

házi közegről –, csírájában taposnak el mindent, ami azonnal nem elég erős. A magyar színház legnagyobb baja a zártság – jellemző, hogy Magyarország nincs jelen a színházi fesztiválvilágban. Nem hiszem, hogy Románia annnyival gazdagabb lenne, amennyivel több pénzt áldoznak a kultúrára: a román közönség rendszeresen láthat méltán világhírű előadásokat, amelyekre nemcsak a szakma jár. A magyar közönségnek esélye sincs ismerni a kortárs színházat, csak esetlegesen találkoznak fontos európai munkákkal. Az, hogy néhány színházi embernek van rálátása a világszínházra, sajnos semmit nem jelent az egész közegre nézve. Muszáj lenne kinyitni a magyar színházat, és ennek részeként a kritikusoknak is sokat kellene utazniuk.

– *Érdekes, nálunk a színházcsinálók általában le-sújtó véleményük van a kritikáról, még nem hallottam színházi alkotótól például ezt, hogy utaznunk kellene, netán bármilyen módon képezni magunkat.*

– A kritikusban is van alkotói energia, hogy meg-lássa, felfedezze azt, ami új, ami izgalmas – csak a tehetséges ember ismeri fel a tehetséget. A kritikus tehetségének is része a gyönyörködni tudás. A köl-csönös érteni vágyás, a színházcsináló és kritikus viszonya párbeszédszerű kell legyen – ami csak akkor történhet meg, ha van szeretet és bizalom a másik iránt. Ha a kritikus kényszerből ír valamiről, ami nem érdekli, abból sok jó nem fog kisülni. A színész is sze-retetből és bizalomból tud dolgozni. Lehet látni időn-ként, ahogy jó munka után kinyílik a színész – egy siker sorsfordító lehet, ugyanis az ember akkor képes nagy erővel, szabadon dolgozni, ha bízik magában, ha bíznak benne.

– *Ez egyfelől biztosan igaz mindenkire, de a tartós siker egy idő után megkérdőjelezhetetlenné tesz.*

– Évek óta keményen dolgozó színészt valóban nehéz kimozdítani, sőt csak akkor lehet, ha az illető engedi. Sokszor hallani utólag, hogy színészek meggyű-

lölük a rendezőt, akinek ez sikerült – miközben nagyon jók az előadásban. Egyes színészek rátalálnak valami-re, amit alaposan megtanulnak, amivel tudnak jól dol-gozni, de amivel egy idő után már nem képesek újat mondani – és amikor egy rendező végre elmozdítja őket ebből, akkor úgy gondolják, hogy rettentő ros-zszak, pedig hosszú idő után a legjobban dolgoztak.

– *A színész is szuverén alkotó. Nem kényes őt kijátsz-va sikerre vinni?*

– Persze, hogy a színész is szuverén alkotó, de nem kizárólag racionális értelemben. A színész nem akkor lesz zseniális, ha megnyilvánul a rációja, ugyanis annál ő több: neki van egy érzéki lénye, amit látható-vá tud tenni. A színész az egyéniségével gondolkodik – az sokkal messzebbre visz, mint a pusztá ráció: így születik meg olyan csoda, amire én, aki instruáltam, sem ismerem rá.

– *Ez elég mefisztói.*

– A színház mefisztói. A színész nem ember, aki eljátszik egy szerepet, hanem egy lény, akitől a hideg kiráz. Akihez odamennek az utcán, az nem elég jó színész, mert neki oda kell lemenni, ahova normá-lis ember nem mer. A művészet társadalmon kívüli, ugyanis éppen azzal szembeesíti a társadalmat, amivel az nem szeretne szembesülni. Ezért nem is színház, ami bármilyen okosan is beszél társadalmi problé-mákról – az a színház eszközeivel való drámapedagó-giai munka, ami társadalmi szempontból rendkívül fontos és hasznos. A színház témája a földrevettsé-günk iszonyatának a megélése, az élet euforikus örö-mével és a halállal való szembesülés képtelenségével. A színházban titok van, varázslat, örület, amitől meg-rendülünk, mert megértjük, hogy az élet irracionális. A lényegről nem tudunk beszélni, arról színházat csi-nálunk.

AZ INTERJÚKAT KÉSZÍTETTE: PROICS LILLA

A kultúra nem pénzkérdés

FISCHER IVÁN ÉS
SISA-MOLNÁR ANIKÓ
A SZPONZORÁLÁSRÓL

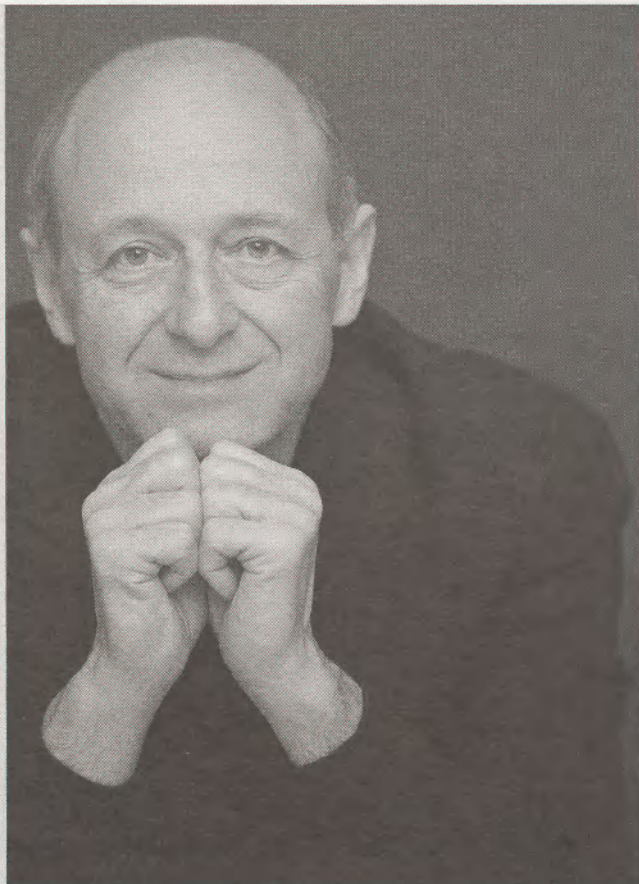
Milyen sors vár a kultúrára, a színházakra, a külön-leges, kis nézőszámot vonzó, ám annál értékesebb produkciókra? Létezik-e ma Magyarországon kulturális szponzoráció, illetve mecenatúra? Erre kerestük a választ az alábbi két interjúban.

FISCHER IVÁN

A világhírű karmester alapítványán keresztül különle-ges kezdeményezéssel járul hozzá a hazai kulturális mecenatúrához. Gyerekkori otthonában, az Operaházal szemben lakásszínházat hozott létre, ahol alkalmanként huszonöt néző élvezhet egy-egy alternatív produkciót, viszonylag magas jegyáron, ezzel támog-atva a fellépő művészeket.

– *Hogyan és mikor támadt az ötlete, hogy elindítsa a Lakásszínházat, a FILC-et, amely ha ritka is nálunk, de más formában (Kárpáti Péter színháza, a Maladype, illetve a zene területén Fellegi Ádám szobakonzertjei) azért jelen van?*

– Üresen állt a lakás. A szüleim halála után laktak ott barátok, egy ideig Ádám, a testvérem is, neki az tetszett meg, hogy csak átsétál szembe az Operaház-ba, de hát, ugye, ő távozott onnan. És ekkor felmerült a kérdés, mit kezdjek a lakással. Eladni mégse lehet-tett, túl sok emlék fűződik hozzá, ott voltunk gyerekek, és pont ugyanezért vissza sem lehet költözni. A szük-



Marco Borggreve felvétele

ség, hogy valami legyen ezzel a nagy, üres lakással, gondolkodásra kényszerített, és a színház volt az első ötlet. Ugyanis ebben a lakásban hallgattam apám végtelen sztorijait a Vígszínház nagy színészeiről. Ő tizenkilenc éves korában lett a Vígszínház zenei vezető, és amikor az összes zsidót elküldték onnan, Varsányi Irénnel és más legendás színészekkel együtt neki is felmondtak. Ezután apám csak alkalmi munkákból élhetett a háború végéig, azután a Belvárosi Színházban dolgozott egy ideig. Zenész volt, de szíve mélyén inkább színházban érezte jól magát. Most biztos örülne, hogy színház lett a lakásából.

– Eddigi tapasztalatai alapján melyik az a kör, társadalmi réteg, amely leginkább vevő erre a fajta színházlátogatásra, vagy ha úgy tetszik, mecenatúrára? Hiszen azok, akik az ilyen típusú, „alternatív” előadások nézői, általában nem elsősorban a módosabb rétegekből vagy akár a felső középosztályból kerülnek ki (már ha Magyarországon egyáltalán beszélhetünk az utóbbiról), ugyanakkor a jegyek drágábbak, mint egy átlagos színházjegyár.

– Azért drága a jegy, mert nem szeretnék az államtól pénzt kérni erre. Annyian szorulnak támogatásra ebben a szakmában, hogy nem lenne jó növelni a pályázatok számát. Aki jön, annak tudatában jöjjön, hogy ez egy támogatás nélkül működő kis színház, kicsi befogadóképességgel, tehát a jegyvásárlók összeadják a pénzt egy-egy előadás létrejöttéért. Persze idővel jó lenne olyan nézőket is látni, akiknek szűkösebb anyagi lehetőségeik vannak, de szeretik a színházat. Ezt akkor tudjuk megvalósítani, ha kialakul egy támogatói klub, amelynek tagjai jegyet vesznek mások számára. Bízom ebben.

– Hogyan választja ki a meghívott előadásokat? Eddig kifejezetten ingyencségeket kerültek színre, Beckett monodrámája, Az utolsó tekerics volt a nyitó darab Lukáts Andorral, aztán Csehov ritkán játszott, korai műve, a Jubileum és a hamlet.ws című Schilling Árpád-produkció.

– Kevesen férnek el, ezért kifejezett öröm volt egy olyan Hamlet-előadásra bukkanni, amit csak hárman adnak elő. Néhány szereplős, díszlet nélküli produkciók jönnek számításba. Maga a lakás a díszlet. A Jubileumba be is került egy mondat a falon lévő családi képekről, nevettek is a nézők, én is. Tehát a térhiány valamennyire megköti a kezünket, de sok az ötlet, javaslat. Keszthelyi Kingával és Gáspár Annával hármasban vitatjuk meg, mit adjunk elő, és a jövőben szeretnék még egy tanácsadó kört is bevonni.

– Igazodik-e a Lakásszínház a színházi évadhoz, vagy nyáron is lesznek előadások? Milyen előadásokat tervez meghívni a következő évadban/a közeljövőben?

— Nincs légkondicionálás, csak fűtés, nyáron kicsit meleg lenne, de szeptembertől újra nyitunk. Először alaposan megvitattuk az első hónapok tapasztalatait, a közönség összetételétől kezdve a kiválasztott produkciókig. Például fontos dilemma, hogy új rendezéseket is bemutatathatunk-e, vagy csak darabok átvételéről gondolkodhatunk. Nincs ugyanis se pénzünk, se személyzetünk, se infrastruktúránk hetekig tartó próbákra. Viszont az se jó, ha csak már jól ismert produkciók lennének láthatók itt, mert ehhez képest drága a jegy. Szóval nem lenne jó lemondani újdonságokról, csak meg kell találni az ügyes megoldást.

– Ön párhuzamosan Németországban is él. Látott-e ott vagy másutt Európában a Lakásszínházához hasonló kezdeményezést?

– Hogyne, sokat. De Pesten is hatalmas hagyománya van ennek, nyilván azonnal Halász Péterekre gondolok. Rengetegféle lakásszínház van, pompázatos szalonok és levakart vakolatú romos lakások. A mienk egy tipikus nagypolgári, Andrásy úti lakás, mert ilyenek voltak a szüleim, nem érdemes változtatni a lakás jellegén.

– Mit gondol, lesznek-e ennek a formának követői nálunk, illetve szerte a világban?

– Mindenki azt csinálja, amihez vonzódik. Lorin Maazel, híres karmester kollégám egy nagy mozit rendezett be a háza mellett, Washingtontól nem messze. Én a színházat szeretem, különösen azt, hogy ilyen közel vannak a színészek, néha félek, hogy rám zuhan, vagy belém botlik valamelyikük. Van, akit ez feszélyez, nem mindenki élvezi ezt a közelséget, például kínosabb felnevetni, beletapsolni egy méterről, mint egy színház nézőteréről. De ebben a hihetetlen közelségben szerintem több a jó, mint a rossz.

– A jegybevételből a színészek-alkotók részesülnek elsősorban, vagy a produkció? Tehát jobban járnak-e a színészek, ha itt, így, Önnél lépnek fel, vagy a nézőszám maximalizálása okán ez inkább kuriózum, illetve fellépési lehetőség nekik?

– A jegybevételből kifizetjük a színészeket, ennyi. Persze áfát is kell fizetnünk, úgyhogy nem marad sok. Huszonöt néző fér el, bárki kiszámolhatja.

– A honlap szerint az előadások után beszélgetésre invitálja a nézőket az alkotókkal. Mik az eddigi tapasztalatai?

talatok, az intim tér és a projekt különlegessége folytán éltek-e ezzel a lehetőséggel a színházlátogatók?

– Ez a legfontosabb! Nagyon jó beszélgetések voltak, például a *Jubileum* után nagyon érdekelte az embereket, hogy mi lesz a végzős színészekből, ki hova szerződik, egyáltalán kaptak-e már szerződésajánlatokat, és ha nem, mi lesz velük. Két részből áll az este, egy előadásból és egy beszélgetésből.

– Az Ön színháza is egyfajta kulturális mecenatúra, részben az azt működtető Fischer Iván Alapítvány, részben a jegyet vásárlók révén. Hogyan látja Magyarországon a kulturális mecenatúra szerepét? Egyáltalán létezik-e most ilyen érdemben?

– Ez folyton változik. A kilencvenes évek elején azt hittük, itt is Amerikához hasonló filantrópia és mecenatúra lesz. Azután eltűnedeztek a szponzorok, mindenki pályázatokat kezdett írni az állami pénzekért. De ez egész Európára jellemző, ezen a kontinensen az emberek úgy gondolják, a kultúra támogatása az állam feladata. Mostanában viszont azt látom, sokan kiszorulnak az állami támogatások köréből, és gomba módra alakulnak kis, független kezdeményezések, tulajdonképpen egy új ellenkultúra, mint a hetvenes-nyolcvanas években. Ennek a szubkultúrának nagy szüksége lesz, illetve van magántámogatókra, és ahol ekkora igény van, lassacskán megjelennek a támogatók is.

– Akadt-e már olyan néző, mecénás, aki nemcsak jegyvásárlással kívánta a színészeket, illetve ezt a fajta kulturális kezdeményezést támogatni, hanem pénzt is felajánlott az alapítvány számára?

– Igen, volt ilyen, és még többre lesz szükség, hogy néhány olcsó jegyet is kínálhassunk, különösen fiataloknak.

– A Fesztiválzenekarnak a legkülönbözőbb fokozatú támogatói vannak. Mekkora szerepet játszik a zenekar létében a magánszponzoráció? Hogyan aránylik ez az állami támogatáshoz?

– A Fesztiválzenekar egészen más történet, ez a világ egyik legjobb zenekara, Magyarország egyik büszkesége, tulajdonképpen kulturális nagykövete, hiszen nagyon sokat utazunk. Több évtizedes küzdelem után most végre megnyugtató állami támogatást kap a zenekar, úgyhogy először tudunk nyugodtan, zavartalanul dolgozni. De természetesen mindent megteszünk azért, hogy a zenekar fenntartásához magántámogatók is hozzájáruljanak, több száz tagú támogatói klubunk van, ezt húsz év alatt építettük fel.

– A válság éveiben történt-e változás a magánmecenatúra terén?

– Inkább a bérletvásárlás miatt aggódtam, de fölösleges volt, mert egyáltalán nem csökkent se a támogatók, se a bérletvásárlók száma. Érdekes dolog ez: min spórolnak az emberek? Úgy tűnik, sokan elhalasztották az új autó vásárlását, lemondtak egy-egy nyaralásról stb., de a koncert maradt, mert fontos.

– El tudna-e képzelni zenei témájú esteket az Ön lakásában, mondjuk, kamara-zenekari produkciókat vagy esetleg dalesteket?

– Kicsit vigyázni kell a szomszédokra, különösen alattunk el kell altatni egy kisgyereket esténként. Tehát hatalmas orgánnumú Wagner-énekeseket nem

szeretnek ott hallani, valami halk, finom muzsikát talán.

– Az állam rengeteg ponton sajnos borzasztó mértékben intézményesen építi le a kultúrát, vonja meg a támogatásokat. Ezzel összefüggésben nőhet-e a kulturális mecenatúra szerepe, hogyan látja ennek jövőjét?

– Szerintem a kultúra nem pénzkérdés. Akkor van virágzó kultúra, ha van mondanivaló. Nem jó, ha a művészek megélhetése a cél, ezt senki nem támogatja szívesen. De ha valaki olyan érdekeset tud mondani, hogy lázba hozza a közönséget, akkor lesznek olyan lelkes művészeti pártolók, akik segíteni fognak.

SISA -MOLNÁR ANIKÓ

A piacvezető kártyatársaság, a MasterCard független színházak előadásait éppúgy támogatja, mint a Katona József Színházat vagy a Nemzetit. A támogatásokért felelős marketingigazgatót a kulturális szponzorációról és a szponzorációs kultúráról kérdeztük.

– Magyarországon még mindig meglehetősen gyerekcipőben jár a kulturális szponzoráció. Önök azonban igen előkelő pozíciót foglalnak el ebben a napjainkban alig létező térben: számos intézményt, illetve kulturális produkciót támogatnak, köztük viszonylag kevesekhez eljutó, ám magas művészeti értéket képviselő alternatív előadásokat, fesztiválokat. Honnan ered ez a fajta elhivatottság a MasterCardnál?

– Amikor 2009-ben megújítottuk a magyarországi szponzorációs stratégiánkat, fontos szempont volt, hogy olyan kezdeményezéseket, produkciókat támogassunk, ahol a pénzünk valóban ér valamit, és ahol egyedüli, de legalábbis kiemelt szerepet vállaló támogatók vagyunk. Azt, hogy egy nagy projektben a logóerdő alján valahol ott szerepeljen a MasterCard-embéma, nem tartottuk elegendőnek. Azokat a helyeket szerettük volna megkeresni, ahol a mi pénzünk a túlélést jelenti. Olyan kortárs művészeket, társulatokat, helyszíneket, múzeumokat kerestünk, amelyek az igényes, tartalmas és magas színvonalú szórakoztatás, művelődés elkötelezettjei. Azokat segítjük, akiket sem az állam, sem a piac nem támogat kellőképp.

– Önök eszerint soha nem nézik, ki melyik holdudvarhoz tartozik, még úgy sem, hogy egyszer az egyik, egyszer a másik oldalt támogatják? Ez a szempont nem létezik a MasterCardnál?

– Sőt. Egyedül az értékeremtés számít. Az állam változó stratégiát folytat e téren, hisz volt olyan év, amikor a kőszínházakat támogatta inkább, volt, hogy a filmgyártást. Természetesen az üzleti céljainkat is figyeljük, az tehát elengedhetetlen szempont, hogy a támogatott intézményeknél, projekteknél valamilyen módon lehessen kártyával fizetni. Nyilván nem az az egyetlen fokmérő, hogy hány tranzakció történik, de azt nem tartjuk elképzelhetőnek, hogy támogassunk például egy színházat, ahol nem lehet a mi kártyáinkkal fizetni. Sőt, ezen túlmegyünk, mindig arra törekszünk, hogy a kártyabirtokosaink, ha a kártyájukkal fizetnek, valamilyen kézzelfogható előnyhöz jussanak. Például vannak olyan előadások a Katona József

Színházban, amelyekre harminchárom, a FÜGE Produkciónál pedig tízszázalékos kedvezménnyel lehet jegyet venni MasterCard vagy Maestro bankkártyával.

– A szponzorált intézményeknél mérik a kártyás tranzakciók számát?

– Hogyne. Mindig megkérjük a szponzorált felet, adjon kimutatást arról, hogyan alakulnak a kártyás fizetések.

– A közelmúltban támogatták a TÁP Színházat, a Debreceni Alternatív Színházi Szemlét, illetve a Szputnyik Hajózási Társaságot is. Legnagyobb színházi projektjük a Katona József Színház. Azért elsősorban színházakat támogatnak, mert az Előadó-művészeti törvény szerint a színházak támogatását lehet leírni a cégeknek az adóból?

– Egyáltalán nem, hiszen a MasterCard Magyarországon nem bejegyzett jogi személy, a szerződéseket nem is mi, vagyis a magyar kereskedelmi képviselőt kötik, hanem a belga anyacég.

– De, gondolom, az adott projektek támogatása Magyarországon dől el.

– Igen, ám a belga központnak természetesen jóváhagyási joga van. Mindazonáltal általában ránk bizzák a döntést, mert azt mi tudjuk, hogy a hazai kulturális életben melyek azok a projektek, amelyeket egyfelől egyedi értékük miatt érdemes támogatni, másfelől kifejezik a mi szponzorációs politikánkat is. És persze praktikus szempontok is vezérelnek minket. Mondok egy példát. Amíg külön-külön támogattuk a Debreceni Alternatív Színházi Szemlét, a TÁP Színházat vagy a Szputnyik Hajózási Társaságot, nagyon nehéz volt egyenként szerződni velük. Most már a FÜGE égisze alá kerültek, és nekünk így, hogy a FÜGÉ-t támogatjuk, lényegesen egyszerűbb.

– Lelket melengető, hogy ennyi alternatív produkciót támogattak, mégis a legismertebb projektjük a Katona József Színház kávézójának lett.

– A Katona József Színházzal volt talán a legszebb az egymásra találás. Kezdetben egy klaszikus mederben folyó együttműködés volt közöttünk, mi támogattuk a színházat, nekik szépen nőttek a kártyás tranzakcióik. Aztán megkerestek minket azzal, hogy fel szeretnék újítani az előcsarnokot, ahol egy kávézót hoznának létre. Mi megkérdeztük őket, hogy mit szólnának ahhoz, ha ez olyan kávézó lenne, ahol csak kártyával lehet fizetni. Nyitottak voltak erre az ötletünkre. A Katonát a hetvenes években építették, azóta csak kisebb felújítások történtek. Nekünk azért volt szimpatikus ez az együttműködés, mert ez egy innováció, Európában unikális, de Amerikában is csak egy készpénzmentes étteremről tudunk, így mintaprojektté vált.

– A kávézón túl a Katonában az előadásokat is támogatják?

– Adunk a színháznak egy bizonyos összeget, amit ők arra használnak, amire akarnak, nyilván a premie-rekre is, illetve azok kommunikációjára. A MasterCard logója pedig minden színházjegyre rá van nyomtatva, illetve erős az internetes jegyértékesítés is, ahol megint csak a kártyás fizetés kerül előtérbe.

– Az egyszeri vagy a hosszabb távú szponzorációban látnak inkább fantáziát?

– Egyértelműen a hosszabb távúban. Kellott néhány év arra, hogy az emberek tudatába beépüljön, hogy

a MasterCard a kortárs színház, film és képzőművészet mellett tette le a voksát. A Katonával már harmadik éve tart az együttműködés.

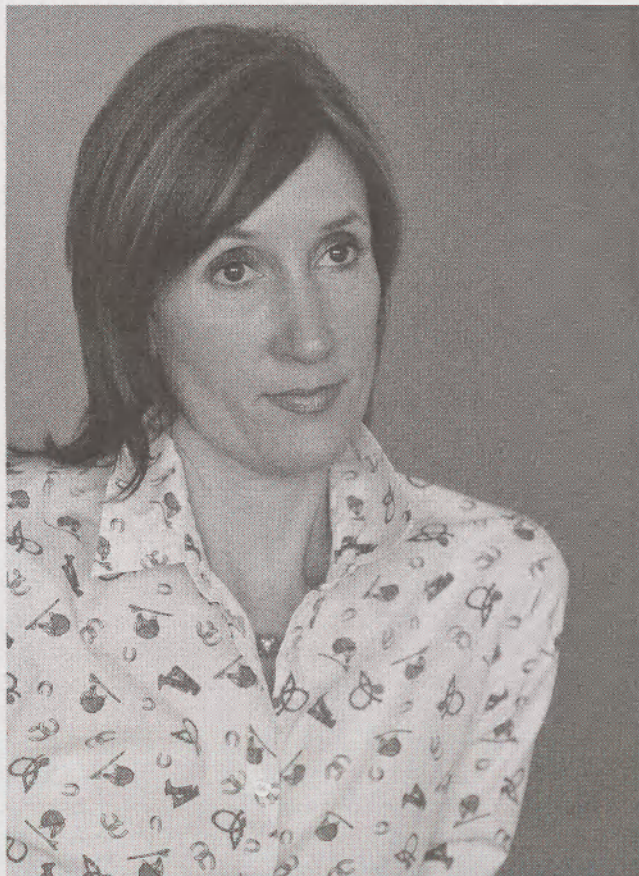
– Nagyságrendben is a Katona a legnagyobb projektjük?

– Összegeben nem, de publicitásában mindenképp.

– Elárulja ennek az összegnek a nagyságrendjét?

– Ez üzleti titok, ahogy az összes többi projektünk is. Magyar viszonylatban közepes nagyságrendet képvisel. Nagynak például a Balaton Sound számít, ahol az idén már főtámogatók vagyunk.

– Az anyacég kulturális szponzorációs stratégiája is hasonló az Önökéhez, tehát a magyarországi képviselőtől?



Schiller Kata felvétele

– Az anyacég alapvetően nem kultúrát, hanem egyéb eseményeket támogat, leginkább sporteseményeket, mint például a UEFA Bajnokok Ligáját vagy a Roland Garros tenisztornát. De ez normális is, hisz ezek nemzeteken átívelő, nem pedig helyi projektek, ellentétben a kulturális eseményekkel.

– Önök viszont az Art Mozikat is támogatták, többet is, ám sajnálatos módon kettő ezek közül, az Odeon Lloyd és a Kino azóta bezárt, pedig kultuszhelynek számítottak Budapesten. Ezek szerint még az Önök támogatása sem tudta őket megmenteni?

– Mi a mozikat sokkal régebben, a kezdet kezdetén támogattuk, a 2009-es induláskor, amikor az a döntés született, hogy a kortárs kultúra felé nyissunk. Az elején kissé túl nagyot akartunk markolni, rengeteg különböző intézményt támogattunk, de a stratégiánk, a szponzorációs profilunk azóta folyamatosan tisztult.

– Az, hogy a kortárs kultúrát támogatják, akár képzőművészetben, mint például a Múcsarnokot és a Ludwig

Múzeumot, akár filmben vagy színházban, személy szerint kihez köthető?

– 2009-ben történt egy vezetőváltás, a kortárs kultúra támogatása az akkori vezetőnek köszönhető, és ez azóta is megmaradt.

– Támogatnak egyéb, nem kulturális eseményeket is?

– Igen, például a városi kerékpározást. De a kulturális területen belül is próbálgattuk az útjainkat. Ha egy intézményt két-három évig szponzorálunk, nagyjából ugyanazokat az embereket érjük el. Azért kell néha egy picit frissíteni vagy váltani, mert addigra nagyjából elértük azt a célcsoportot.

– Ez például most majd a Nemzeti Színházzal nem lesz így, hisz a következő évtől egészen más lesz a célcsoport.

– Jelen pillanatban nem tudok nyilatkozni, hogy velük mi lesz, de mi nyitottak vagyunk a folytatásra. Gondolom, majd az új vezetés is leül velünk szponzorációról beszélni. Számunkra nem az a lényeg, hogy ki az igazgató, vagy hogy az adott intézmény milyen művészetfilozófiát képvisel, hanem hogy a partnerség működjön. Hogy azok a célok, amelyeket a kezdetekkor közösen kialakítottunk, mindannyiunk számára működjenek. Ha hozzák az elvárásokat, akkor az számunkra teljesen kielégítő.

– A gazdasági válság változtatott-e a MasterCard szponzorációs stratégiáján?

– Nem, sőt. Talán épp azt erősítette meg bennünk, hogy még jobban ki kell állnunk, hiszen még inkább érvényes az, hogy nélkülünk az adott produkció nem jön létre. Szerencsére minket a válság kevésbé érintett, de nyilván nagyon sok cégnél hozzányúltak a marketingbüdzséhez. Ilyenkor valamit le kell faragni, emberek nem akarnak elküldeni, hát marad a marketingbüdzsé, ami jelentős tényező sok cégnél. De globális értelemben biztos vagyok benne, hogy csökkent a szponzoráltak köre és a szponzorációra fordított pénz egyaránt. Magyarországon ma egyre nehezebb szponzort találni, biztos, hogy nehezebb, mint például öt évvel ezelőtt.

– Ha viszont szponzorált és szponzor olyan remekül egymásra talál, mint a MasterCard és a Katona József Színház, miért kell a kettő közé egy ügynökség?

– Ennek praktikus oka van. Olyan sok projektet szponzorálunk, hogy a munka egy részét ki kell szervezni. A szerződés betartására, a kommunikációs anyagok kihelyezésére, a partnerség ezen paramétereinek ellenőrzésére muszáj egy köztes cég, ez már nem oldható meg házon belül. Illetve azért is kell a piár- vagy szponzorációs ügynökség, mert proaktívan rengetegen keresik meg a MasterCardot, és ezt a rengeteg megkeresést mi, azaz én egymagam képtelen lennék elbírálni. Így tehát az ügynökség, úgymond, előszűri az ajánlatokat, és csak azokat továbbítja hozzánk, amelyekről már tudja, hogy a mi profilunkba, céljainkba, üzletfilozófiánkba vághatnak.

– A közeli vagy távolabbi jövőben milyen projekteket terveznek támogatni?

– Inkább azt mondanám, hogy nyitottak vagyunk mindenre. Ha valaki olyan ötlettel céloz meg minket,

ami a mi céljainkat képviseli, legyen az bármi, szívesen fogadjuk a javaslatot. Illetve ami már biztos, idén nyáron mi vagyunk a Balaton Sound főtámogatója, sőt, úgy is hívják a rendezvényt, hogy MasterCard Balaton Sound. Ezek a fesztiválok nagyon jók, értékes közönségük van számunkra, több ezren látogatják őket, és készpénzmentesek, akár a Katona Kávéháza, tehát itt is megvan a logikai kapocs. E fesztiválokon két módon lehet fizetni: vagy MasterCard/Maestro PayPass-szal, vagy Fesztivál kártyával, ami azt jelenti, hogy van egy olyan kártya, amit csak a fesztiválon lehet használni, az elején fel kell tölteni valamennyi pénzzel, és azzal lehet fizetni a helyszínen.

– Mit gondol, mire lehet számítani az elkövetkező tíz évben Magyarországon a kulturális mecenatúra terén? Nyugat-Európában ugyanis a kulturális intézményeknek, színházaknak, múzeumoknak tizenöt-húsz százaléka jön a magánszférából, míg nálunk pusztán egy-két százaléka.

– Én úgy látom, Magyarországon inkább a mainstream felé megy el a szponzoráció. A Pintér Béla-féle és ehhez hasonló előadások inkább afféle niche dolgok. Ezek támogatásához kell egyfajta érettség. Ezek a produkciók pár száz, pár ezer fős, nagyon jól körülhatárolt célcsoportot vonzanak, de nem hasonlíthatóak össze a zenés, könnyedebb műfajt képviselő színházakkal. A kérdés az, hogy ezekben a számszerűleg kis elérésű, ugyanakkor nagyon értékes célcsoportokban hányan látnak majd fantáziát. Ha meg van kötve az ember keze, és van egy adott büdzsé, akkor azt olyan dolog mellé kell tenni, ami sokakat vonz. Mert mit néz, ugye, egy szponzor? Látogatószámot, publicitást, megjelenést, eladott példányszámot, ezekben kell tehát jónak lenni. De egy Pintér Béla-produkció például, ha megfeszül, se tud versenyezni ezekkel a számokkal, tehát a kérdés az, hogy hány cég lát majd fantáziát ezekben az értékekben. Nálunk az volt a szerencse, és így a kulturális szféra szerencséje, hogy 2009-ben a mi első számú vezetőnk annyira szerette a kortárs kultúrát, hogy ezt a vonalat akarta támogatni.

– A szponzoráció tehát, illetve a szerencse, ahogy Ön fogalmaz, nagyon erősen személyi preferenciákhoz, értékrendhez, illetve szimpátiához köthető.

– Igen. Ez a kolléga már nem a budapesti irodában dolgozik, de a filozófiája megmaradt, és szerencsére az utóda is szereti a kortárs kultúrát. De van olyan is, hogy valamelyik kolléga hoz egy ötletet.

– Megvan-e még a dzsesszkocsmájuk?

– A Take five már nincs meg.

– Mire a legbüszkébbek?

– Épp most kaptunk Summa Artium-díjat a Katona József Színház Kávéházaért a színházzal közösen projekt kategóriában. Ez az a kategória, amikor a szponzor és a szponzorált a legjobban egymásra talál. Ez történt ebben az esetben is.

AZ INTERJÚKAT KÉSZÍTETTE:
KOZÁR ALEXANDRA