonatkozott. Ehhez egy öt pontból álló minősítési skálát állítottam össze. A két szélső érték a „csak KÜLFÖLDI” és a „csak MAGYAR”. A középérték a „nagyjából egyenlő arányban”. A köztes értékeket pedig „többségében külföldi” és „többségében magyar” megnevezésekkel jelöltem. Ugyanezt a skálát használtam a következő rész vásárlókra vonatkozó kérdésnél is.

Az eladás rész első kérdése egy eldöntendő kérdés, amelynél jelölni kellett, hogy működtet-e vagy nem webáruházat az értékesítési hely. A korább meghatározott skála alapján azt, hogy a vásárlók milyen arányban voltak magyarok, illetve külföldiek. Ebben a szakaszban szerepelt az egyetlen nyitott kérdés, amelyben a kitöltő véleményét kértem arról, hogy mi segítené elő a magyar termékek ismertségének és eladásának növelését.

A kapcsolat csoportban a kapcsolattartó nevét, illetve a telefonszámát lehetett megadni. Ezeket nem kezeltem nyilvánosan, így a beszámolóban sem szerepelnek.

Magát a kérdőívet és a kérdéseket az I. mellékletben, a kitöltők válaszait pedig betűrendes sorrendben a II. Mellékletben közlöm. Az adatfeldolgozás során, ezekből az adatokból értelmezhető táblázatokat és ábrákat állítottam össze, illetve a nyitott kérdésre adott válaszok tömörített és feldolgozott módon, csoportosítva rendezve is közreadom.

¹ Az egyes értékesítési helyek a honlapjukon szerepeltetni szokták az általuk forgalmazott tervezők, brandek listáját.

Eredmény

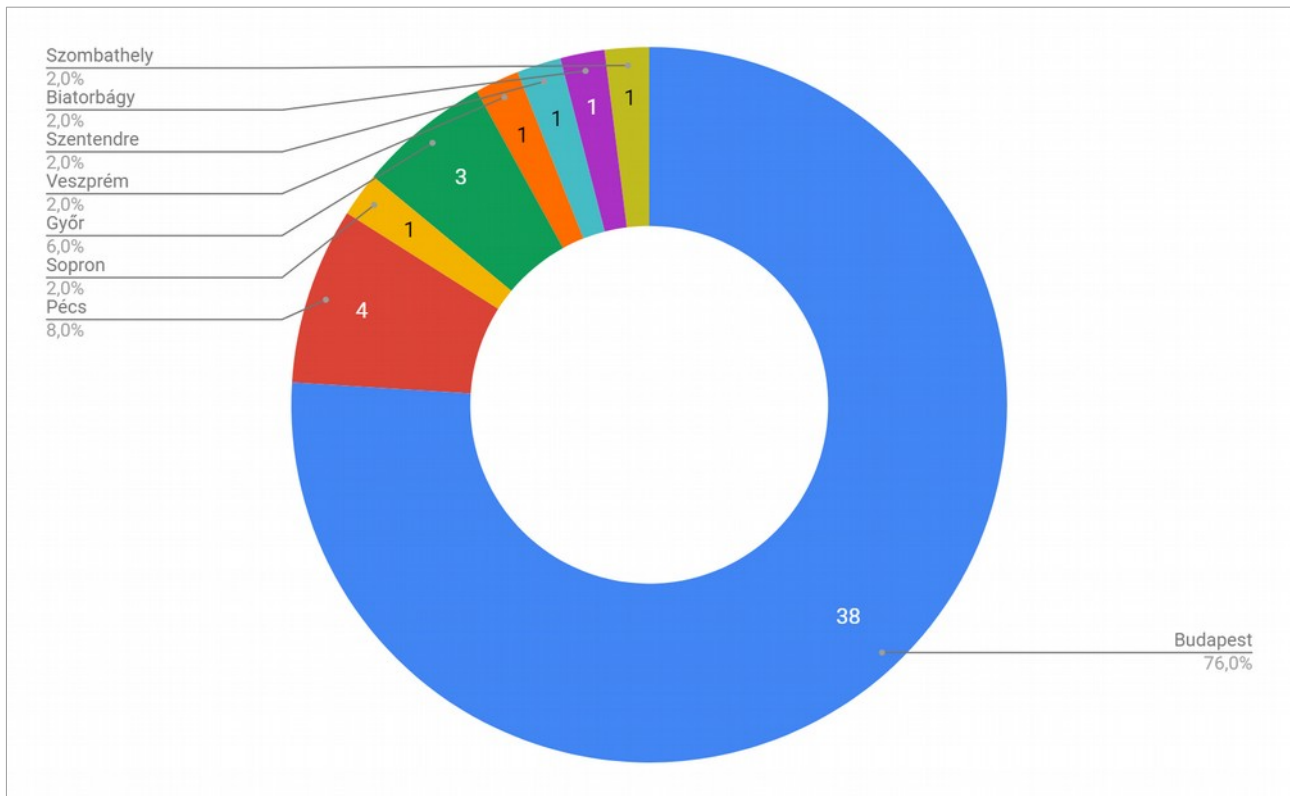
Mind az ötven válaszadó értékelhető módon töltötte ki a kérdőívet. A nyitott kérdést – amely kitöltése nem volt kötelező – tíz válaszadó nem töltötte ki. Négy válaszadó pedig nem adta meg a kapcsolattartó nevét és annak telefonszámát – amely adatokat szintén nem volt kötelező megadni.

A kiértékelés során három olyan adatsort is közlök, amelyekhez nem tartozott kérdés a kérdőívben, hanem a saját kutatásom során gyűjtöttem össze. Az egyik az értékesítési hely városa. A másik kettő pedig, hogy az rendelkezik-e saját honlappal, illetve Facebook oldallal. A hely adatokat a következő a másik két adatsort pedig a 9. kérdés: Működtet saját webáruházat? című fejezetben mutatom be.

A területi eloszlás adatait bemutató fejezet után, a kérdések sorrendjét követve ismertetem az azokra adott válaszokat kiértékelt formában, ábrákon és táblázatokba rendezve.

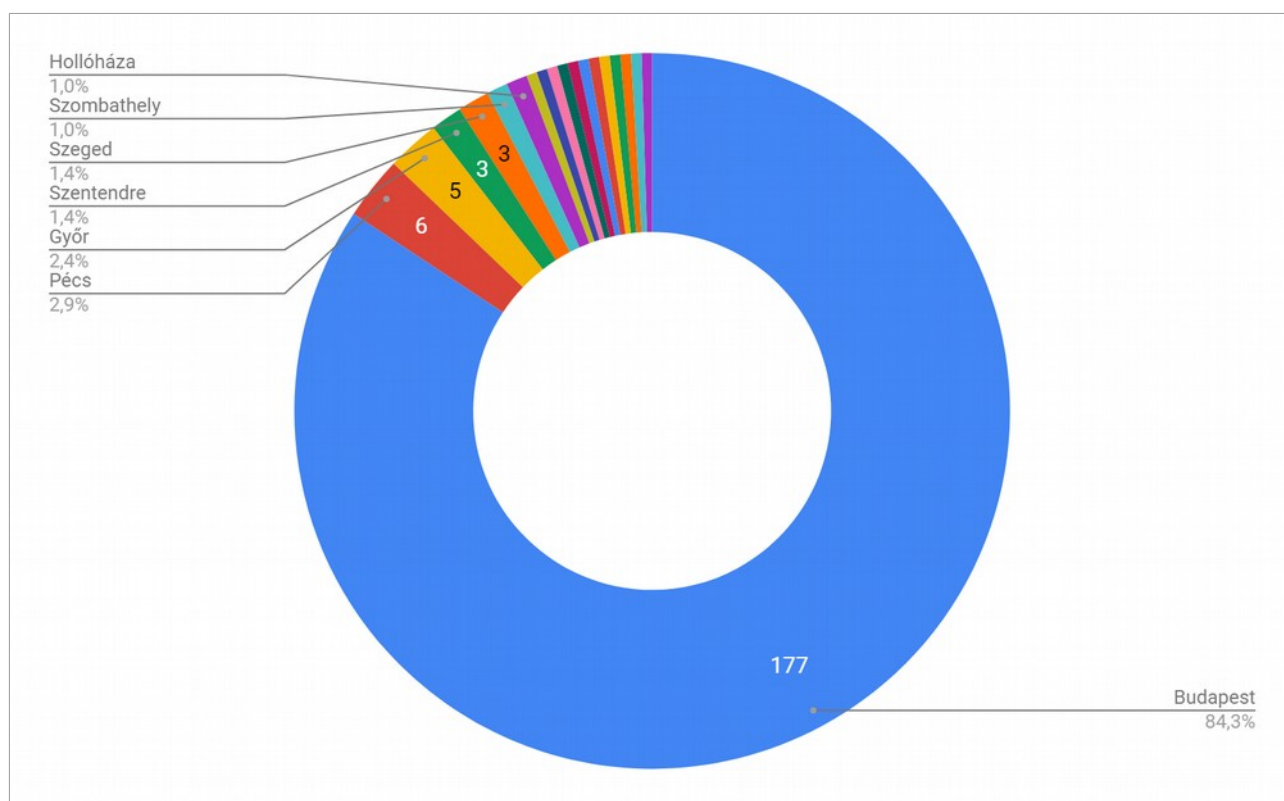
A válaszadók területi eloszlása

A kérdőívben nem kérdeztem rá, hogy a válaszadó hol működteti az értékesítési helyet, mivel ezt az adatot az előkészítő munka során már összegyűjtöttem. Az 1. Ábra ezeket az adatokat mutatja.



1. Ábra: A válaszadók területi eloszlása Magyarországon

Az ábra jól mutatja, hogy a válaszadók $\frac{3}{4}$ része Magyarország fővárosában működik, $\frac{1}{4}$ része pedig valamelyik vidéki városban. Ezek közül Pécsről négy, Győrből pedig három értékesítési hely töltötte ki az adatlapot. Ugyan az ábra azt mutatja, hogy a Budapest központúság a vizsgált területen is jelen van, de ehhez képest a válaszadói hajlandóság vidéken nagyobb. Ezt mutatja az is, ha összevetjük az általam összegyűjtött 207 hely területi eloszlását mutató 2. Ábra adataival. Az adatlapot a vidéki értékesítési helyek 35%-a, amíg a budapestiek csak 20%-a töltötte ki.



2. Ábra: Az összegyűjtött 207 értékesítési hely területi eloszlása

1-2. kérdés: A galéria/üzlet/showroom/bemutatóterem neve? Rövidítése, ha van?

Az első két kérdés az értékesítési hely teljes, és a rövid nevére vonatkozott. Ezek teljes listáját a II. Melléklet tartalmazza.

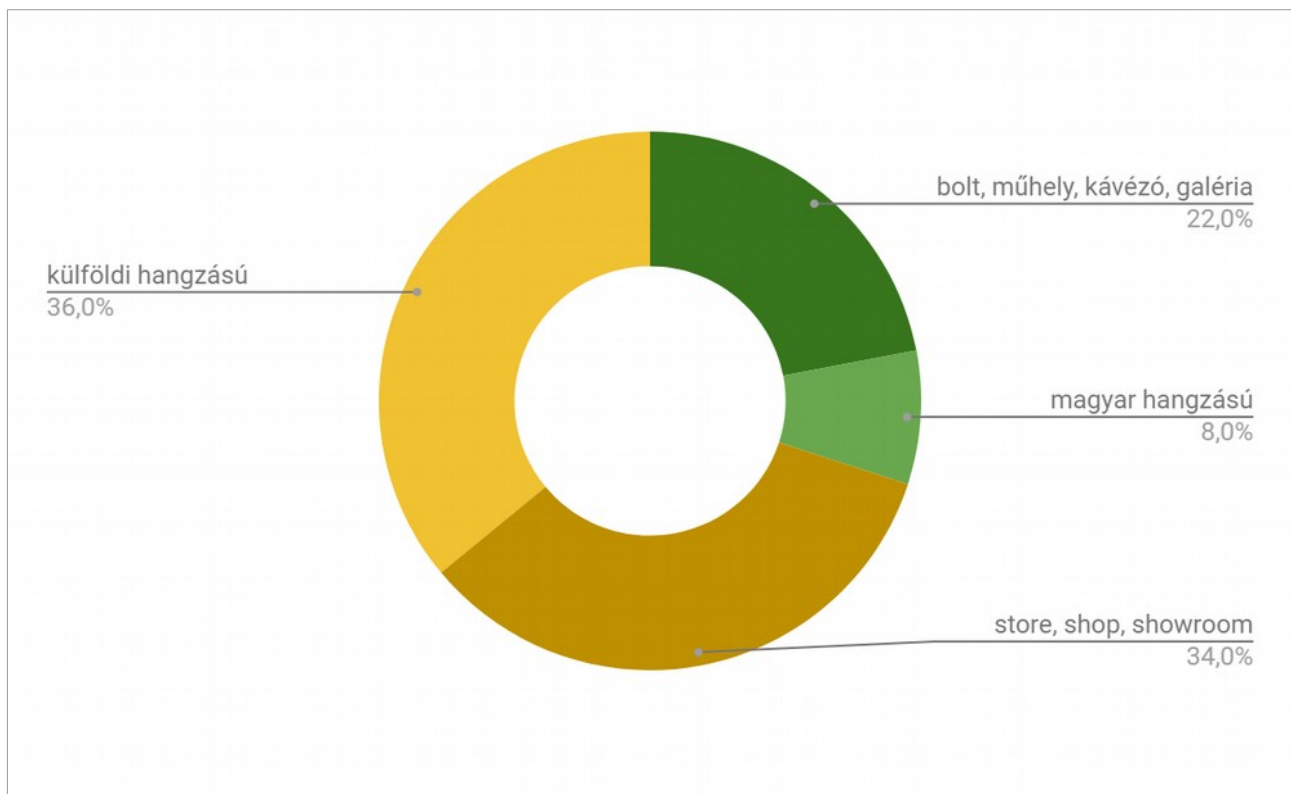
A kutatásomnak nem része az elnevezések részletes szemantikai elemzése, viszont kísérletet tettem arra, hogy a névválasztás szerint csoportosítsam az neveket. A szándékom az volt, hogy ezt a lehető legobjektívebb módon tegyem, de a munka során látnom kellett azt, hogy az elnevezésekben olyan mértékben keverednek a magyar és külföldi szavak, hogy több esetben nehéz volt eldönteni, melyik csoportba soroljam őket.

Az 1. Táblázat-ban két fő és két kiegészítő csoportot különítettem el. Az első fő csoportba azok kerültek, amelyekben a *bolt*, *műhely*, *kávézó*, *galéria* kifejezések vannak, vagyis a névválasztás során szempont volt, hogy az értékesítési hely nevében magyarul szerepeljen annak jellege. A másik fő csoportba azok kerültek, amelyekben a *store*, *shop*, *showroom* angol kifejezések szerepelnek. Ezek mellé két-két mellékcsoportot határoztam meg. Az egyikbe a magyar, a másikba pedig a külföldi hangzású elnevezések kerültek. Ezekben az esetekben a

szavak jellemző használata volt az elhelyezésben a döntő, amely sok esetben döntően inkább szubjektív, mint objektív választás volt. Az eredmények összesítését a 3. Ábra mutatja.

	bolt, műhely, kávézó, galéria	magyar hangzású	store, shop, showroom	külföldi hangzású
	11 db	4 db	17 db	18 db
Erdész Galéria & Design				
Eventuell Galéria				
Ezüstláz Ékszergaléria				
Hefter Üveggaléria				
Indigo Műhely				
Könyv és bolt				
Kisvilla Kávézó				
Luan by Lucia Divatház				
Minima Design Bolt				
Palmetta Design Galéria és Palmetta Design és Textilművészeti Galéria				
Paloma művészudvar				
Moza Cementlap Manufaktúra				
Pauza				
Pécsi Kesztyű				
Stúdió77 Budapest				
Art on Me Shop				
Babyberry és barátai showroom				
Barb Tailor showroom				
Cotton Ball lights and Classhome design shop				
Csendes Concept Store				
Eszka Design Store				
KLAUZÁL 1 design store and café				
Lemon Store				
lollipop factory				
Lucky Shepherd Designer Store				
Manka art and craft shop				
Medence Concept store				
Monokrom Design Store				
Nanushka Store & Cafe				
Omg designer store				
Urban Sidewalker DESIGN SHOP				
ZUN Store				
Artushka				
FIAN Koncept				
Fiók for Arts				
HANNABI STÚDIÓ				
Kamchatka design				
Manooi				
MES showroom				
Metropolitan the Art of Beauty Szalon				
MONO art & design				
ONE Fashion Budapest				
P'artisan art, design & co-space				
Rododendron Art és Design				
Sandava Design Studio & Art Gallery				
Süel				
The Magic White Lab				
Tipton Global				
Verkstadén Budapest				
Whitewedding- KozaricsViktorDress				

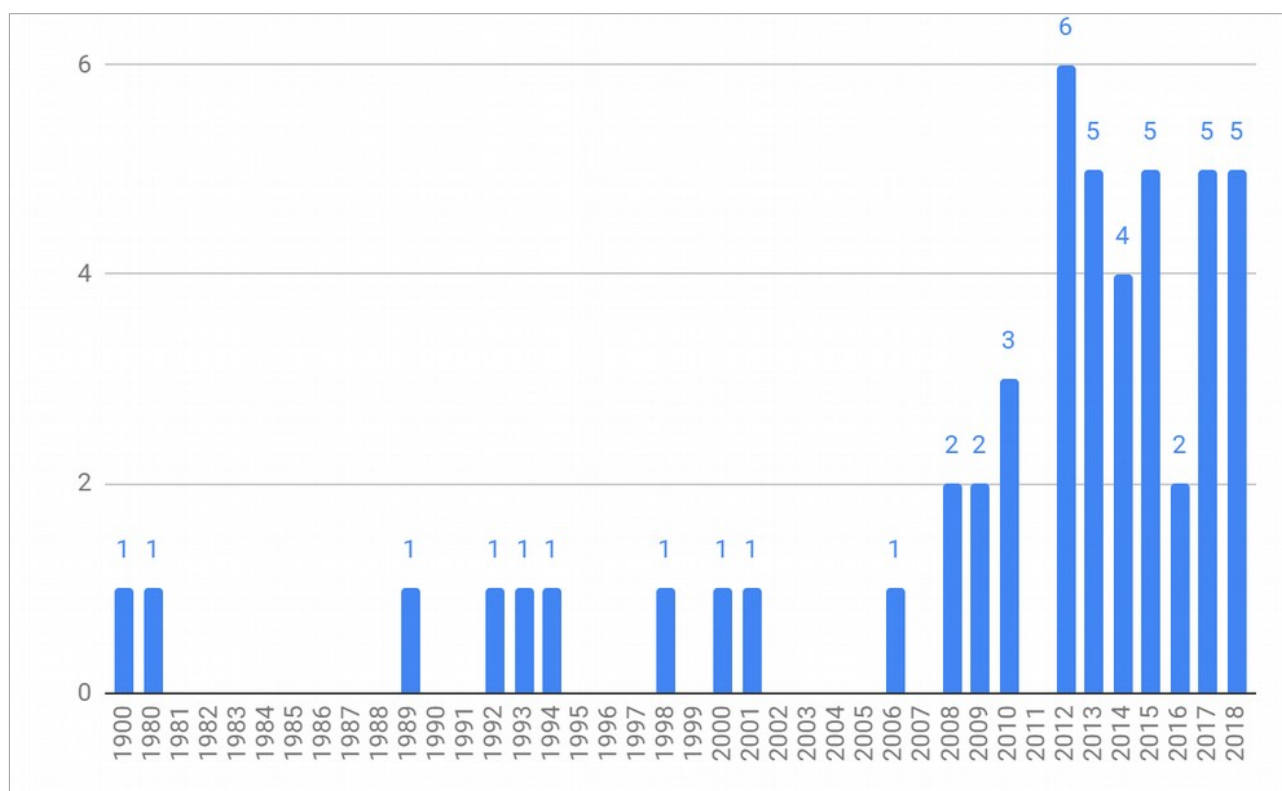
1. Táblázat: Értékesítési helyek elnevezésének csoportosítása



3. Ábra: Értékesítési helyek elnevezés szerinti csoportjai

Az ábrán látható, hogy a külföldi szóhasználatú, hangzású elnevezések vannak túlsúlyban, nagyjából 2/3 arányban, míg a jellemzően magyar nevek kisebbségben vannak.

3. kérdés: Alapításának éve?



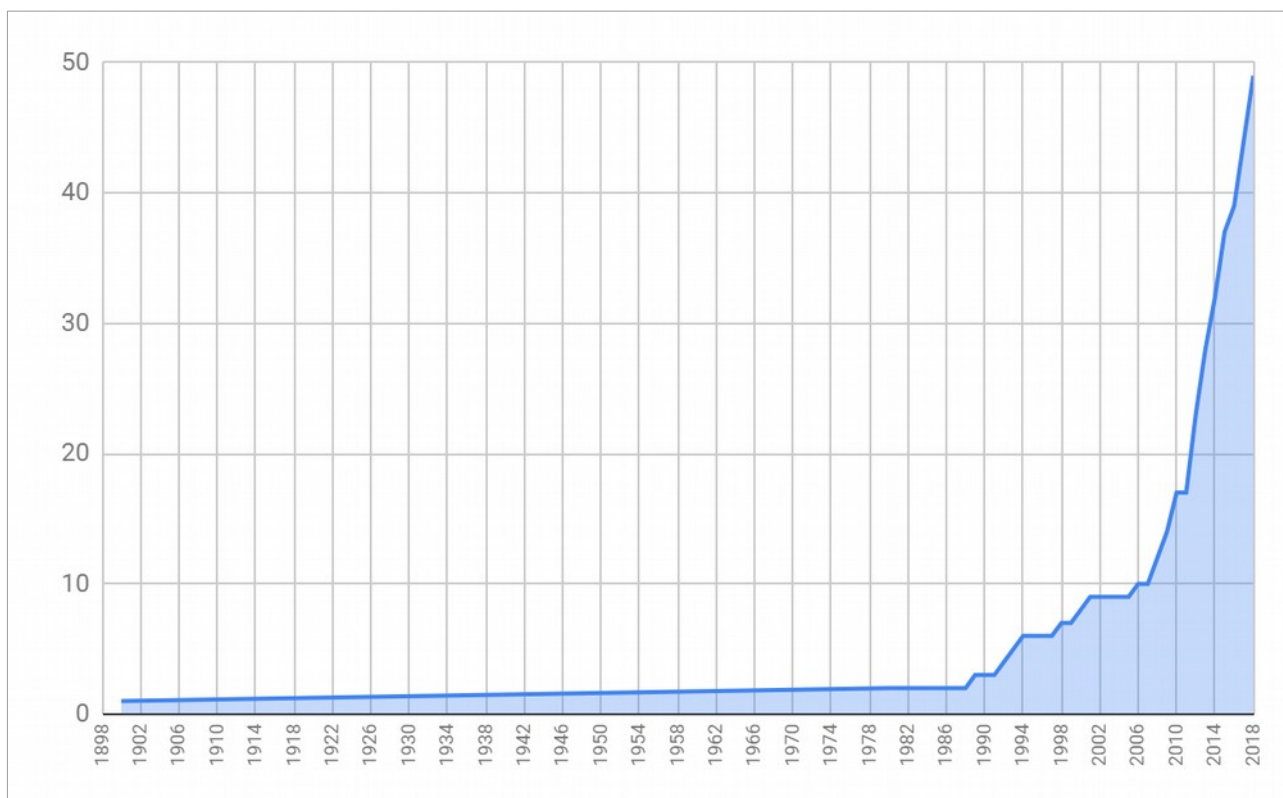
4. Ábra: Alapítás éve

A 4. Ábra jól érzékelhető módon az alapítások növekvő tendenciáját mutatja. A válaszadók közül a Pécsi Kesztyű (1900) a legrégebbi üzlettel rendelkező vállalkozás. Ezt követően 80 évvel a Hefter Üveggaléria (1980) következik. 2008-ig változó ritmusban egy-egy új üzlet jön létre. Ebben az időszakban indul a válaszadó öt galéria közül négyet. 2008 után növekszik az új értékesítési helyek száma. 2012 után átlagosan öt új üzlet jön létre évente.

Az 5. Ábra az egy időben működő értékesítési helyek számát ábrázolja. A görbe meredeksége alapján három szakasz különíthető el. Az első időszak 1900-tól 1989-ig tart, a rendszerváltással zárul le. A válaszadók közül, 89 év alatt összesen három új értékesítési hely jött létre.

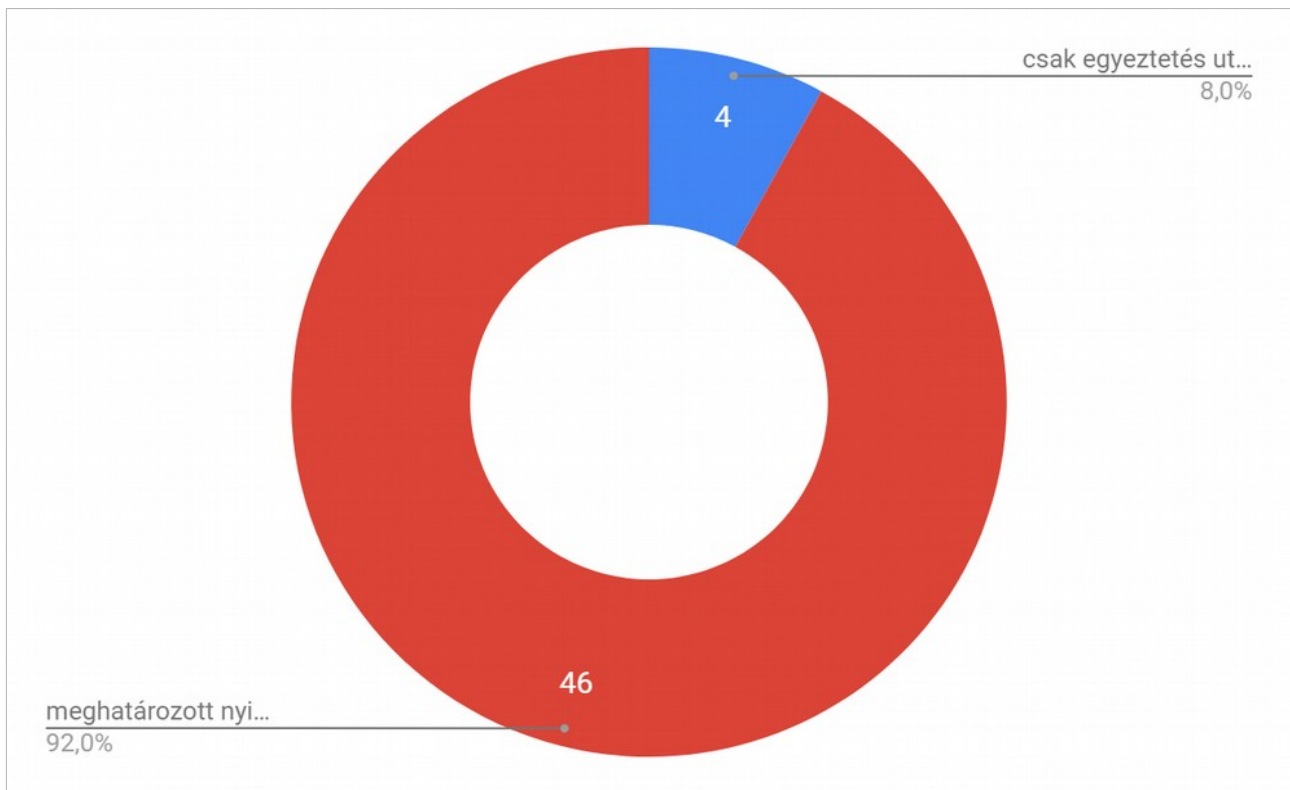
A második időszak 1990-től 2008-ig, a gazdasági világválságig tart. A 18 év alatt a válaszadók közül 7 új üzletet alapítottak.

A világválságot követően, a 2009-től a 2018-as év végéig tartó időszakban meredeken nő az alapított értékesítési helyek száma.



5. Ábra: Az értékesítési helyek növekedése

4. kérdés: Működési formája?



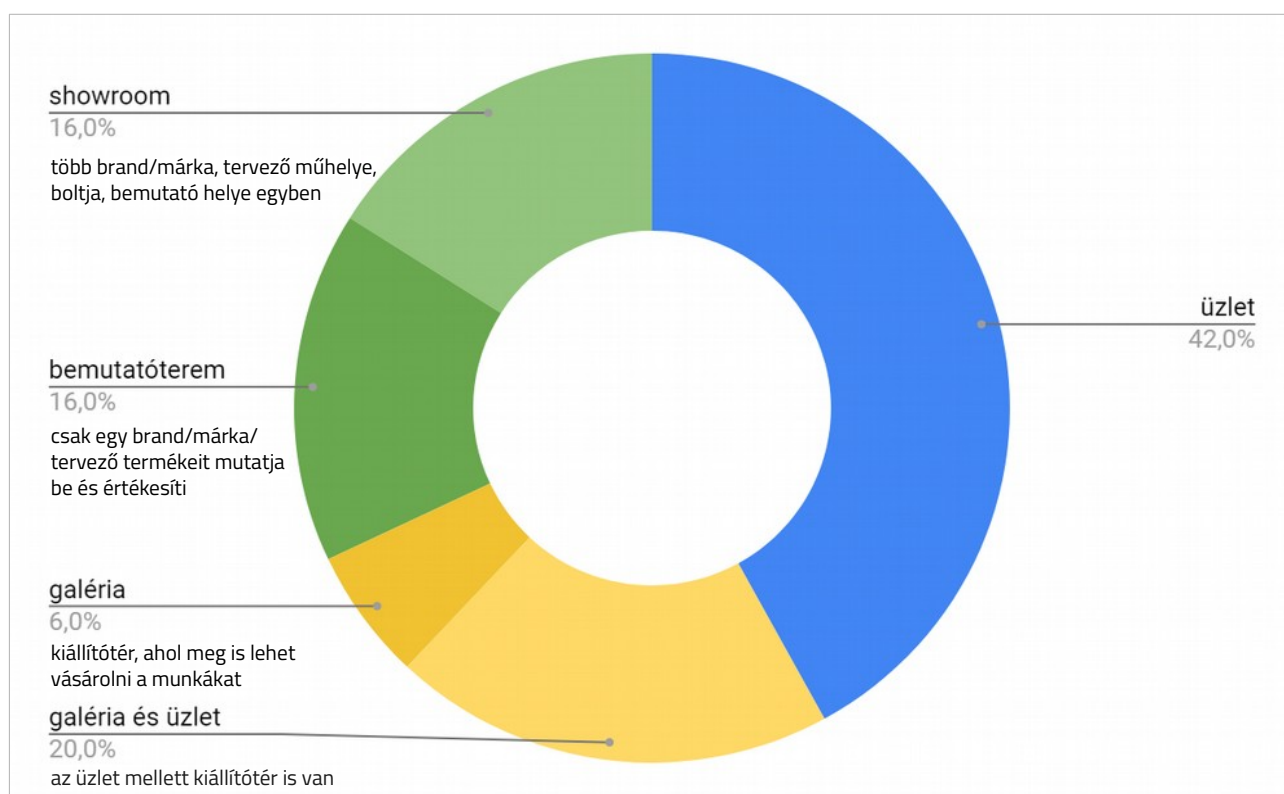
6. Ábra: Működési formája

Az értékesítési helyek igen nagy százaléka (92%) meghatározott nyitvatartási rend szerint működik – mint ahogyan azt a 6. Ábra mutatja –, és csak 8%-a az, amely csak egyeztetett időpontban látogatható. Ez utóbbi négy hely közül kettő magát a bemutatóterek, kettő pedig a showroomok közzé sorolta.

5. kérdés: Típusa?

Összesen ötféle típusú értékesítési hely közül választhattak a kérdőívet kitöltők. Ezeket három fő kategóriába soroltam, amelyből kettőt további két alkategóriára bontottam.

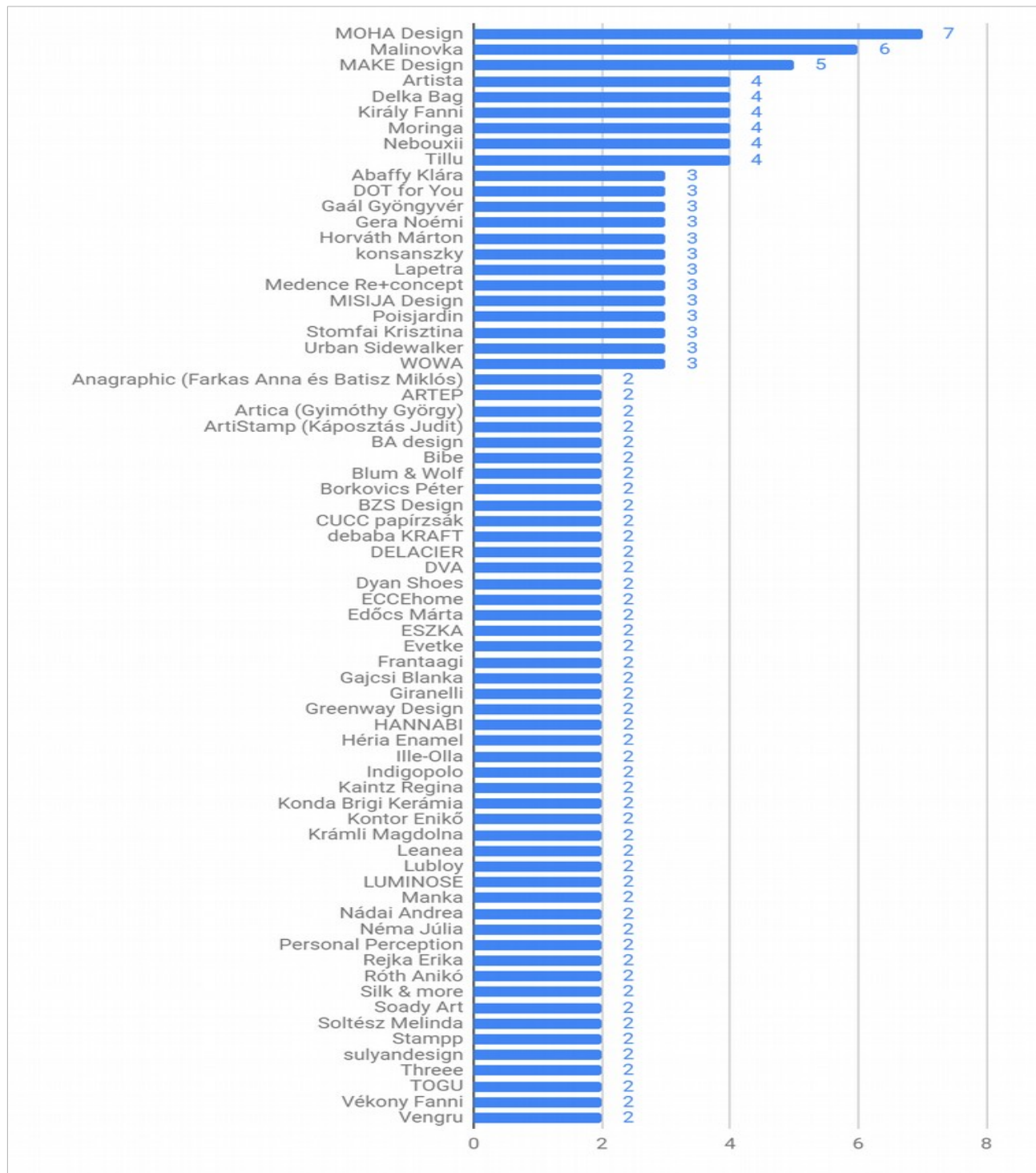
Az üzlet olyan értékesítési hely, ahol a széles választékból – 20-70 tervező termékéből –, nagyobb mennyiséget is lehet vásárolni. A létrehozó legtöbbször nem tervező, hanem inkább vállalkozó. A galéria leginkább olyan kiállító hely, ahol a megtekintett munkát akár meg is lehet vásárolni. A kettő ötvözése a galéria és üzlet, amely az előző két forma kereszteződéseként jött létre. Az üzlet mellett kiállítótér is működik. A bemutatóteremnek és a showroomnak hasonló működése van. A bemutatóterem jellemzően csak egy brand/márka/tervező termékeit mutatja be, míg a showroom többet. Az utóbbi tervezői műhelyként, boltként és bemutató helyként is működik.



7. Ábra: Típusa

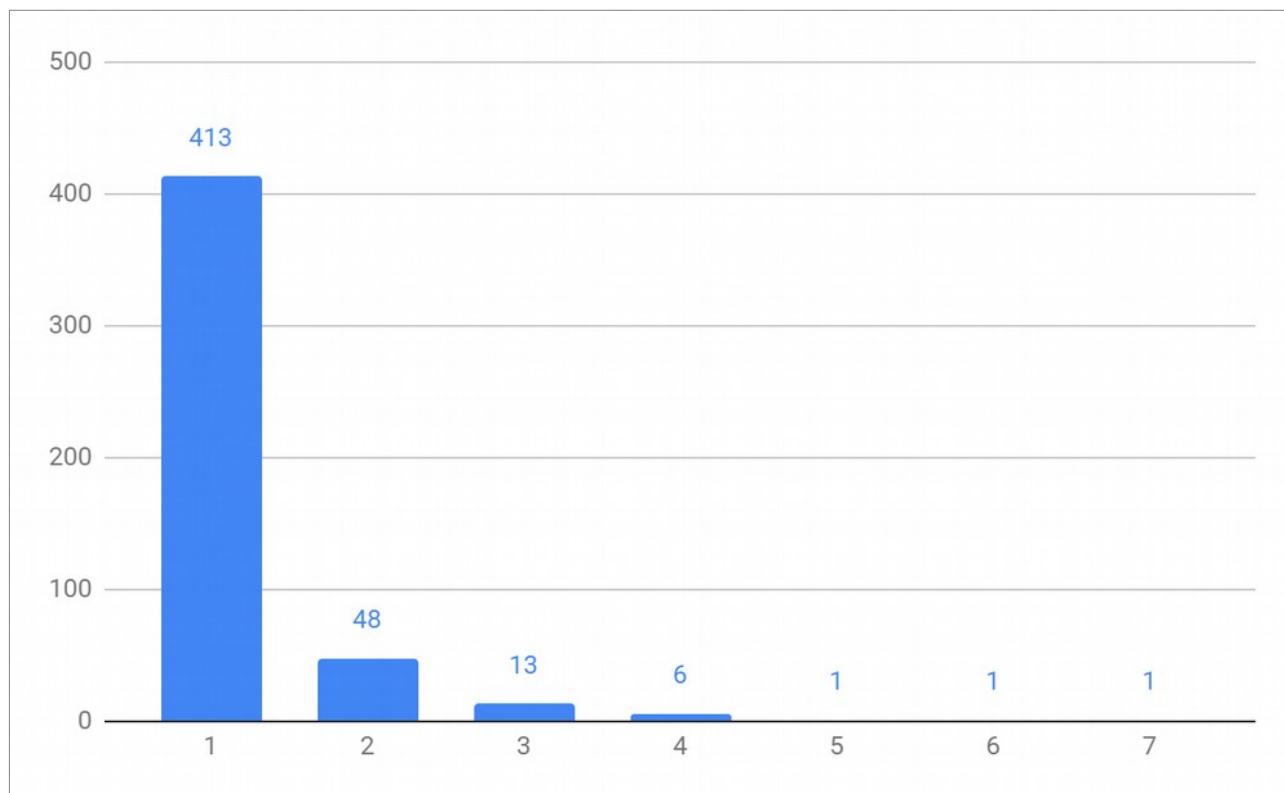
A három fő kategória nagyjából egyharmad arányban oszlik meg: üzlet, galéria, bemutatóterem/showroom. A galériák 2/3 részében, a kiállító tér mellett üzlet jellegű hely is megtalálható, így ezek egyféle átmenetet jelentenek a kiállítótérben és az üzletben való értékesítés között. 1/3 részük pedig jellemzően kiállítótérként működik. A bemutatótermek és a showroomok egyenlő arányban oszlanak meg.

6. kérdés: Az elmúlt egy évben forgalmazott/bemutatott MAGYAR tervezők/brandek/márkák nevei?



8. Ábra: Az elmúlt egy évben [2018.06.01-2019.06.01] forgalmazott/bemutatott MAGYAR tervezők/brandek/márkák eladási helyeinek száma szerint sorrendbe rendezve

Az egyes értékesítési helyeken forgalmazott brand/marka/tervező teljes listáját a II. Melléklet tartalmazza. A 8. Ábra-n az egyes brand/marka/tervező előfordulásának számát összesítettem. A legtöbb helyen a MOHA Design termékeit (betonból készült lámpák és tárgyak) lehet megvásárolni. Ezt követi a Malinovka (könyvek, papír termékek) és a MAKE Design (táskák és kiegészítők).



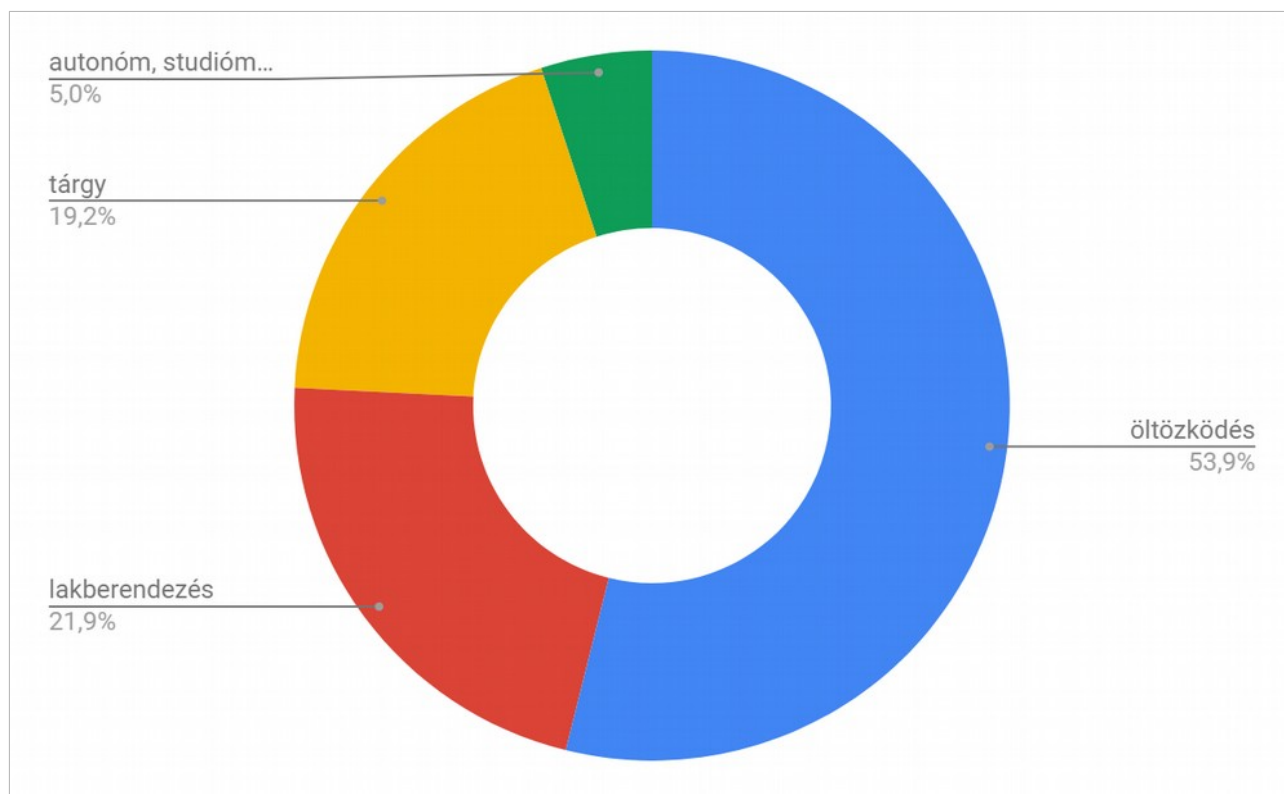
9. Ábra: Egy brand/márka/tervező, hány értékesítési helyen megvásárolható

A 9. Ábra adataiból kiderül, hogy jellemzően egy-egy brand/márka/tervező termékeit hány helyen lehet megvásárolni. A felmérésben szereplő 483 brand/márka/tervező 85,5%-a csak egy helyen lehet megvásárolni. Ennél több helyen a listán szereplőknek csupán a 14,5%-át.

A számok azt mutatják, hogy a tervezők a munkáikat üzletben jellemzően egy helyen értékesítik. Feltételezhetően ennek egyik oka lehet az, hogy ne alakuljon ki árverseny az egyes helyek között. Ugyanakkor nehezen elképzelhető, hogy a bolti eladásokból működtetni tudják a tervezők a vállalkozásukat, vagyis feltehetően más bevételi forrásuk is van.

7. kérdés: Az elmúlt egy évben forgalmazott/bemutatott MAGYAR termékek milyen kategóriákba tartoznak?

A megvásárolható termékeket négy csoportját különítettem el, amelyeket további kategóriákra bontottam. A négy kategória csoport, az öltözködés, a lakberendezés, a tárgy és a autonóm, stúdió munka (képző-iparművészet). A kategóriákat a 13. Ábra tartalmazza.

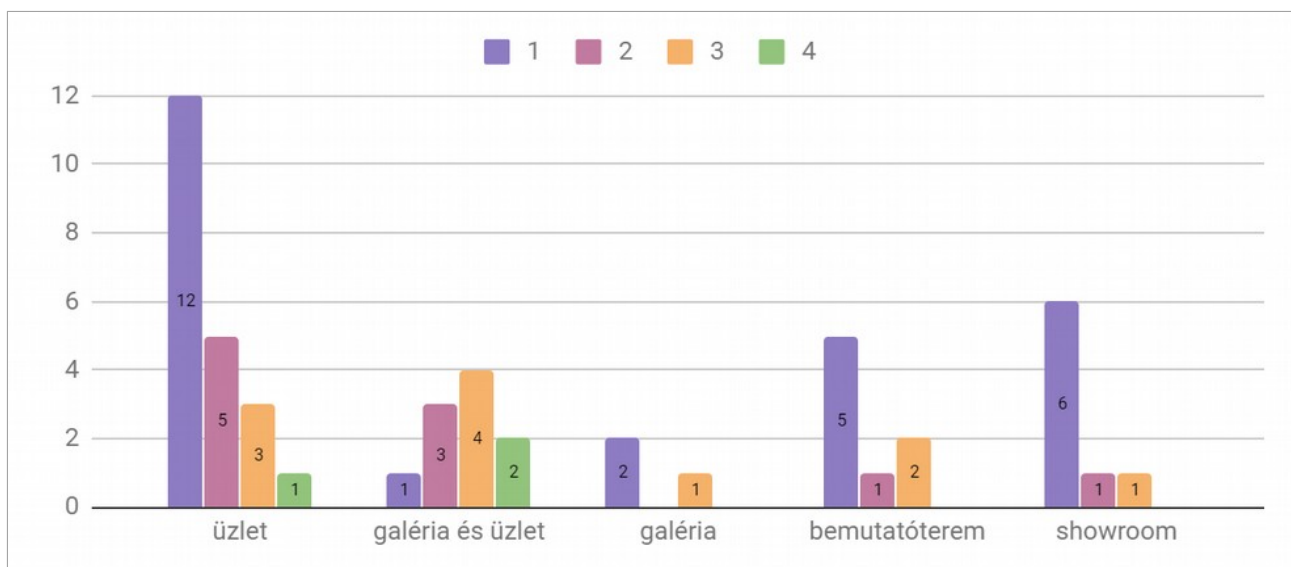


10. Ábra: Kategória csoportok

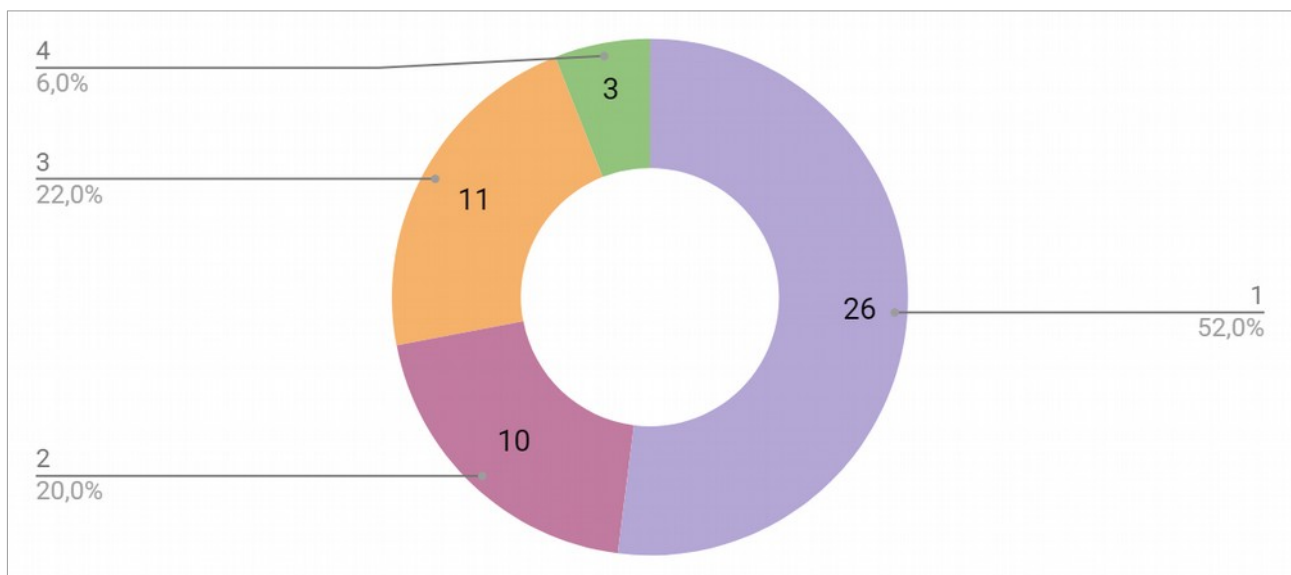
A 10. Ábra-n látható, hogy a válaszadók által megjelölve a legnagyobb arányban az öltözködéshez kapcsolódó kategóriák vannak, ezt a lakberendezés és a tárgy követ. Legkevesebb helyen az autonóm, stúdió munkák értékesítésével foglalkoznak. Két válaszadó volt, a Palmetta Design Galéria és a MONO art & design amely minden kategóriát bejelölt.

A négy kategória csoport üzlet típusok szerinti számát a 11. Ábra arányát pedig a 12. Ábra mutatja. Egy csoportba tartozó termékeket árulnak a legtöbb értékesítési helyen. Ezek közül is a showroomoknál a legnagyobb számba és a legkevésbé a galéria és üzlet típusoknál. Ez utóbbiaknál jellemzőbb, hogy sokfajta termék található meg bennük.

Kitűnik az is, hogy kevés, összesen három értékesítési helyen árulnak mind a négy kategória csoportba tartozó terméket.

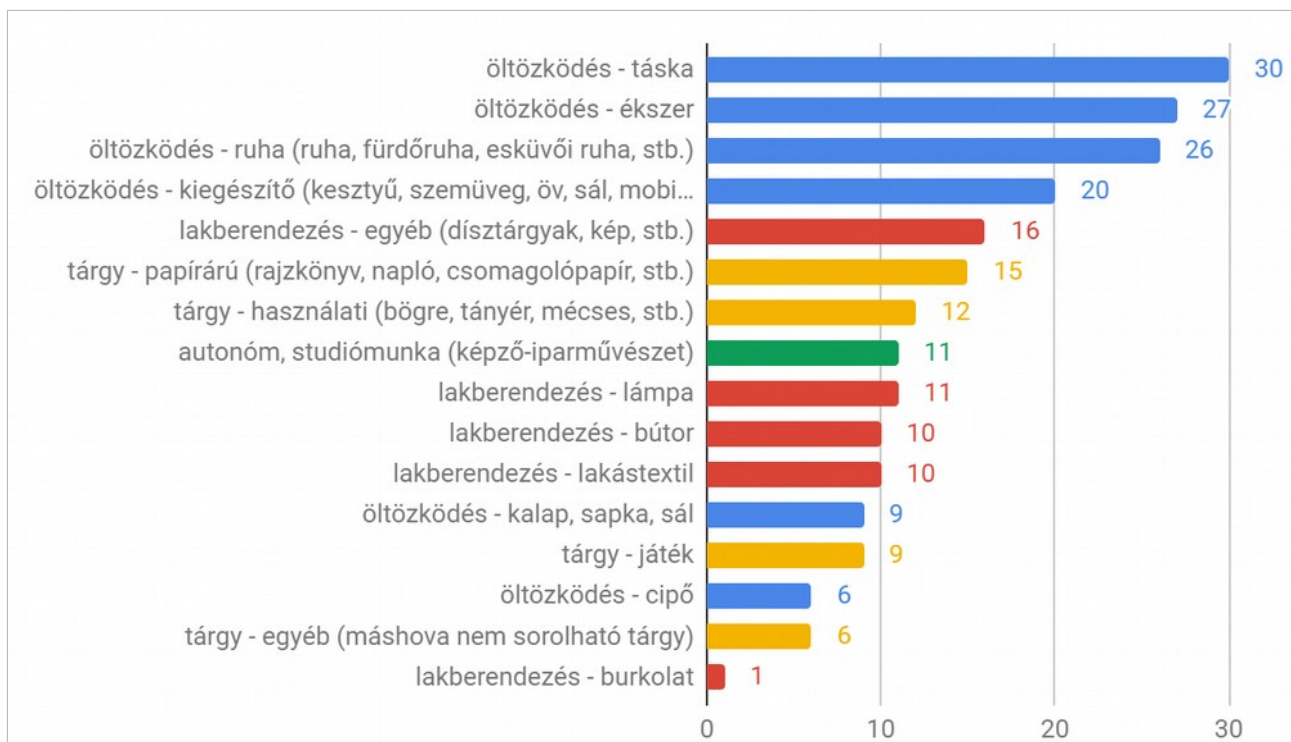


11. Ábra: Kategória csoportok száma üzlet típusok szerint



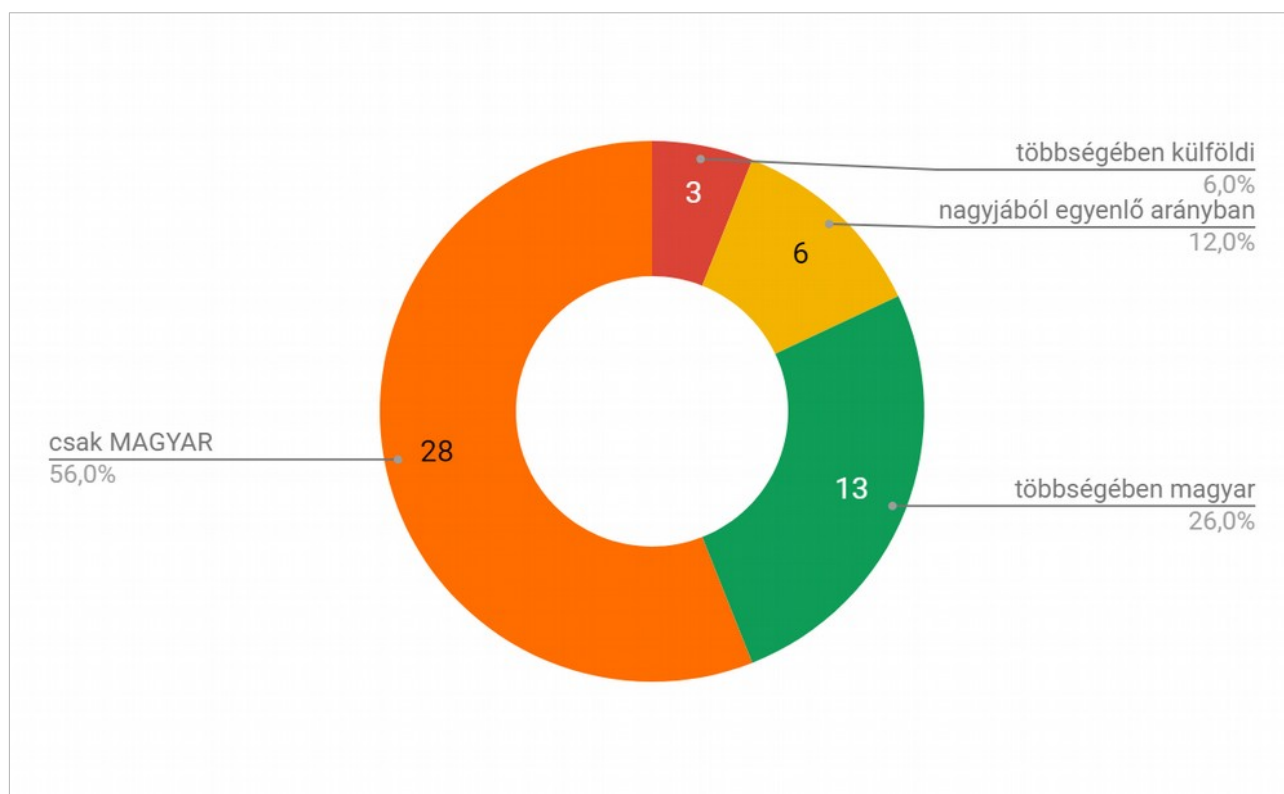
12. Ábra: Kategória csoportok aránya az üzlettípusok

A kategóriás értékesítési helyek szerinti sorrendjét a 13. Ábra mutatja. Az első négy helyen az öltözködéshez kapcsolódó termékek értékesítése van (táska, ékszer, ruha és kiegészítő). Ezen belül is táskákat lehet a legtöbb helyen kapni. A lakberendezési termékek és a tárgyak a középmezőnybe tartoznak. Legkevésbé burkolatokat forgalmaznak az adatlapot kitöltő értékesítési helyek. Ez egyedülként a MOZA Cementlap Manufaktúra volt.



13. Ábra: Kategóriák az értékesítési helyek száma szerint

8. kérdés: Az elmúlt egy évben milyen arányban forgalmazták/ mutatták be külföldi és magyar tervezők/brandek/márkák munkáit?



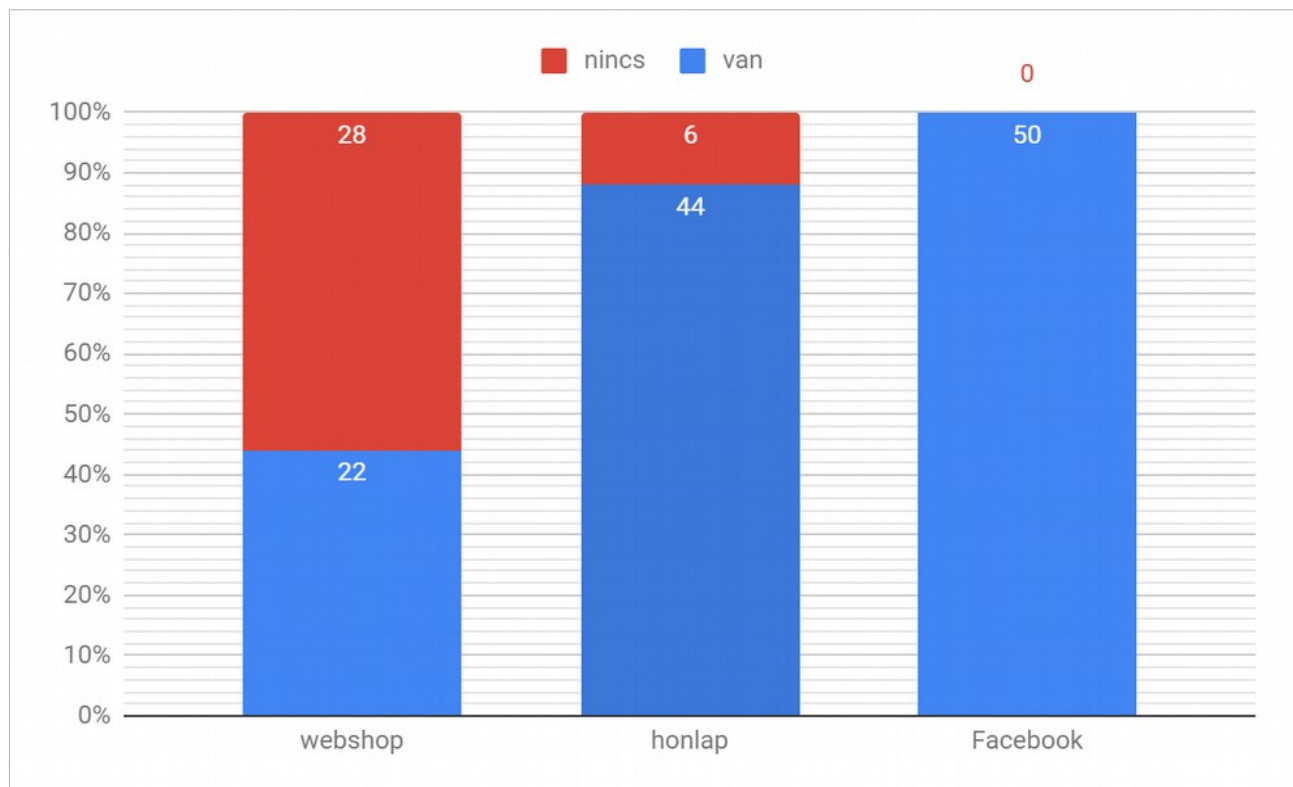
14. Ábra: Külföldi és magyar tervezők/brandek/márkák aránya

Mivel a kutatás csak a magyar brandek/markák/tervezők termékeit forgalmazó értékesítési helyekre terjedt ki, így a 14. Ábra adatai nem azt mutatják, hogy Magyarországon milyen arányban vannak a magyar és a külföldi termékeket forgalmazó értékesítési helyek – ennek vizsgálata nem is volt a kutatásom része –, hanem azt, hogy ahol magyar termékek vannak jelen, azon a körön belül, milyen arányban vannak jelen a külföldi és a magyar brandek/markák/tervezők termékei. Olyan kitöltő nem is volt, aki a *csak KÜLFÖLDI* opciót választotta volna.

A válaszadó értékesítési helyek több mint a 1/2-ben (56%) a csak magyar termékek közül vásárolhatunk. 1/4-ben (26%) többségében vannak a magyar áruk. Összességében a értékesítési helyek több mint 4/5 részében (82%) túlsúlyban magyar tervezők munkái vásárolhatók meg.

Kevesebb mint 1/5 hely van ahol a külföldi termék fele arányban, vagy túlsúlyban vannak. Három olyan kitöltő volt (6%), ahol a jellemzően külföldi árukészlet mellett, magyar termék is szerepel a palettán.

9. kérdés: Működtet saját webáruházat?



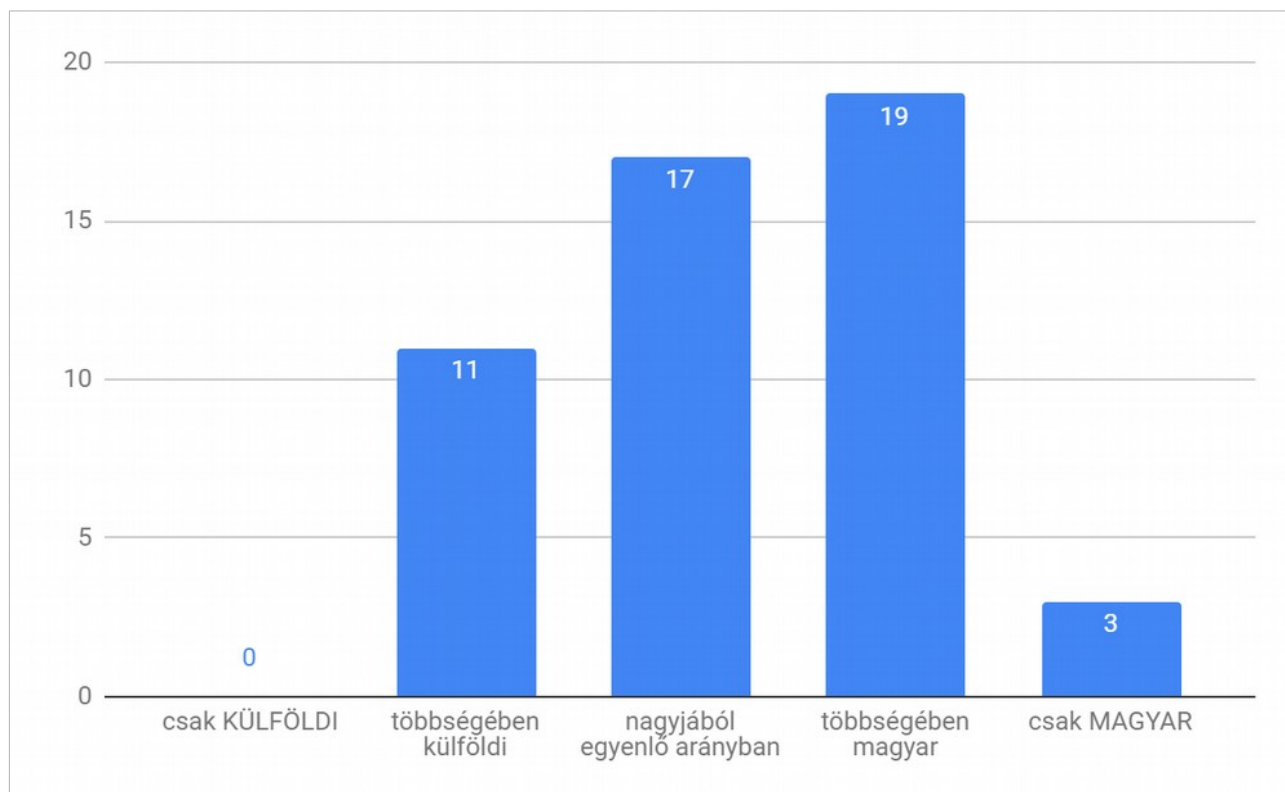
15. Ábra: Webshop, honlap, Facebook oldalak aránya

A 15. Ábra-n három oszlopok található. Az elsőben (webshop) szereplő számok a kérdőíves kutatás adatait jelenítik meg. Ezt egészítettem ki – a virtuális jelenlét formáinak összehasonlíthatósága miatt – a második (honlap) és a harmadik (Facebook) oszlopban szereplők értékekkel, amelyeket a saját gyűjtésem alapján összesítettem és mellékeltem.

A webshop oszlop arányából az látszik, hogy az értékesítési helyek kicsivel több mint 2/5 tartja csak fontosnak, hogy ilyen módon is jelen legyen az értékesítési piacon. A többség – feltételezhetően – a személyes vásárlást részesíti előnyben.

Nagyobb az arány a honlapok számában. Itt már 88%-a az értékesítési helyeknek működtet saját honlapot. Ennél nagyobb arányú, 100%-os a jelenlét a Facebookon.

10. kérdés: Az elmúlt egy évben a vásárlók milyen arányban voltak külföldiek és magyarok?



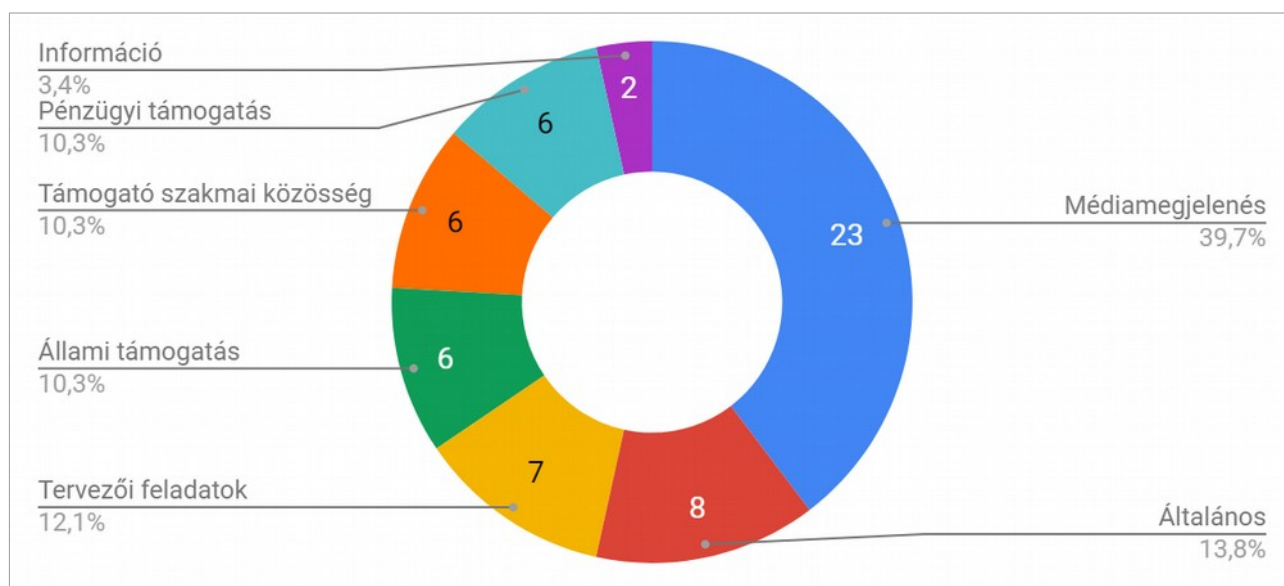
16. Ábra: A külföldiek és magyarok vásárlók aránya

Hasonlóan ahogyan a 8. kérdésre adott válaszoknál is láthattuk, olyan értékesítési hely ahol kizárólag külföldi vásárlók fordulnak meg, egy sem volt a válaszadók a között. Kevesen, összesen hárman jelölték meg, hogy kizárólag magyar vásárlók vannak. A többség a középső három sávot választotta, nagyjából kétszer annyian a többségében magyar, mint a többségében külföldi vásárlókat.

11. kérdés: Véleménye szerint, mi segítené elő a magyar termékek ismertségének és eladásának növelését?

A nyitott kérdésre adott válaszok teljes szövegét – az eredeti formájukban – a II. Melléklet tartalmazza. Az ott szereplő válaszokat feldolgoztam, és amely tartalmazott értékelhető javaslatot, azokat csoportosítottam, majd összefoglaló főcsoportok alá rendeztem. Az eredményt a 2. Táblázat tartalmazza.

A 17. Ábra az egyes főcsoportokba tartozó javaslatok száma szerint mutatja meg, hogy a válaszadóknak mely területekkel kapcsolatban, és milyen arányban van javaslatuk.



17. Ábra: A 11. kérdésre adott szöveges válaszok száma főcsoportok szerint

A feldolgozás során törekedtem arra, hogy a válaszadók megfogalmazásához a lehető leghívebben igazodva – de pl. a helyesírást javítva – fogalmazzam meg az egyes javaslatokat. Több esetben azért hasonló értelmű és tartalmú egy-egy sor, mert ugyan az értelme hasonló, de pl. az egyik esetben jelöli, a másikban pedig nem, hogy a javaslat végrehajtását kitől várja. A használt fogalmak tartalma sok esetben átfedésben vannak egymással, így pl. a média megjelenés és a reklám, de ezek nem feleltethetők meg egymással teljes mértékben, így én is külön sorban közlöm.

Média megjelenés

Ide azokat a javaslatokat csoportosítottam, amelyek valamilyen formában – média, vásár, magazin, divatbemutató, internet, kiállítás, stb. – a tervezők szélesebb körű ismertségét segítenék elő. A javaslatok nem minden esetben jelölik meg, hogy ez milyen forrásból és kinek

lenne a feladata. Ebben a csoportba tartozó javaslatok vannak a legnagyobb számban. Ez a teljes lista 39,7%.

Általános

A tartalmát tekintve nehezen meghatározható javaslatok kerültek ide. Ezek közül a legnagyobb számban a vásárlóerő erősítését jelölték meg a válaszadók.

Tervezői feladatok

Azokat a javaslatokat amelyek valamilyen formában a tervezők viselkedését, vagy a termékek fejlesztésére vonatkozó javaslatot tartalmaznak, ide soroltam.

A használt fogalmak jól mutatják melyek azok az ismérvek amelyek fontosnak tartanak és követendőnek ítélnék az értékesítők: minőség, megbízhatóság, kitartás, egyedi igények, különleges termékek. Fontosnak tartják még a hosszú távú tervezést és az üzleti szemlélet is.

Állami támogatás

Az állami szinten megoldható javaslatok gyűjtőhelye. A legtöbben az ÁFA csökkentést és az adókulcsok kedvezőbb meghatározását javasolják.

Támogató szakmai közösség

A válaszadók jelentős része fontosnak tartotta, hogy valamilyen szakmai támogatásban részesüljenek a tervezők. Többen javasolták, hogy ez tervezői közösség keretében valósuljon meg.

Pénzügyi támogatás

Ebbe a csoportba azokat a javaslatokat soroltam, amelyek adott cél érdekében valamilyen támogatást, vagy forrás igényelnének. Illetve ide került annak a két válaszadónak is a javaslata is, amely a bérletidő-kedvezmények rendszerének kialakítását célozza meg.

Információ

A csoportban elhelyezett két bejegyzés, a tervezőkről megjelenő információk bővítésére tesz javaslatot. Az egyik közvetlenül a Budapestre érkező turistákat célozza meg, a másik pedig egy designertérkép készítésére tesz javaslatot.

Főcsoportok	Össz.	Csoportok	db
Médiamegjelenés	23	Több (ingyenes) médiamegjelenés.	8
		A magyar design és iparművészeti tárgyak tudatos vásárlására ösztönző kampány.	4
		Több külföldi megjelenés (vásárok, magazinok, divatbemutatók).	3
		Reklám	2
		Állami szintű kampányok, online megjelenések, kiállítások, bemutatók támogatása.	2
		Magyar közönség felé: social media influencerek ajánlása.	2
		Külföldi közönség felé: idegenforgalmi blogokon, weboldalakon, közösségi oldalakon való megjelenések.	2
Általános	8	A vásárlóerő erősítése	5
		A boltokhoz kötődő workshopok, művészeti, közösségi tevékenységek elismerése.	1
		A hazai könnyűipar feltámasztása	1
		Kevésbé Budapest központúság	1
Tervezői feladatok	7	A magyar iparművészet nemzetközi megítélését a magas minőségű és megbízható termékek erősíthetik.	2
		Elhivatottság, szorgos munka, kitartás, üzleti szemlélet, hosszútávú tervek és stratégia az alkotók, tervezők részéről.	1
		Minőség, formatervezettség, nagyobb nyitottság az egyedi igények kezelésére.	1
		Jó, különleges termékek	1
		Megfelelő pozicionálás (nem indokolatlanul túlárzás), üzleti szemlélet.	1
		A webes megjelenés jelenti a legtöbb tervező számára az igazi kitörési pontot boldogulást. Lassú építkezéssel, a visszatérő vásárlók gyűjtésével, ez a leginkább elképzelhető és viszonylag költséghatékony megoldás.	1
Állami támogatás	7	ÁFA csökkentés (27% > 5%) a professzionális iparművészeti és design tárgyak üzletben történő eladásakor.	3
		Kedvezőbb adókulcsok	2
		Kereskedelemfejlesztési pályázatok körének növelése.	1
		Több üzlet, akár a vidéki városokra is kiterjesztett bolthálózat létrehozása az állam és a helyi önkormányzatok segítségével (üzlet, kiállítás, workshop, gyerekfoglalkozások).	1
Támogató szakmai közösség	6	Továbbképzések, workshopok a magyar alkotóknak. Olyan közösség, ahol egymástól tudnak tanulni, és a munkájukat szakemberek segítik.	2
		Jó kezdeményezés volt a Design Terminál, az itt elérhető mentorprogram és konzultációs lehetőség nagyon hasznos lehetőség volt.	1
		Támogató szolgáltatások az üzletek részére (weblap, fotózás).	1
		Egy tervezői közös összefogás nagyban segítené az általunk gyártott termékek ismeretségét, amely nagy valószínűséggel növelné az eladásainkat is.	1
		Összefogó támogatás, ami a kisebb márkákat is támogatja nem csak a már befektetőkkel rendelkezőket.	1
Pénzügyi támogatás	5	Bérletidő-kedvezmények rendszerének kialakítása.	2
		Pénzügyi forrásból az internetes hirdetések növelése.	1
		Kommunikációra fordítható forrás.	1
		Helyi, önkormányzati támogatás. Helyi rendezvényeken való bemutatkozási lehetőség.	1
Információ	2	A Budapestre érkező turistáknak több információ a magyar tervezőkről.	1
		Design térképek készítése, bővítése.	1

2. Táblázat: A 11. kérdésre adott szöveges válaszok csoportokba rendezve

I. Melléklet: Kérdőív

Bevezető rész

Üdvözlöm!



Márton László Attila: A magyar iparművészet időszerű kérdései

Iparművészet - Kutatás
MMA Művészeti Ösztöndíj Program

Kutatásom iparművészet/design és az iparművészek/designerek jelenkori helyzetével, a magyar iparművészet időszerű kérdéseivel foglalkozik. További részletek: <http://kutatas.emela.hu>

Ennek a kutatásnak a részeként készülő adatfelvételben kérem a részvételét.

Az adatfelvétel elsődleges célja, hogy átfogó képet kapjunk arról, hogy ma a magyar iparművészek/designerek hol, és milyen módon tudják értékesíteni az általuk elkészített munkákat. Másodlagos célja annak felmérése, milyen módon lehetne elősegíteni a készítőik és az értékesítők együttműködését.

Annak érdekében, hogy a témával kapcsolatban megbízható és hiteles információkat szerezzek, arra kérem, hogy a lehető legpontosabb válaszokat adja.

A kutatás a Magyar Művészeti Akadémia Művészeti Ösztöndíjprogram keretében valósul meg.

A kérdőív kitöltése körülbelül 15 percet vesz igénybe.

A beküldésével egyben hozzájárul a kérdésekre adott válaszok és adatok nyilvánosan publikálásához.

Köszönöm a segítségét!

Márton László Attila
belsőépítész, iparművész, kutató
+36-70/249-89-05
kutatas@emela.hu

Kérdések

Megjegyzés: a kérdőív kitöltése során, a *-al jelzett kérdésekre kötelezően válaszolni kellett.

Alapadatok

1. A galéria/üzlet/showroom/bemutatóterem neve: *
[rövid válasz]
2. Rövidítése, ha van:
[rövid válasz]
3. Alapításának éve: *
[rövid válasz]
4. Működési formája: *
[feleletválasztó]
 - a. meghatározott nyitvatartási idejű
 - b. csak egyeztetés után felkereshető
5. Típusa: *
[feleletválasztó]
 - a. üzlet
 - b. galéria (kiállítótér, ahol meg is lehet vásárolni a munkákat)
 - c. galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)
 - d. bemutatóterem (csak egy brand/márka/tervező termékeit mutatja be és értékesíti)
 - e. showroom (több brand/márka, tervező műhelye, boltja, bemutató helye egyben)

A termékek

6. Az elmúlt egy évben forgalmazott/bemutatott MAGYAR tervezők/brandek/márkák nevei: *
[hosszú válasz]
Megjegyzés: Amennyiben a honlapjukon szerepelnek ezek az adatok, akkor kérem, másolja ide a linket.
7. Az elmúlt egy évben forgalmazott/bemutatott MAGYAR termékek milyen kategóriákba tartoznak? *
[feleletválasztó]
 - a. öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.)
 - b. öltözködés - ékszer
 - c. öltözködés - táska
 - d. öltözködés - cipő
 - e. öltözködés - kalap, sapka, sál
 - f. öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.)
 - g. lakberendezés - bútor
 - h. lakberendezés - lámpa
 - i. lakberendezés - lakástextil
 - j. lakberendezés - burkolat
 - k. lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.)
 - l. tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.)

- m. tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.)
- n. tárgy - játék
- o. tárgy - egyéb (máshova nem sorolható tárgy)
- p. autonóm, studiómunka (képző-iparművészet)

8. Az elmúlt egy évben milyen arányban forgalmazták/mutatták be külföldi és magyar tervezők/brandek/márkák munkáit? *

[feleletválasztó]

- a. csak KÜLFÖLDI
- b. többségében külföldi
- c. nagyjából egyenlő arányban
- d. többségében magyar
- e. csak MAGYAR

Az eladás

9. Működtet saját webáruházat? *

[eldöntendő]

- a. igen
- b. nem

10. Az elmúlt egy évben a vásárlók milyen arányban voltak külföldiek és magyarok? *

[feleletválasztó]

- a. csak KÜLFÖLDI
- b. többségében külföldi
- c. nagyjából egyenlő arányban
- d. többségében magyar
- e. csak MAGYAR

11. Véleménye szerint, mi segítené elő a magyar termékek ismertségének és eladásának növelését?

[hosszú válasz]

Megjegyzés: Kérem fogalmazza meg pár mondatban

Kapcsolat

12. Kapcsolattartó neve:

[rövid válasz]

13. Telefonszáma:

[rövid válasz]

II. Melléklet: Válaszok

Megjegyzés: a 11. nyitott kérdésre adott válasz, a válaszadó által megfogalmazott és begépelt formában, javítás és változtatás nélkül szerepel a felsorolásban.

Art on Me Shop

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2013
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Artista
7. kérdés:	öltözködés - táska
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés:	Alapvető problémának látom azt, ahogy a magyar tervezők még mindig nincsenek azon az értelmi szinten, hogy „megfelelően” viseltessenek egymás irányában... sajnos naponta tapasztaljuk mi is ezt a bőrünkön... nem véletlenül „zárkózunk el” sok mindentől, amelyet szakmánk által akár jól ki tudnánk használni, illetve nagy eséllyel az eladásainkat is növelné. Ettől függetlenül, még mindig hiszek abban, hogy egy pontos cél meghatározás és kitűzése után, egy tervezői közös összefogás nagyban segítené az általunk gyártott termékek ismeretségét amely nagy valószínűséggel növelné az eladásainkat is.

Artushka

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2015
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Avida toys, Husew, MAKE, MOHA Design, Patr,ika, Poisjardin, Soady Art
7. kérdés:	öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.)
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés:	Reklám.

Babyberry és barátai showroom

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2017
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	showroom

6. kérdés:	Adamo, babyberry, CUCC, debaba KRAFT, ESZKA, JUSTa, Kids&Bees, Lagom, RokkaDesign, Siller Baby
7. kérdés:	lakberendezés - bútor, lakberendezés - lámpa, lakberendezés - lakástextil, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.)
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	Én nagyon sokat dolgozom azon, hogy az általam forgalmazott magyar tervezőket népszerűsítsem, megismertessem a saját vásárlóimmal. A showroom mellett én szervezem a Pici Piac vásárt, ami egy tematikus baba-mama-gyerek vásár kizárólag magyar tervezők termékeivel. Úgy látom, az elmúlt években egyre nagyobb az érdeklődés a kis szériás, kézműves vagy dizájner termékekre, ami egy nagyon jó irány, de szükség lenne arra is, hogy szélesebb kört is elérjünk. Az Egyesült Államokban komolyan állami kampányok voltak, és sikerült is elérni, hogy az amerikaiak szívesen vásárolnak helyi termékeket, divat a kis szériás termék a tömeggyártással szemben. Itthon is lenne helye edukációnak, ami népszerűsíti az ilyen termékeket, elmagyarázza, miért fontos helyit vásárolni (minőség, fenntarthatóság, ökológiai lábnyom, helyi vállalkozók támogatása stb.), mert a kis márkák külön-külön nagyon korlátozott erőforrásokkal rendelkeznek, és azt is inkább a saját márkájuk népszerűsítésére fordítják, nem általános edukációra.

Barb Tailor showroom

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2018
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	galéria (kiállítótér, ahol meg is lehet vásárolni a munkákat)
6. kérdés:	Barb Tailor unique design, Me&Ka fashion, Mody_Arte, Nora's Hungary
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kalap, sapka, sál, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.)
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	Média megjelenések, célzott marketing kampányok, személyes bemutatkozás lehetőségek.

Cotton Ball lights and Classhome design shop

2. kérdés:	CBL and Classhome design shop
3. kérdés:	2017
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Artkores, Aurora candle company, baby on, BA design, Budapest air, Budapest jewellery, Covellin, Cup of Ink, debaba KRAFT, Delka bag, DOT for You, Dots and lines, Fantaagi, Greenway Design, hello Boborik, Imecs Kata, Judyposter, Justa stickers, Langó kriszta, Lantos Judit ceramics, Lys candles, macondo textil, Make design, Malinovka, Manual bags, Marbushka, Medence Re+concept, MOHA Design, Moha világa, Moringa, Nebouxii, Nemessis, Nip Nop, NK design, Péger

Zsuzsa, Poisjardin, Soady Art, Stamp ékszerek, Taste a, Tillu, Tinta táska, Urban Sidewalker, Walóságom, WOWA design, Zador

7. kérdés: öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), lakberendezés - lámpa, lakberendezés - lakástextil, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), tárgy - játék
8. kérdés: többségében magyar
9. kérdés: igen
10. kérdés: többségében külföldi
11. kérdés: Többféle problémával is meg kell küzdeniük a magyar tervezőknek a piacon. egyrészt a magyar és külföldi vásárlók nagy aránya árérzékeny, így jól kell pozicionálni magukat ezen a téren. Sokan nagyon egyedi, különleges anyagokat, és sok időt igénylő termékeket állítanak elő, amik nem tudnak versenybe kelni a többi áruval. A másik probléma az az, hogy ha már megvan egy jó termék a designerek többsége nincs tisztában olyan alapvető fogalmakkal, hogy mi az ÁFA, vagy aki tudja, az pedig jó magyar mentalitáshoz híven ott ügyeskedik, ahol tud. Jó lenne, ha valamilyen alapfokú vállalatvezetési készségekre szert tennének a képzőművészeti pálya során.

Csendes Concept Store

2. kérdés: -
3. kérdés: 2014
4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés: üzlet
6. kérdés: -
7. kérdés: öltözködés - ékszer, lakberendezés - bútor, lakberendezés - lámpa, lakberendezés - lakástextil, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), tárgy - játék, tárgy - egyéb (máshova nem sorolható tárgy), autonóm, stúdiómunka (képző-iparművészet)
8. kérdés: nagyjából egyenlő arányban
9. kérdés: igen
10. kérdés: nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés: -

Erdész Galéria & Design

2. kérdés: -
3. kérdés: 1993
4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés: galéria (kiállítótér, ahol meg is lehet vásárolni a munkákat)
6. kérdés: Abaffy Klára, Gaál Gyöngyvér, Kaintz Regina, Krámlí Magdolna, Perlamadre Design, Simon Viktória, Stomfai Krisztina, Szabó Laura, Tóth Zoltán, Anh Tuan, Wladis (Péter Vladimír), Borkovics Péter, Horváth Márton, Soltész Melinda
7. kérdés: öltözködés - ékszer, öltözködés - táska
8. kérdés: nagyjából egyenlő arányban
9. kérdés: nem

10. kérdés: nagyjából egyenlő arányban

11. kérdés: Ha profik, profi műveket készítenének.

Eszka Design Store

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2017
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	ESZKA
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kalap, sapka, sál, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés:	Reklamozás.

Eventuell Galéria

2. kérdés:	-
3. kérdés:	1994
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)
6. kérdés:	Blue Paprika, Horányi Kinga, Kesserű Andrea, Konya Kinga, Munkácsi Gábor, Németh Orsolya, Pajer Emilia, Radnoti Tamas, Szigeti Szilvia
7. kérdés:	öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, lakberendezés - lakástextil, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.)
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében külföldi
11. kérdés:	Fizetőképes kereslet, és a középosztály további csúszásának megállítása.

Ezüstláz Ékszergaléria

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2010
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)
6. kérdés:	Abaffy Klára, Bárd Zsuzsa, Besnyői Rita, Dávid Attila Norbert, Gaál Gyöngyvér, George Radic, Gera Noémi, Görömbei Luca, Huber Kinga, Jermakov Katalin, Kecskés Orsolya, Kerékgyártó Szilvia, Király Fanni, Krámlí Magdolna, Lázár Veronika, Lenzsér-Mezei Kata, Marosi László, Molnár Éva, Nádaí Andrea, Rozsnyay Béla, Stomfai Krisztina, Szász Károly, Varga János Gábor, Varga Viktor, Vékony Fanni, Zámori Eszter, Zsabokorszky Lili
7. kérdés:	öltözködés - ékszer
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	igen

10. kérdés: nagyjából egyenlő arányban

11. kérdés: -

FIAN Koncept

2. kérdés: -

3. kérdés: 2012

4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű

5. kérdés: üzlet

Közel 70 tervező, designer, kiemelten

MASTRO, Lubloy Zoltán, Babos Pálma, Botos Balázs, Ille-Olla, Artista, LAZLO, Romani design, PIROSHKA, Lengyel Zsuzsi, AGNESKOVACS, SERTEES, Printa, Kiss Adél, Nemes Anita, Magyar Nemzeti Galéria, Major Laura, Cziribú, Horányi Kinga (IKIKI), Fekete Fruzsina, Grünfelder Judit

7. kérdés: öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - cipő, öltözködés - kalap, sapka, sál, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), autonóm, stúdiómunka (képző-iparművészet)

8. kérdés: csak MAGYAR

9. kérdés: nem

10. kérdés: többségében külföldi

11. kérdés: Az ezekre a termékekre jutó, az eladáskor jelentkező ÁFA RADIKÁLIS csökkentése. Támogató szolgáltatások az üzletek számára: weblap, FOTÓZÁS. Hazai pályázati források körének bővítése a kereskedelem-fejlesztés tárgyában. A bolthoz kötődő workshopok művészeti-közösségi tevékenységének elismerése. Bérleti-díj kedvezmények rendszerének kialakítása.

Fiók for Arts

2. kérdés: Fiók

3. kérdés: 2013

4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű

5. kérdés: üzlet

6. kérdés: DOT for You, Malinovka, Rubidium, The Sorting bags, Ecochoice, ArtiStamp, szakacsnik,

7. kérdés: tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.)

8. kérdés: nagyjából egyenlő arányban

9. kérdés: igen

10. kérdés: többségében magyar

11. kérdés: Több médiafigyelem a magyar tervezőknek, hogy a közönség jobban megismerje őket. Kedvezőbb adókulcsok, amelyek segítik a tervezőket, hogy kedvezőbb árfekvésű termékeket állíthassanak elő.

HANNABI STÚDIÓ

2. kérdés: -

3. kérdés: 2010

4. kérdés: csak egyeztetés után felkereshető

5. kérdés:	bemutatóterem (csak egy brand/márka/tervező termékeit mutatja be és értékesíti)
6. kérdés:	HANNABI
7. kérdés:	lakberendezés - bútor
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	Sajtó és kiállítás, workshopok.

Hefter Üveggaléria

2. kérdés:	-
3. kérdés:	1980
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	galéria (kiállítótér, ahol meg is lehet vásárolni a munkákat)
6. kérdés:	Angela Thwaites, Balogh Eleonóra, Belan Amin, Bohus Zoltán, Borbás Dórka, Borkovics Péter, Botos Péter, Buczkó György, Budahelyi Tibor, Czebe István, Dárday Nikolett, Edőcs Márta, Erdei Sándor, Farkas Vajk, Fehér Erika, Fehér Hajnalka, Füri Judit, Gaál Endre, Gáspár György, Gera Noémi, Gondán Gertrúd, Gonzáles Gábor, Győri Anita, Hefter Daniella, Hefter László, Hegyvári Bernadett, Holló István, Horváth Márton, James Carcass, Jegenyész János, Jelena Popadics, Karsai Zsófia, Kecskés Kriszta, Kertész Ágnes, Király Fanni, Köblitz Birgit, Kun Éva, L. Szabó Erzsébet, László Kyra, Lendvai Péter, Lugossy Mária, Lukácsi László, Mészáros Mari, Mezősi Eszter, Molnár Nelli, Néma Júlia, Németh Hajnal Auróra, Pattantyús Gergely, Polyák János, Pozsonyi Izsó Andrea, Sigmond Géza, Sipos Balázs, Soltész Melinda, Szabó Péter, Szőke Barbara, Tomay Katalin, Tóth Margit, Vida Zsuzsa, Virág Hajnalka, Zalavári József
7. kérdés:	öltözködés - ékszer, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), autonóm, stúdiómunka (képző-iparművészet)
8. kérdés:	többségében külföldi
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	-

Indigo Műhely

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2012
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Indigopolo
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.)
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	-

Könyv és bolt

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2012
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Freshka, Katona brand, Lubloy, Malinovka, Mano design, Nebouxii, Nereida, NTK (Credress), Orlai Balázs, Plantethics, Stef.co
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), tárgy - játék, tárgy - egyéb (máshova nem sorolható tárgy)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	csak MAGYAR
11. kérdés:	Mivel a mi vásárlóink kizárólag magyarok, nekik kifejezetten számít a termékek ára. A nálunk vásárló középkorú, túlnyomó többségében értelmiségi vásárlók kifejezetten keresik a jó minőségű, kedvező árú termékeket. A helyzetünk azért is speciális, mert szinte kizárólag impulzus vásárlóink vannak, ráadásul színház és könyv témában érdeklődnek, számukra kevésbé izgalmas a magyar tervezők egy jelentős része által meglovagolt Budapest, Magyarország tematika.

Kamchatka design

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2000
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Kamchatka design
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - táska, öltözködés - kalap, sapka, sál
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés:	Jelenlét támogatása külföldi vásárokon, divatbemutatókon, online fórumokon.

Kisvilla Kávészó

2. kérdés:	Kisvilla
3. kérdés:	2013
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)
6. kérdés:	Artheek, Bibe, Birdy, Brékszer, Cirrhopp, Dragee, ECCEhome, Mácsár Andi, Manka, Manóműhely, Moha, Pipacs kerámia, Róth Anikó, Vintage Bazar

7. kérdés:	öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kalap, sapka, sál, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.), tárgy - játék, tárgy - egyéb (máshova nem sorolható tárgy), autonóm, studiómunka (képzőiparművészet)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	Összefogó kampány arról, hogy ezek közvetítenek értéket... nem a tömegtermelésben előállított olcsó széria termékek.

KLAUZÁL 1 design store and café

2. kérdés:	KLAUZÁL 1
3. kérdés:	2017
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)
6. kérdés:	Alpa gloves, Artista fashion, Awaclothes, Barbsiegraphy, Bijoux Beton, Brightyhome, Cement Projekt, Dyan, Fabala, Ilyés Juli, Imogen, konsanszky,Laoni, Leanea, Linda Melinda, Malinovka, Nebouxxi, Nes, Nipnopnow , Paperchaing, Paper Up, Personal Perception, Poisjardin, Random Artwork, Soie Essentielle, Strohner Márton, Urbánffy Eva, Wyhoys, Zemse
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - cipő, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), lakberendezés - lámpa, lakberendezés - lakástextil, tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.)
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében külföldi
11. kérdés:	Kiseb adóelvonás mind a magánszemélyek vonatkozásában - hogy több pénze maradhasson mindenkinek a fogyasztása növelésére -, mind a kreatív ipar résztvevői számára, hogy a megmaradó pénzt az üzlete reklámozására fordíthassa. A design termékek Áfa-jának csökkentése, stb.

Lemon Store

3. kérdés:	2016
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Alma Abonyi, ARTEP, AWA Virág Anita, BEANGO, Divum, Héria Enamel, Ille-Olla, Lapetra, LINDASIETO, NASHA, Pamut apparel, Panni Véssey, Silk & more, Thea_bags, TheNaanDesign, Threee, Ursha, We All
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében magyar

11. kérdés: Mivel vidéki üzlet vagyunk, nekünk sokat segítene a helyi önkormányzati támogatás, helyi rendezvényeken való bemutatkozási lehetőség.

lollipop factory

2. kérdés: lollipop
3. kérdés: 2008
4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés: galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)
6. kérdés: acid & zorro, b. kund, felvarrom, hidegver, hyperbole, lollipop, smörgas, Vengru, verkstaden
7. kérdés: öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.)
8. kérdés: többségében magyar
9. kérdés: nem
10. kérdés: nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés: A hazai könnyűipar feltámasztása sokat segítene.

Luan by Lucia Divatház

2. kérdés: -
3. kérdés: 1989
4. kérdés: csak egyeztetés után felkereshető
5. kérdés: bemutatóterem (csak egy brand/márka/tervező termékeit mutatja be és értékesíti)
6. kérdés: Luan by Lucia
7. kérdés: öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.)
8. kérdés: csak MAGYAR
9. kérdés: nem
10. kérdés: többségében magyar
11. kérdés: Online megjelenések, kiállítások, bemutatók támogatása állami szinten.

Lucky Shepherd Designer Store

2. kérdés: -
3. kérdés: 2015
4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés: üzlet
6. kérdés: CAMOU, gabo, Gera Noémi, Bajai Zsu, INVENTIO, Juhasz Dora, Király Fanni, Lengyel Zsuzsi, paperreka
7. kérdés: öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.)
8. kérdés: csak MAGYAR
9. kérdés: igen

10. kérdés: többségében magyar
11. kérdés: Kommunikációra fordítható forrás, vagy összefogó támogatás, ami a kisebb márkákat is támogatja nem csak a már befektetőkkel rendelkezőket.

Manka art and craft shop

2. kérdés: -
3. kérdés: 2018
4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés: üzlet
6. kérdés: Manka (Horváth Mónika)
7. kérdés: öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), tárgy - játék, autonóm, stúdiómunka (képző-iparművészet)
8. kérdés: csak MAGYAR
9. kérdés: igen
10. kérdés: nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés: -

Manooi

2. kérdés: -
3. kérdés: 2006
4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés: bemutatóterem (csak egy brand/márka/tervező termékeit mutatja be és értékesíti)
6. kérdés: Manooi
7. kérdés: lakberendezés - lámpa
8. kérdés: csak MAGYAR
9. kérdés: nem
10. kérdés: többségében külföldi
11. kérdés: Vissza nem térítendő állami támogatás külföldi vásárokon való részvételhez.

Medence Concept store

2. kérdés: -
3. kérdés: 2012
4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés: bemutatóterem (csak egy brand/márka/tervező termékeit mutatja be és értékesíti)
6. kérdés: Medence Re+concept
7. kérdés: öltözködés - táska, lakberendezés - bútor, autonóm, stúdiómunka (képző-iparművészet)
8. kérdés: csak MAGYAR
9. kérdés: nem
10. kérdés: nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés: A vásárlóerő erősödése, design fogékonyság és tudatosság növekedése.

MES showroom

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2016
4. kérdés:	csak egyeztetés után felkereshető
5. kérdés:	showroom
6. kérdés:	MES
7. kérdés:	öltözködés - táska
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	A magyar iparművészet nemzetközi megítélését a magas minőségű és megbízható termékek erősíthetik.

Metropolitan the Art of Beauty Szalon

2. kérdés:	Metropolitan
3. kérdés:	2009
4. kérdés:	csak egyeztetés után felkereshető
5. kérdés:	showroom
6. kérdés:	Celeni
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - táska
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	A Budapestre érkező turistáknak több információt kellene tudniuk a magyar tervezőkről, és már amikor keresik a szálláshelyeiket, akkor szembe kellene menni velük. Erre kizárólag pénzügyi forrásra lenne szükség, melynek segítségével az internetes hirdetéseket lehetne nagy arányban növelni.

Minima Design Bolt

2. kérdés:	Minima
3. kérdés:	2012
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)
6. kérdés:	As I See (Birkás Zoltán), MISIJA Design (Farkas - Pap Éva), Frantaagi (Franta Ági), maartka (Kanics Márta), ArtiStamp (Káposztás Judit), Kerekes Péter, CODO (Kodolányi Gábor), Konda Brigi, LUMINOSE, ECCEhome (Meixner Etelka), MOHA Design, Néma Júlia, Tipománia (Németh Klára), Pilot Project, MINIMA (Román László és Nagy Zsuzsa), Róth Anikó, Wehner Viktória
7. kérdés:	lakberendezés - bútor, lakberendezés - lámpa, lakberendezés - lakástextil, tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	nagyjából egyenlő arányban

11. kérdés: Építésként az a meglátásom, hogy sajnos nagyon kevés ember ismeri a magyar designereket és munkáikat. A Minimában (ami design bolt és építésziroda egyben) nemcsak az élvonalbeli magyar tervezők termékeit árulom, hanem a belsőépítészeti projektjeimhez is magyar design tárgyakat használok fel (sajnos kevés kolléga ismeri jól a magyar designt), így segítve a közízlés javítását és a magyar design szélesebb ismeretét.

A Minima ismeretterjesztő céllal is működik, (sajnos az eladásokból nem tudnám a boltot fenntartani, ha nem lenne mellette az iroda), workshopokat is szoktam szervezni egy-egy magyar designer meghívásával, de ez sem hoz áttörést.

A magyar termékek jók és elérhető áron is vannak, én még mindig a szélesebb ismeretet hiányolom a vásárlóknál."

MONO art & design

2. kérdés: MONO

3. kérdés: 2014

4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű

5. kérdés: galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)

6. kérdés: AB concrete, AGNESKOVACS, Andok Tamás, Architecture Uncomfortable Workshop, Artista, BA design, Badger & Fox, Balázs Marianna, Bernadette Horvath, Binpile, Botos Balázs, Coconutoil, COVELLIN, CUCC papírsák, Csímota kiadó, Delka bag, DOT for You, ERROR N' MORE, Farkas Róbert, Fekete Gábor, Finecut, Fortepan könyvek, Gajcsi Blanka, Greenway Design, Hankó Gábor, HANNABI, Hello Wood, Héria Enamel, Herter Katalin, HETTA jewelry, Karla, Kinship, Kis Hungarikumhatározók, Konda Brigi Kerámia, konsanszky, Kontor Enikő, Krisztina Lango, Leanea, Lubloy, LUMINOSE, MAKE design, Malinovka, Malutka, Mastrodesign, ME Ceramics, MICHA by weidinger, MISIJA Design, MOHA Design, mongestudio, Móra kiadó, Nandi, Pántlika, PDSIGN, Personal Perception, Polka lap, POM-POM, Pukiboo, Rebu Ceramics, Risoplant, Rzsnszk, SAPI, Sekhina, Studio nomad, Succult, Temporary Designer Tattoos, The Four, Tillu, Tutyi knits, Urban Sidewalker, YOZA Design, Zosha Works, zsanettkincses, ZSIGMOND DORA menswear, Zsofihidasi

7. kérdés: öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kalap, sapka, sál, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), lakberendezés - bútor, lakberendezés - lámpa, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), tárgy - játék, tárgy - egyéb (máshova nem sorolható tárgy), autonóm, stúdiómunka (képző-iparművészet)

8. kérdés: csak MAGYAR

9. kérdés: nem

10. kérdés: többségében külföldi

11. kérdés: -

Monokrom Design Store

2. kérdés: -

3. kérdés: 2015

4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű

5. kérdés: üzlet

6. kérdés:	1861 Kesztyűmanufaktúra, Tamás Andok Photography, Babra Art, Balcsikék, Bánkúti Bags, BriGo baba és kisgyermekruházat, Boris az ölelni való puhaság, Bosis, B-Oldal Design, CLIMATE, DELACIER, Delka Bag, Dobozka by Koller Eszter, Fogd A Kezem Alapítvány, Great Minds.. think alike, HappySkin, HIBÁZNI EBMERI DOLOG, Lapetra, licorice, M.A.Art, MAKE Design, Malinovka, Marsalkó Péter, Medence Re+concept, Miko Jewelry, MISIJA Design, MOHA Design, MUSU, Nebouxxi Socks, Pinczehelyi Sándor, Polá.Polá, POPPins, puspup concrete, RedAster, Redheads, renyagyár, sapka, Sátor Space, sHUTA, Somogyi Éva, Stamp, Tenshibag, Tillu Design, VJU Keramika, WeWood, WOWA
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - cipő, öltözködés - kalap, sapka, sál, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), lakberendezés - lakástextil, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), tárgy - egyéb (máshova nem sorolható tárgy)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	Országon belül valószínűleg hasznos lehetne különböző képzéseket, workshopokat elérhetővé tenni a magyar alkotóknak, hogy a már rendelkezésre álló (eladási és hirdetési) csatornákat használják, a lehetőségeket mérlegelni, saját igényeikre szabni legyenek képesek. Főképpen a vidékiek részéről fontos segítség lehet, ha olyan közösségbe kerülnek, ahol egymástól tanulhatnak, illetve segítségükre vannak szakemberek, akik segítenek elsajátítani az üzleti szemléletet – ezek lehetnek design üzletek, galériák, igényesebb designer vásárok, alkotóházak.

Moza Cementlap Manufaktúra

2. kérdés:	MOZA
3. kérdés:	2010
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	bemutatóterem (csak egy brand/márka/tervező termékeit mutatja be és értékesíti)"
6. kérdés:	MOZA
7. kérdés:	lakberendezés - burkolat
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	-

Nanushka Store & Cafe

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2018
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Nanushka
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.)
8. kérdés:	többségében külföldi
9. kérdés:	igen

10. kérdés: többségében külföldi
11. kérdés: Nemzetközi szinten (minőség, alapanyagok, hordhatóság) forgalmazható termék, széles célcsoport meghatározása.

Omg designer store

2. kérdés: -
3. kérdés: 2015
4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés: üzlet
6. kérdés: ARTEP, Artista, Brigit Leaf, Delka bag, Enihorn, Evetke, Ille-Olla, Indigopolo, Lapetra jewelry, Lendvay Márta ékszerek, Pilonart, Sustik Kriszta, Szilas Rita, Underseabikin, Üvegeseszter, Wood4u
7. kérdés: öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - cipő, öltözködés - kalap, sapka, sál, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.)
8. kérdés: csak MAGYAR
9. kérdés: nem
10. kérdés: nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés: Véleményem szerint több külföldi megjelenésre lenne szükség, mint vásárok, magazinok, divatbemutatók. Nagyban segítené a tervezők, iparművészek munkáját a külföldi reklámozás.

ONE Fashion Budapest

2. kérdés: ONE Fashion Budapest
3. kérdés: 2013
4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés: üzlet
6. kérdés: 1975 fashion, Abodi, Annamaria Pap, Balilla, DELACIER, Doridea, Dyan Shoes, DVA, konsanszky, Karman Jewelry, Lazlo, LipsClothes, Livuska, Moa Bag, Petra Design, Revi studios, Richard Alexander, Nati 100% pure idea, Threese, Tillu Design, Vanda Ferencz, Vengru, Wildpastel, Wisedress, Yepp
7. kérdés: öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - táska, öltözködés - cipő
8. kérdés: csak MAGYAR
9. kérdés: nem
10. kérdés: többségében magyar
11. kérdés: Ha több médium adna lehetőséget megjelenésre számukra, és kommunikálnák a munkáikat, kollekcióikat és a márkát magát – nem csak fizetett PR cikkek ellenében.

P'artisan art, design & co-space

2. kérdés: P'artisan
3. kérdés: 2013
4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés: galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)

6. kérdés:	Andrási Edina, Bibe, Bob Mosquito, Bubreg Balazs, Csíki Emese, Domani, Earthpearls, Gajcsi Blanka, Illa Gábor, Jáger Viktor, Kiss design, LSTN, Malinko, Mirror Concept, Monge, Mo Srech, Noto, Petrus concrete, Redone, Varga Balázs, Vörös Judit, Wedge design
7. kérdés:	öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, lakberendezés - bútor, lakberendezés - lámpa, lakberendezés - lakástextil, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), autonóm, stúdiómunka (képző-iparművészet)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében külföldi
11. kérdés:	Fizetőképesség a gond nem az ismertség

Palmetta Design Galéria és Palmetta Design és Textilművészeti Galéria

2. kérdés:	-
3. kérdés:	1998
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)
6. kérdés:	Abaffy Klára, Anagraphic, Anno könyvsorozat, Artica, Blum & Wolf, BZS Design (Balogh Zsolt), Bokor Gyöngyi, Boldizsár Zsuzsa, BZS Design, Folqa Collection, Edőcs Márta, Ekler Dezső, Anagraphic (Farkas Anna és Batisz Miklós), Folk Collection, FruFru Design, JÖF, Gaál Gyöngyvér, Artica (Gyimóthy György), Horváth Márton, Kaintz Regina, Kanics Márta, Kim H. J. Mika és Sárosi Henrietta (Mika & Heni), Király Fanni, Madarász Ildikó, Mika&Heni Design Stúdió, Moringa (Molnár Réka), Moringa, Rejka Erika, Náda Andrea, Blum & Wolf (Pongrácz Farkas és Albert Virág), Regős Anna, Regős István, Rejka Erika, Smetana Ágnes, Stomfai Krisztina, Szia! , Tandem Grafikai Stúdió, Vékony Fanni
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), lakberendezés - bútor, lakberendezés - lámpa, lakberendezés - lakástextil, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), tárgy - játék, tárgy - egyéb (máshova nem sorolható tárgy), autonóm, stúdiómunka (képző-iparművészet)
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés:	1. Több üzlet , akár a vidéki városokra is kiterjesztett bolthálózat létrehozatala. Ezek a vidéki helyszínek állami és helyi önkormányzati segítséggel jöhetnének létre, komplex centrumok lehetnének, ahol kiállításokat, workshopokat, gyerekfoglalkozásokat lehetne rendezni az üzletek megléte mellett. 2. A 27% ÁFA eltörlése, vagy csökkentése 5%-ra, a professzionális iparművészeti és design tárgyak üzletben történő eladásakor. A boltok nagyon nagy árhátrányban vannak a WAMP-on árusító művészekkel szemben.(+ üzleti százalék + 27% ÁFA) A WAMP egy kényszerpálya a designereknek, ott próbálják pótolni a professzionális eladóhelyek hiányát. A piaci közeg behatárolja a tárgyak árszínvonalát és minőségét. 3. A magyar design és iparművészeti tárgyak tudatos vásárlására ösztönző kampány. stb. Személyesen szívesen többet elmondunk ötleteinkből, elképzeléseinkből.

Paloma művészdudvar

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2014
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	showroom
6. kérdés:	Blaur, Brighty, Cellunett Brand, Cq Brand, Domonkos Bernadett, Evetke, Fannabead, Giranelli, Handrea Design, Hayka, huncut, JUCO Home by Corinna Juhász, Kontur fashion, MAKE Design, Mandula Kokeshi, MOHA Design, Moringa, MYART Jewels, Nerajewels, New Accent, Paws by MAKE Design, PINKPONILO, RePityke, SEra DSGN, Silk & more, sulyandesign, Szabó Judit gardróbja, Sziráczi Glass, TOGU, Vadjutka Design Ékszer, White Lemon – Smartwear for Women
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kalap, sapka, sál, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), lakberendezés - lámpa, tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), tárgy - játék, autonóm, stúdiómunka (képzőiparművészet)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés:	Elhivatottság, szorgos munka, kitartás, üzleti szemlélet, hosszútávú tervek és stratégia az alkotók, tervezők részéről.

Pauza

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2018
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Farkas Fru, Kontor Enikő, Orosz Árpád
7. kérdés:	lakberendezés - bútor, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.)
8. kérdés:	többségében külföldi
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	Minőség, formatervezettség, nagyobb nyitottság egyedi igények kezelésére. Pl. imádnék zománcozott edényeket itthonról rendelni, de sajnos kinézetben leragadt a gyár a 20 évvel ezelőtti színéknél és formáknál. Pedig fáj a szívem a minőségi magyar zománctermékek iránt. Más: hiányzó honlap, azon belül is nagykereskedők számára elérhető „dealer” aloldal. De a leggyakoribb eset, ami miatt meghíúsul az együttműködés (főleg annál aki szépen dolgozik), nincs munkaerő nagykereskedők kiszolgálására. Sajnos többször futottunk bele abba, hogy munkaerőhiány miatt nem tudott nekünk nagyobb mennyiséget eladni a készítő vagy egyáltalán semmit. Pl. késkészítőkkel háromszor, rézművesekkel kétszer futottunk bele.

Pécsi Kesztyű

2. kérdés:	Pécsi Kesztyű
3. kérdés:	1900
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	showroom (több brand/márka, tervező műhelye, boltja, bemutató helye egyben)
6. kérdés:	Pécsi kesztyűk
7. kérdés:	öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében külföldi
11. kérdés:	Piacbefolyásolás ösztönzése.

Rododendron Art és Design

2. kérdés:	Rododendron
3. kérdés:	2008
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	galéria és üzlet (az üzlet mellett kiállítótér is van)
6. kérdés:	kb. 50-60 magyar alkotó - kérlek egyeztess az üzletvezetővel a Rodoban
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.), lakberendezés - lakástextil, tárgy - használati (bögre, tányér, mécses, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), tárgy - játék
8. kérdés:	többségében magyar
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	többségében külföldi
11. kérdés:	Magyar közönség felé: social media influencerek ajánlása. Külföldi közönség felé: idegenforgalmi blogok, websightok, social media megjelenések.

Sandava Design Studio & Art Gallery

2. kérdés:	Sandava Studio
3. kérdés:	2019
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	showroom
6. kérdés:	Birimagdi handmade textile jewellery, gobi.design, Kolorkka, Makyra ékszerek, Mimikri, Muralpixel, NAGEA, NAIICA, Papp Csilla ékszerek, Saint Aurora, TKB-Dress up your soul, TOGU
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, lakberendezés - bútor, lakberendezés - lámpa, lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	csak MAGYAR

11. kérdés: Ha az emberek bére végre igazodnak az európai, nyugati bérekhez, mert amíg azon aggódnak, hogyan fizessék ki a számláikat, addig sajnos nem engedhetnek maguknak design termékeket. Pedig lenne igényük rá!

Stúdió77 Budapest

2. kérdés: -

3. kérdés: 2017

4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű

5. kérdés: showroom

6. kérdés: ZIA budapest, DVA, TE shoes, BABUSHKA jewel

7. kérdés: öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer, öltözködés - táska, öltözködés - cipő

8. kérdés: csak MAGYAR

9. kérdés: igen

10. kérdés: többségében magyar

11. kérdés: A vásárlók igényeinek átformálása alapvetően, hogy ne csak a plaza es fast fashion termékeket vásárolják, hanem legyen igény designer darabokra, ahogyan közeli, más európai országokban is ez működik. Ehhez az átformáláshoz egyre több platformon kellene elérni a potenciális vásárlókat, ami nehéz, mind financiálisan, mind mi a trendi a mai divatérzékeny közegnek.

Süel

2. kérdés: -

3. kérdés: 1992

4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű

5. kérdés: üzlet

6. kérdés: Csillag Zsuzsi, Czok Ildi, Macsar Andrea, Süel

7. kérdés: öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - ékszer

8. kérdés: nagyjából egyenlő arányban

9. kérdés: igen

10. kérdés: nagyjából egyenlő arányban

11. kérdés: Jó, különleges termék, megfelelő pozicionálás (nem indokolatlanul túlárzott), üzleti szemlélet.

The Magic White Lab

2. kérdés: -

3. kérdés: 2014

4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű

5. kérdés: bemutatóterem (csak egy brand/márka/tervező termékeit mutatja be és értékesíti)

6. kérdés: Giranelli, sulyandesign

7. kérdés: öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.)

8. kérdés: csak MAGYAR

9. kérdés: igen

10. kérdés: többségében magyar

11. kérdés: -

Tipton Global

2. kérdés: TIPTON

3. kérdés: 2001

4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű

5. kérdés: bemutatóterem (csak egy brand/márka/tervező termékeit mutatja be és értékesíti)

6. kérdés: TIPTON

7. kérdés: öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.)

8. kérdés: csak MAGYAR

9. kérdés: igen

10. kérdés: többségében külföldi

11. kérdés: -

Urban Sidewalker DESIGN SHOP

2. kérdés: -

3. kérdés: 2018

4. kérdés: meghatározott nyitvatartási idejű

5. kérdés: bemutatóterem (csak egy brand/márka/tervező termékeit mutatja be és értékesíti)

6. kérdés: Urban Sidewalker

7. kérdés: lakberendezés - egyéb (dísz tárgyak, kép, stb.), tárgy - papíráru (rajzkönyv, napló, csomagolópapír, stb.), autonóm, studiómunka (képző-iparművészet)

8. kérdés: csak MAGYAR

9. kérdés: nem

10. kérdés: nagyjából egyenlő arányban

11. kérdés: A kérdés összetett, igyekszem röviden válaszolni. A magyar tervezők piacra jutása nehéz. Egyszerre versenyez az olcsó termékekkel és a minőségi drága termékekkel. Vannak Budapesten boltok, ahol jó minőségű magyar tervezők által készített termékeket lehet kapni, de ezek a boltok gyakran eldugottabb helyen vannak és nem bonyolítanak olyan forgalmat, hogy sok tervező, iparművész megtalálja a számítását. Saját márkabolt indítása esetén is kihívás a magas bérleti díjak megfizetése. Igazán jó helyen lévő üzlet nyitásával csak kevesen próbálkoznak, pontosan ezért. Én fontosnak tartanám kedvezményes bérleti díjak biztosítását saját bemutató terem, üzlet indítása esetén. Másik lehetőség a rendezvények és különböző szabadtéri vásárok. Itt is akad lehetőség, de igen küzdelmes (Például a WAMP nevű rendezvény korábban az Erzsébet téren a sétáló fősodrában volt, két éve azonban már nem kapnak lehetőséget, csak a tér egy kevésbé frekvenciáltabb részén működni. Ez a változás 40-50-60-70 %-os bevételkiesést jelent a résztvevő tervezőknek, miközben egy másik cég szervezet lehetőséget kapott, hogy ott ahol korábban a WAMP-ok voltak hosszú hónapokig faházakat telepítsen és kiadja őket árusításra, sajnos többségébe a kevésbé jó minőségű, ámde olcsó árukat értékesítő kereskedőknek.) A webes megjelenés jelenti a legtöbb tervező számára az igazi kitörési pontot boldogulást. Úgy gondolom, hogy lassú építkezéssel, a visszatérő vásárlók gyűjtésével ez a leginkább elképzelhető és viszonylag költséghatékony megoldás.

Jó kezdeményezés volt a Design Terminál, az itt elérhető mentorprogram és konzultációs lehetőség nagyon hasznos lehetőség volt. Hozzájuk tartozó kezdeményezésként indult az Ajándéterminál is, és az is egy jó irány volt.

Verkstadt Budapest

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2012
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Save by Gerda
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.)
8. kérdés:	csak MAGYAR
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	többségében magyar
11. kérdés:	Design térképek készítése, bővítése.

Whitewedding- KozaricsViktorDress

2. kérdés:	Whitewedding
3. kérdés:	2009
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	showroom
6. kérdés:	KozaricsViktorDress, Dakini
7. kérdés:	öltözködés - ruha (ruha, fürdőruha, esküvői ruha, stb.), öltözködés - kiegészítő (kesztyű, szemüveg, öv, mobiltok, karóra, bizsu, stb.)
8. kérdés:	nagyjából egyenlő arányban
9. kérdés:	nem
10. kérdés:	csak MAGYAR
11. kérdés:	Jobb bemutatkozási lehetőségek. Kevésbé Budapest központúság. Celebvilág törlése.

ZUN Store

2. kérdés:	-
3. kérdés:	2015
4. kérdés:	meghatározott nyitvatartási idejű
5. kérdés:	üzlet
6. kérdés:	Ducsa leather, WOWA, Ykra
7. kérdés:	öltözködés - táska
8. kérdés:	nagyjából egyenlő arányban
9. kérdés:	igen
10. kérdés:	nagyjából egyenlő arányban
11. kérdés:	-

Ábrajegyzék

1. Ábra: A válaszadók területi eloszlása Magyarországon.....	6
2. Ábra: Az összegyűjtött 207 értékesítési hely területi eloszlása.....	7
3. Ábra: Értékesítési helyek elnevezés szerinti csoportjai.....	9
4. Ábra: Alapítás éve.....	10
5. Ábra: Az értékesítési helyek növekedése.....	11
6. Ábra: Működési formája.....	12
7. Ábra: Típusa.....	13
8. Ábra: Az elmúlt egy évben [2018.06.01-2019.06.01] forgalmazott/bemutatott MAGYAR tervezők/brandek/márkák eladási helyeinek száma szerint sorrendbe rendezve.....	14
9. Ábra: Egy brand/márka/tervező, hány értékesítési helyen megvásárolható.....	15
10. Ábra: Kategória csoportok.....	16
11. Ábra: Kategória csoportok száma üzlet típusok szerint.....	17
12. Ábra: Kategória csoportok aránya az üzlettípusok.....	17
13. Ábra: Kategóriák az értékesítési helyek száma szerint.....	18
14. Ábra: Külföldi és magyar tervezők/brandek/márkák aránya.....	19
15. Ábra: Webshop, honlap, Facebook oldalak aránya.....	20
16. Ábra: A külföldiek és magyarok vásárlók aránya.....	21
17. Ábra: A 11. kérdésre adott szöveges válaszok száma főcsoportok szerint.....	22

Táblázatjegyzék

1. Táblázat: Értékesítési helyek elnevezésének csoportosítása.....	8
2. Táblázat: A 11. kérdésre adott szöveges válaszok csoportokba rendezve.....	24