

MI HIÁNYZIK A TELT HÁZHOZ?

KLUBKÖRKÉP: A SZÁZADVÉG KUTATÓKÖZPONT
FELTÁRÓ JELLEGŰ KUTATÁSA AZ NKA HANGFOGLALÓ
KÖNNYŰZENE TÁMOGATÓ PROGRAM KOLLÉGIUMA
MEGBÍZÁSÁBÓL



TARTALOMJEGYZÉK

1. Vezetői összefoglaló	2
2. Kutatási téma és módszertan bemutatása	6
2.1. Kutatás háttere	6
2.1.1. Az élőzenét kínáló helyszínek általános világtrendjei	6
2.1.2. A helyszínek tevékenységeinek beszűkülése majd újragondolása	7
2.1.3. Jövőbeli kilátások	9
2.2. Kutatási kérdések	10
2.3. Elsődleges adatfelvétel módszertani bemutatása	10
3. Tanulmány	12
3.1. Változások az elmúlt években	12
3.2. Működési nehézségek	13
3.3. Fenntartási stratégiák és finanszírozás	17
3.4. Támogatási lehetőségek és külső segítség	21
3.5. Látogatottság és regionális különbségek	22
3.6. Élőzenei koncertek szervezése és fellépők	27
3.7. NKA támogatások szerepe	30
3.8. Kitekintés	35
3.8.1. A határon túli klubok helyzete	35
3.8.2. Szakértői vélemények	36
4. Konklúzió	40
5. Hivatkozások	42
6. Függelék - Interjúguide	43

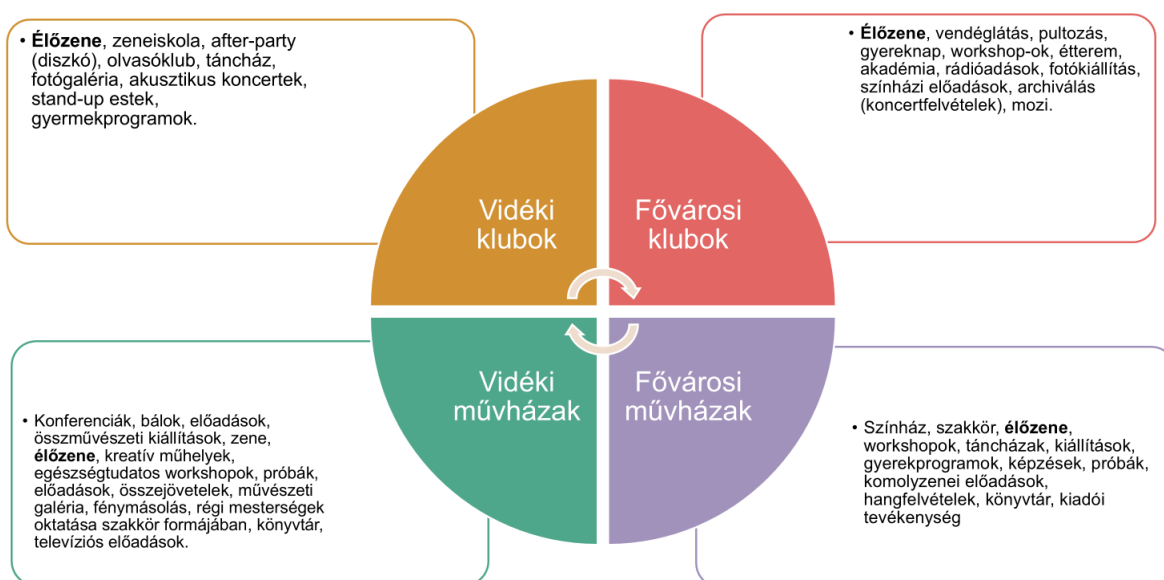
1. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

Feltáró jellegű kutatásunk az élőzenei rendezvényeket szervező intézmények (klubok és művelődési házak) nehézségeit, működési stratégiáit és támogatási javaslatait volt hivatott vizsgálni. A kutatási kérdések megválaszolása érdekében összesen 25 interjút készítettünk hazai (fővárosi és vidéki) klubvezetőkkel, művelődési ház vezetőikkel, határon túli klubvezetőkkel és szakértőkkel 2025 tavaszán. Az alábbiakban röviden összefoglaljuk a kutatási kérdések válaszait.

Milyen működési, bevételi stratégiával rendelkeznek a hazai klubok?

Az általunk megkeresett intézmények változatos működési stratégiával rendelkeztek, annak függvényében, hogy fővárosi vagy vidéki klubok/művelődési házak voltak, illetve, hogy mekkora méretű koncertteremmel rendelkeztek.

1. ÁBRA: A KLUBOK ÉS MŰVELŐDÉSI HÁZAK TEVÉKENYSÉGI KÖREI



Forrás: Századvég

A jelenlegi tevékenységi körök leginkább az intézmények alkalmazkodóképességét bizonyítják, azonban stratégiai szintű, koncepciószerű megoldások, amelyek az egyre növekvő költségeket és az egyre csökkenő klub-, művelődési ház látogatottságot kezelni tudnák, még váratnak magukra.

Milyen kihívásokkal, nehézségekkel szembesülnek a hazai klubok működésük során?

Az interjúalanyok elmondása alapján a nehézségek négy témakörbe rendeződő kihívásokból fakadnak: működési-, gazdasági/társadalmi-, szakmai-, illetve finanszírozási kihívások.

A **működési kihívások** az egyre nagyobb kiadásokból származnak, beleértve a bérleti díjat, rezsiköltséget, illetve egyéb beszállítói árakat (például ital). A **gazdasági/társadalmi kihívások** abból fakadnak, hogy lecsökkent a látogatók száma és fogyasztási hajlandósága, ráadásul éles versenyhelyzet alakult ki a látogatók pénztárcájáért a különböző alternatív szórakozóhelyekkel (kocsmák, pubok stb.). A **szakmai kihívások** közé sorolhatók a megnövekedett zenekari költségek is, illetve a zenekarok klubfellépéseinek csökkenése is vidéken. Emellett a fénytechnikus, hangtechnikus szakmában hiány érzékelhető, de a

szervezési szakemberek alkalmazása is nehézségekbe ütközik belső költségvetés korlát miatt. A zenekari menedzserekkel sem mindig felhőtlen az együttműködés. A **finanszírozási kihívások** tekintetében az merült fel, hogy nincs elég pályázati lehetőség, illetve túl kis összegűek a támogatások. Emellett az ÁFA és a jogdíjfizetési kötelezettség is magasak.

2. ÁBRA: A KLUBOK ÉS MŰVELŐDÉSI HÁZAK MŰKÖDÉSI NEHÉZSÉGEI



Forrás: Századvég

Milyen mértékben jelentenek segítséget a hazai klubok számára az NKA-tól kapott klubtámogatások?

Az általunk megkeresett klubok esetében az NKA támogatás alapvető bevételi forrásnak számít a jegyeladás és a büfé/bár fogyasztás mellett. Több klubvezető is jelezte, hogy NKA támogatás nélkül valószínűleg megszűnt volna, vagy legalábbis jelentős mértékben lecsökkent volna a klub élőzenei kínálata. Főleg a vidéki klubok esetében jelent nagy segítséget a támogatás, de a fővárosi klubok számára is nagy jelentőséggel bír. A piaci alapokon működő kluboknak ez a pályázat az egyetlen mentőöve, számukra nincs más pályázati lehetőség.

A művelődési házak is pozitívan nyilatkoztak a pályázatról, bár a vidéki művelődési házaknak nehézséget okoz a pályázati elvárásoknak megfelelő élőzenei rendezvényszám megszervezése.

Milyen javaslataik vannak a hazai kluboknak az NKA-tól kapott támogatások vonatkozásában?

Az interjúalanyok különböző javaslatokkal éltek az NKA támogatások vonatkozásában.

*„Nagyon jól esne, ha minden évben vagy legalább két évente megkérdeznék azokat a pályázókat, akik húsz éve pályáznak és húsz éve mindig megvalósítják a pályázati kiírásokat, hogy mire lenne szükségük.”
(Budapesti művelődési ház vezető)*

Az interjúalanyok javaslatai öt témakörbe rendeződtek: támogatási összeggel, felhasználási móddal, adminisztrációval, kommunikációval, illetve zenekarokkal kapcsolatos javaslatok.

3. ÁBRA: NKA-SPECIFIKUS, TÁMOGATÁST ÉRINTŐ JAVASLATOK



Forrás: Századvég

A *támogatási összeggel* kapcsolatban felmerült a magasabb, vagy legalább inflációkövető támogatási igény, továbbá egy fix összegű, normatív támogatási összeg igénye. A *felhasználási móddal* kapcsolatban az infrastrukturális fejlesztésekre-, illetve a működésre (például bérekre) fordítandó lehetőség igénye, továbbá a vidéki klubok erőteljesebb előtérbe helyezése, illetve a klubok és művelődési házak közötti differenciálás merült fel. Az *adminisztráció* tekintetében egyes interjúalanyok az egyszerűbb adminisztrációt javasolták, ami egyaránt érintette a pályázati platform ésszerűsítését, illetve a számlák feltöltését. Az interjúalanyok a *belső és külső kommunikációval* kapcsolatban is tettek javaslatokat: a belső kommunikációt illetően szorgalmazták a klubok szakmai fórumának létesítését, illetve az NKA és klubok közti kommunikáció növelését. Volt olyan klubvezető, aki hangsúlyozta, hogy érdemes a Hangfoglalónak két évente felmérni a klubok igényeit és ehhez igazítani a támogatási rendszert. A külső kommunikáció tekintetében pedig nagyobb láthatóság támogatását javasolták az interjúalanyok, intenzívebb reklámtámogatás formájában. A *zenekarok* témakörében az interjúalanyok meglátása az volt, hogy azokat külön kellene abban támogatni, hogy klubokban lépjenek fel, illetve nemcsak az induló, hanem az ismertebb zenekarokat is motiválni kellene arra, hogy vidéki klubkoncerteket valósítsanak meg. További javaslatként jelent meg a tehetséggondozás kiemelt támogatása, illetve a több kisebb zenekar egy este alatti fellépésének a támogatása.

A fentiek vonatkozásában van-e eltérés a fővárosi és vidéki, illetve állami fenntartású és piaci alapokon működő klubok között?

Éles választóvonal húzódik meg a fővárosi és vidéki, kis és nagy méretű klubok között, továbbá eltérés tapasztalható aszerint, hogy állami fenntartású-e, vagy piaci alapokon működik az intézmény.

Az állami fenntartás miatt a művelődési házak jelentősen más kihívásokkal szembesülnek a klubokhoz képest. Számukra a legnagyobb probléma a fizetőképes célközönség megtalálása és megtartása, azonban mivel a helyi idősebb generáció rendszeresen látogatja az intézményt, kialakult egy állandó közönsége. A művelődési házak esetében sok esetben az infrastrukturális fejlesztések és adminisztráció is jelentik a napi szintű gondokat.

A piaci alapon működő művelődési házak azonban a klubokéhoz hasonló nehézségekkel néznek szembe: az egyre nagyobb mértékű inflációnak köszönhető kiadási oldal nehezen

hozható balanszba az egyre csökkenő bevételekkel, ami a lecsökkent látogatói számból és fogyasztási kedvből fakad.

Támogatási szinten a vidéki és kisebb fővárosi klubok szorulnak nagyobb segítségre, számukra létfontosságú lenne egy olyan katalizáló támogatás, amelynek köszönhetően sokkal több telt házas rendezvényt tudnának megvalósítani. A nagyobb koncerthelyszínek is jól fel tudják használni a támogatást, azonban a fellépések számával és minőségével ők kevésbé vannak gondban.

A klubok tekintetében kiemelendő a klubvezetői elköteleződés és motiváció: ez egy erős alap, amelyre építeni lehet a támogatási rendszert.

2. KUTATÁSI TÉMA ÉS MÓDSZERTAN BEMUTATÁSA

2.1. A kutatás háttere

Az élőzenei klubok és koncerthelyszínek fontos kulturális csomópontok világszerte. Ezek a helyek nem csupán a szórakoztatás színterei, hanem a zenei ökoszisztéma alapkövei is: elősegítik az új tehetségek felfedezését, közösségi élményeket nyújtanak, valamint hozzájárulnak a helyi gazdaság élénkítéséhez is. Az élőzenei klubok gyakran a városi kulturális élet szerves részei, ahol művészek, szervezők, közönség és szakemberek találkoznak.

2.1.1. Az élőzenét kínáló helyszínek általános világtrendjei

Az élőzenei klubok működése erősen függ a társadalmi és gazdasági körülményektől, a közönség részvételétől és a kormányzati támogatási rendszerektől. A Live DMA (jelenleg kb. 3000 klub, koncerthelyszín és fesztivál tagságával bíró európai ernyőszervezet) jelentése¹ szerint a 2019-es év különösen jó év volt az élőzenés helyszínek számára, mind látogatói számban, mind pedig gazdasági hatásban (munkahelyek teremtése, intenzív turizmus stb.²). Sokként érte azonban a szektort a Covid-19 járványhelyzet miatt bevezetett társadalmi lezárás. A fellépések elmaradása miatt megszűntek a bevételek, a szektorban dolgozók jelentős része elvesztette állását, és a művészek, beszállítók is súlyos anyagi veszteségeket szenvedtek el. A járványt követően a legnagyobb kihívás a revitalizáció volt, beleértve a munkaerőhiány kezelését, a közönség visszacsábítását, a kimerült pénzügyi tartalékok pótlását, valamint a megemelkedett költségek kezelését – különösen az energiaárak és a személyzeti kiadások tekintetében. A nehézségek hatására a klubok és koncerthelyszínek programkínálata lecsökkent, sok klub kénytelen volt visszafogni a tehetséggondozási és programtevékenységeit is³, a helyszínek jelentős része újragondolást igényelt mind a működést/működtetést, mind pedig a szolgáltatásokat illetően.

Mára az élőzenei helyszínek fokozatosan kezdenek átalakulni. A Party Popper 2025-ös trendjelentése⁴ szerint a koncerthelyszínek **komplex, élményalapú és társadalmilag tudatos terekké válnak**, amelyek egyre gyakrabban kínálnak immerzív, többérzékszervi élményeket – például hologramokat, interaktív fényeket vagy illateffekteket – ahhoz, hogy a zene ne csak hallható, hanem átélhető is legyen. Az újragondolt klubéletben egyre nagyobb figyelmet kap a fenntarthatóság, a helyi kultúrára épülő tematika, valamint az olyan új formátumok, mint a pop-up koncertek és a wellness-jellegű zenei események. A mesterséges intelligencia lehetőséget ad a programok személyre szabására, míg a virtuális és hibrid események kibővítik a részvétel határait. A közönség egy része nosztalgikus zenei élményekre vágyik (pl. 80-as, 90-es évek), mások viszont az inkluzív, közösségépítő hangulatot keresik. A jelentés szerint a siker kulcsa az, hogy az élőzenei helyszínek egyszerre tudjanak technológiailag innovatívak, kulturálisan érzékenyek és emberközpontúak maradni.⁵

¹ Live DMA (Live Music Associations) összefoglalója <https://cultureactioneurope.org/wp-content/uploads/2023/07/SURVEY-REPORT-DATA-2019-2020-LIVE-DMA.pdf> (Letöltve: 2025.04.10.)

² Live DMA (Live Music Associations) összefoglalója <https://cultureactioneurope.org/wp-content/uploads/2023/07/SURVEY-REPORT-DATA-2019-2020-LIVE-DMA.pdf> (Letöltve: 2025.04.10.)

³ Live DMA (Live Music Associations) összefoglalója <https://cultureactioneurope.org/wp-content/uploads/2023/07/SURVEY-REPORT-DATA-2019-2020-LIVE-DMA.pdf> (Letöltve: 2025.04.10.)

⁴ Party Popper 2025-ös trendjelentése <https://partypopper.io/blog/nightlife-trends-whats-hot-in-2025> (Megtekintve: 2025.04.10.)

⁵ Party Popper 2025-ös trendjelentése <https://partypopper.io/blog/nightlife-trends-whats-hot-in-2025> (Megtekintve: 2025.04.10.)

2.1.2. A helyszínek tevékenységeinek beszűkülése, majd újragondolása

Az élőzenei koncerthelyszínek, klubok, fesztiválok számára a nagy vízválasztó egyértelműen a Covid-19 járványhelyzet volt. A világjárványt megelőzően az élőzenei kínálattal rendelkező helyszínek 85%-a végzett egyéb tevékenységet is, így például szociális és oktatási funkcióik voltak (például próbatermek, művészek támogatása, oktatási programok); vendéglátóipari szolgáltatásokat nyújtottak (bár/étterem működtetése koncertidőn kívül); valamint multidiszciplináris kulturális eseményeket szerveztek (mint a színház, filmvetítés, fotókiállítás, multimédia). A tevékenységek fókusza az intézmények formájától függött, a közintézmények, a magán nonprofit, illetve a magán kereskedelmi egységek közül, utóbbiak esetében volt (és ma is) a lehangsúlyosabb az élőzenei profil.

A 2020 márciusában bevezetett járványügyi korlátozások következtében 2019 és 2020 között 70-80%-kal csökkent az élőzenei rendezvények/produkciók száma, illetve a látogatottság is ugyanilyen arányban esett vissza⁶. A zenei eseményeket tömegesen törölték, a közönség számára elérhetetlenné váltak az élő koncertek, a művészek, a technikai személyzet és a beszállítók pedig egyik napról a másikra elvesztették bevételeiket és megélhetésüket. Bár számos ország kormánya nyújtott pénzügyi támogatást klubok számára – főként bértámogatások és rezsiköltségek formájában –, ezek az intézkedések elsősorban a helyszínek fennmaradását biztosították, és nem tudták teljes mértékben kompenzálni a szektor egészét ért veszteségeket, különösen a független művészek, dolgozók és háttérszereplők esetében. Főleg a magán kereskedelmi klubokat érintette súlyosan a válság, mivel bevételeik szinte kizárólag a közönségtől származnak, szemben a köz- és nonprofit helyszínekkel, amelyek legalább részben állami támogatásokra is támaszkodhattak. A kereskedelmi helyszínek azonban ennek ellenére is kevesebb COVID-támogatásban részesültek, mint a nonprofit klubok. Az Egyesült Királyságban például a klubok 31%-a zárt be a pandémia kezdete óta, míg Ausztráliában a klubok száma 482-ről 355-re csökkent a társadalmi lezárások feloldásáig⁷. A fennmaradó helyszínek új utakat kerestek. A Live DMA jelentéséből megtudtuk, hogy az általuk összefogott közel több ezer klub helyszínének 62 százaléka szervezett online zenei eseményeket – élő közvetítéseket vagy videós tartalmakat –, és ezzel lehetőséget adtak az előadóknak arra, hogy más módon mutakozzanak be. Átlagosan egy online esemény 4 200 megtekintést vonzott, ám ezeknek csupán 5 százaléka volt fizetős. Egyes kezdeményezések – mint a KeepOn Air streaming platform – lehetőséget nyújtottak arra, hogy művészek, szervezők és közönség kapcsolódhassanak egymáshoz a járvány idején is. E platformok azt is segítették, hogy a helyi önkormányzatok jobban elismerjék a zenei klubok társadalmi szerepét.⁸

2023 elején még mindig érezhetőek voltak a pandémia hosszú távú következményei. A szektort munkaerőhiány és a megmaradt dolgozók túlterheltsége jellemezte, mivel sok szakember és önkéntes végleg elhagyta a szakterületet. A közönség visszacsábítása is nehézségekbe ütközött, a helyszínek pénzügyi tartalékai kimerültek, és egyre nehezebb volt a fenntartható működést biztosítani. Mindezt súlyosbította a 2022 közepe óta tapasztalható infláció, valamint a személyzeti, program- és különösen az energiaköltségek drasztikus növekedése.

⁶ Live DMA (Live Music Associations) összefoglalója <https://cultureactioneurope.org/wp-content/uploads/2023/07/SURVEY-REPORT-DATA-2019-2020-LIVE-DMA.pdf> (Letöltve: 2025.04.10.)

⁷ Music And Nightlife Event Trends 2024 című jelentése <https://themusic.com.au/industry/how-nightclubs-are-working-to-bring-back-the-crowds/m2Uhi46xsLM/21-03-24> (Letöltve: 2025.04.11.)

⁸ Live DMA (Live Music Associations) összefoglalója <https://cultureactioneurope.org/wp-content/uploads/2023/07/SURVEY-REPORT-DATA-2019-2020-LIVE-DMA.pdf> (Letöltve: 2025.04.10.)

További nehezítő tényező (Music And Nightlife Event Trends 2024 című jelentése⁹ szerint) a fiatalabb generációk – különösen a Z generáció¹⁰ – **megváltozott preferenciái és fogyasztási szokásai**, ami a visszaesett alkoholfogyasztást, illetve új közösségi terek iránt igényt (pl. bárók, kávézók, digitális platformok) eredményezte. A CM.com 2022 novemberében publikált jelentése¹¹ szerint a COVID–19 vilájárványt követően jelentős változások figyelhetők meg az élőzenei események látogatóinak fogyasztási magatartásában. A válaszadók 47 százaléka számolt be arról, hogy 2020 óta módosult a helyszíni költési szokása. A jelenség mögött a pandémia okozta bizonytalanságból eredő tartózkodás, valamint a megélhetési költségek emelkedése állhat. A felmérés adatai alapján a látogatók egynegyede kifejezetten kevesebbet költ rendezvényeken, mint a járvány előtt. A Z generáció több mint 1,5-szer nagyobb valószínűséggel költ 10 font (körülbelül 3600 forint¹²) alatti összeget egy-egy esemény során, szemben az X generáció és a milleniál¹³ korosztály átlagosan 50–100 font (hozzávetőlegesen 18 000–36 000 forint¹⁴) közötti kiadásával. A pandémia nyomán kialakult piaci környezetben a fogyasztók **elvárásai magasabbak, a lojalitás csökkent**, és a rendezvények sikerének feltétele a magas színvonalú, személyre szabott szolgáltatás és élmény biztosítása.

Minden nehézség ellenére, a 2023-as év már a visszatérésről szólt: stadionkoncertek, boutique fesztiválok, akusztikus estek és VIP rendezvények újra elkezdték megtölteni a koncerthelyszínek naptárait. A jelentés szerint a **klubipar megújulásának** kulcsfontosságú **feltétele**, hogy képes legyen **megszólítani a Z generációt**, amely az élményeket többre értékeli a tárgyaknál, és fontos számára a közösséghez tartozás érzése, valamint az önfejlesztés lehetősége.¹⁵

2024-ben a teljes revitalizációs folyamatot öt fő, azonosítható trend mentén látták megvalósíthatónak:

- + **Új kapcsolódási formák és közösségépítés:** A promóciós tevékenységek fókuszra elmozdult a hagyományos közösségi médiaplatformokról (pl. Facebook, Instagram) az azonnali és közvetlenebb kommunikációs csatornák felé, mint az SMS vagy a Discord. E platformok nemcsak információközlést tesznek lehetővé, hanem elősegítik a közönség közösségi formálását is.
- + **Tematikus rajongói estek:** A popkulturális ikonok – például Taylor Swift vagy Beyoncé – köré szervezett tematikus események jelentős tömegeket vonzanak. Ezek az estek gyakran kapcsolódnak nagyobb zenei fesztiválokhoz, és képesek új közönségrétegeket bevonni a klubéletbe.
- + **Technológiai innovációk integrációja:** Az élőzenei helyszínek egyre inkább alkalmazzák a legújabb technológiai fejlesztéseket, így a mesterséges intelligenciával támogatott fény- és hangtechnikát, valamint az interaktív, érzékszervi élményeket nyújtó terek kialakítását. Ezek az elemek új dimenziókat nyitnak a szórakozásban, és növelik az események egyediségét.

⁹ Music And Nightlife Event Trends 2024 című jelentése <https://themusic.com.au/industry/how-nightclubs-are-working-to-bring-back-the-crowds/m2Uhj46xsLM/21-03-24> (Letöltve: 2025.04.11.)

¹⁰ A Z generációba tartozónak jellemzően a 1990-es évek közepétől (1995 után) a 2010-es évekig születetteket sorolják.

¹¹ CM.com 2022-es jelentése <https://www.cm.com/cdn/web/en-gb/file/whitepapers/music-research-report.pdf> (Letöltve: 2025.04.10.)

¹² 2022-ben átlagosan 360 forint egyezett meg 1 fonttal

¹³ Az X generációba az 1965–1975 közöttiek tartoznak, míg a milleniál generációba az 1976 és 1995 között születettek tartoznak.

¹⁴ 2022-ben átlagosan 360 forint egyezett meg 1 fonttal

¹⁵ Music And Nightlife Event Trends 2024 című jelentése <https://themusic.com.au/industry/how-nightclubs-are-working-to-bring-back-the-crowds/m2Uhj46xsLM/21-03-24> (Letöltve: 2025.04.11.)

- + **VIP szolgáltatások és élmények térnyerése:** A prémium szolgáltatások, mint a digitális bérletek, exkluzív lounge-ok vagy a soron kívüli belépés lehetősége, nemcsak fokozzák a látogatói élményt, hanem jelentős bevételi forrást is jelentenek a klubok számára. A VIP élmények iránti kereslet 2023-ban globálisan 18%-kal nőtt.
- + **A nappali programok térhódítása:** A napközbeni rendezvények – például brunch események, művészetterápiás foglalkozások vagy jóga workshopok – egyre népszerűbbé válnak. Ezek nemcsak szélesebb korosztályokat céloznak, hanem lehetőséget biztosítanak arra is, hogy a klubok új, multifunkcionális közösségi térként működjenek.¹⁶

4. ÁBRA: AZ ÉLŐZENEI SZEKTOR KILÁBALÁSÁT MEGHATÁROZÓ ÖT FŐ TREND 2024-BEN



Forrás: Századvég szerkesztés

2.1.3. Jövőbeli kilátások

Az CM.com 2022-es jelentése hangsúlyozza, hogy az élőzenei szektor különböző szereplői – beleértve a rendezvényszervezőket és a marketing szakembereket – számára kulcsfontosságúvá vált a közönség mélyrehatóbb megismerése, valamint a fogyasztói igényekhez illeszkedő, célzott programok és szolgáltatások kialakítása. A pandémia utáni átalakuló piaci viszonyok között a látogatók elvárásai jelentősen emelkedtek, miközben csökkent a márkahűség. Ennek következtében a rendezvények sikeressége egyre inkább a személyre szabott, magas minőségű élmények biztosításán múlik.¹⁷

A LGNDRY Group 2022-ben publikált blogcikke¹⁸ szerint az éjszakai klubkultúra folyamatosan fejlődik, egyre nagyobb szerepet kapnak benne az érzékszervi élmények és az interaktív technológiai megoldások. A hagyományos szórakozási formákat ma már komplex,

¹⁶ Music And Nightlife Event Trends 2024 című jelentése <https://themusic.com.au/industry/how-nightclubs-are-working-to-bring-back-the-crowds/m2Uhj46xsLM/21-03-24> (Letöltve: 2025.04.11.)

¹⁷ CM.com 2022-es jelentése <https://www.cm.com/cdn/web/en-gb/file/whitepapers/music-research-report.pdf> (Letöltve: 2025.04.10.)

¹⁸ LGNDRY Group 2022-es blogcikke <https://www.lgndrygroup.com/the-evolution-of-nightclubs-trends-and-innovations/> (Megtekintve: 2025.04.10.)

érzékszerveket megmozgató terek és digitális megoldások egészítik ki. Az interaktív fényinstallációk, vizuális effektek, kiterjesztett valóság és hangtechnikai fejlesztések révén a klubok nem csupán táncterekké, hanem élményközpontokká válnak, ahol a látogatók valóban részesei lehetnek a programnak. Az exkluzív VIP szolgáltatások és a gondosan válogatott zenei fellépők hozzájárulnak ahhoz, hogy minden este egyedi és megismételhetetlen legyen. A személyre szabott élmények és a közösségi térként funkcionáló helyszínek egyre inkább reflektálnak a fiatalabb generációk igényeire, akik nem csupán szórakozni, hanem kapcsolódni, kikapcsolódni és inspirálódni is szeretnének.¹⁹

A jövő klubjai várhatóan még erősebben támaszkodnak majd a digitális megoldásokra: a belépéstől kezdve a személyre szabott zenei élményeken át a valós idejű interakciókig számos újítás formálhatja a jövő szórakozását. A cél egyértelmű: olyan komplex élményvilágot teremteni, amelyben a zene, a technológia és az emberi kapcsolódás egyaránt központi szerepet kap. Az éjszaka jövője nem csupán a táncról szól – hanem arról, hogyan élhetjük át közösen, teljes intenzitással az emlékeztető pillanatokat.²⁰

A 2024-re előrejelzett trendek (lásd: *Változások a Covid-19 hatására c. fejezet*) és a 2025-ben érzékelhető valóság között szoros párhuzam figyelhető meg az élőzenei helyszínek világában. A szakmai várakozások nagy része beigazolódott - a közönségközpontú működés, a technológiai innovációk integrációja, valamint az élmény- és közösségalapú megközelítés ma már nem csupán irányvonalak, hanem a szektor mindennapi gyakorlatának részei.

2.2. Kutatási kérdések

A fentiek fényében az NKA Hangfoglaló Programiroda kérésére, egy olyan feltáró jellegű kutatást végeztünk 2025 áprilisában, amelynek alapján képet kaptunk a hazai klubok, élőzenei rendezvényeket szervező helyszínek kihívásairól, nehézségeiről és fenntartási stratégiájukról.

Kutatási kérdéseink az alábbiak voltak:

- + Milyen működési, bevételi stratégiával rendelkeznek a hazai klubok?
- + Milyen kihívásokkal, nehézségekkel szembesülnek a hazai klubok működésük során?
- + Milyen mértékben jelentenek segítséget a hazai klubok számára az NKA-tól kapott klubbátogatások?
- + Milyen javaslatok vannak a hazai kluboknak az NKA-tól kapott támogatások vonatkozásában?
- + A fentiek vonatkozásában van-e eltérés a fővárosi és vidéki, illetve állami fenntartású és piaci alapokon működő klubok között?

2.3. Elsődleges adatfelvétel módszertani bemutatása

Kutatási kérdéseinkre interjú módszerrel adunk választ. Az interjúalanyok mintája az NKA Hangfoglaló Programiroda által támogatásban részesült klubvezetőkől és művelődési ház vezetőiből tevődött össze, kiegészítve szakértői interjúkkal az alábbi megoszlás szerint. A mintavétel során törekedtünk arra, hogy fővárosi, illetve vidéki klubok, valamint művelődési

¹⁹ LGNDRY Group 2022-es blogcikke <https://www.lgndrygroup.com/the-evolution-of-nightclubs-trends-and-innovations/> (Megtekintve: 2025.04.10.)

²⁰ LGNDRY Group 2022-es blogcikke <https://www.lgndrygroup.com/the-evolution-of-nightclubs-trends-and-innovations/> (Megtekintve: 2025.04.10.)

házak egyforma arányban szerepeljenek. A szakértői interjúk részét képezték a határon túli klubok vezetőivel készített interjúk is.

1. TÁBLÁZAT: INTERJÚALANYOK MEGOSZLÁSA AZ EGYES KATEGÓRIÁK SZERINT

Célcsoport intézménytípus szerint	Célcsoport helyszín szerint	Interjúk darabszáma
Klubok	Főváros	5
	Vidék	5
Művelődési házak	Főváros	5
	Vidék	5
Szakértők	Határon túli klubok	2
	Hazai szakértők	3

Forrás: Századvég

A strukturált, személyes (helyszíni, telefonos, illetve online) interjúk hossza kb. 30-45 perces volt. Az interjúk során az interjúalanyok beleegyezésével hangrögzítést készítettünk. A hangrögzítést követően az elhangzottakat leiratoztuk, majd az adatelemzéshez előkészített leiratokat anonim formában feldolgoztuk.

3. TANULMÁNY

3.1. Változások az elmúlt években

A kutatás során felkeresett klubok és művelődési házak változatos háttérrel, profillal és tevékenységi körrel rendelkeztek. Eltérés mutatkozik az egyes helyszínek között aszerint, hogy művelődési házakról vagy klubokról/rendezvényhelyszínekről, továbbá, hogy fővárosi vagy vidéki helyszínekről van szó.

A **művelődési házak** esetében sokkal diverzebb tevékenységi kört tapasztaltunk, így például a konferenciák, bálók, előadások, összművészeti kiállítások, zenei előadások, élőzenei előadások, kreatív műhelyek, egészségtudatos workshopok, próbák, előadások, összejövetelek, művészeti galéria, fénymásolás, régi mesterségek oktatása szakkör formájában, könyvtár, televíziós előadások, hangfelvételek, próbahelyek, helyszínbérlések üzleti rendezvények céljából, kiadói tevékenységek is előfordultak. A művelődési házak jellemzően lokális fókuszúak, vagyis a környékükön lakóknak szerveznek programokat. Programkínálatuk nemcsak a szabadidős tevékenységre fókuszálnak, hanem az oktatói-nevelői tevékenységre is. Az összesített programkínálatnak csak kis szeletét képezik az élőzenei rendezvények, viszont ezeknek egyformán nagy jelentőséget tulajdonítanak. Meglátásunk szerint, valószínűleg az önkormányzati támogatásoknak köszönhetően, a művelődési házak működésében nincs jelentős eltérés főváros-vidék viszonylatában, mindegyik művelődési ház megpróbálja a maximumot nyújtani a helyi közönség számára.

A klubok sokkal specifikusabb tevékenységgel működnek, annak ellenére, hogy a látogatottság növelése érdekében esetükben is különböző erőfeszítések jellemzők. Az élőzenei rendezvényeken túl például vendéglátás, pultozás, gyereknapok és workshopok szervezése, étterem működtetése, akadémia, rádióadások, fotókiállítások, színházi előadások, archiválás (koncertfelvételek), olvasóklubok, táncházak, stand-up esték szervezése formájában. Az általunk megkeresett klubok valamilyen zenei stílust reprezentálnak, leginkább a vezetőjük elhivatottságából (rock, blues, jazz, akusztikus, elektronikus stb.), és nagy hangsúlyt fektetnek a fiatal, feltörekvő zenekarok bemutatására, a már ismert zenekarok koncertjei mellett. Jól elkülönülnek a (jellemzően fővárosban levő) rendezvényhelyszínszerűen működő és a hagyományosan klubszerűen működő intézmények, nagyrészt ezen a dichotómián alapulva a (befogadó kapacitás szerint) kis és nagy klubok.

Az elmúlt évek változásait tekintve a legtöbb intézmény igyekezett a szolgáltatások és az infrastruktúra szempontjából fejlődni. Tekintve, hogy nagyon változó az intézmények működési modellje (művelődési házak vs. klubok), illetve az időtáv is, amióta fennállnak (volt olyan klub, amelyik 2018-ban nyílt, mint a zeneiskola kiegészítő profilja és volt, olyan, amely már sok évtizede működik), a fejlődési ütem is nagyon változó volt. Az interjúalanyok elmondása alapján négy fejlesztési irány körvonalazódott, azonban ezek az irányok csak bizonyos intézményeket érintettek. A négy említett fejlesztési irány:

- + infrastrukturális fejlesztések (hangtechnika, fénytechnika, teremberendezés)
- + profil bővítések (DJ, kiegészítő klubtevékenység, éttermi szolgáltatások)
- + integrációs törekvések (rádióval, tévével megosztott épület)
- + online műsorszolgáltatás (ez főleg a járványhelyzet hatásának köszönhető).

5. ÁBRA: AZ ELMÚLT ÉVEK INTÉZMÉNYFEJLESZTÉSI IRÁNYAI



Forrás: Századvég

A vízvázlatot mindkét intézménytípus életében a COVID-19 járványhelyzet volt. Ekkor bár kaptak működési (rezsi) állami támogatást, és némelyik intézmény a lezárások előtt közvetlenül elnyert pályázatokból tudta finanszírozni a technikai fejlesztéseket, a profilbővítések mégis elengedhetetlenek voltak. Volt olyan intézmény, amely hostel kialakításában gondolkodott, más intézmény a kerthelyiség bővítését vette célba. Olyan klub is volt, amely a lezárás miatt kifőzdét létesített házhozzállítási lehetőséggel.

Azonban 2023-tól, az újraéledési szakaszban számtalan olyan kihívással kellett szembenézniük ezeknek az intézményeknek, amelyek újszerű helyzetet teremtettek, és amelyeknek köszönhetően a legtöbb intézményvezető érzékeli, hogy strukturális változásra lenne szükség ahhoz, hogy az intézményük hosszú távon profitábilis legyen. Így születtek meg az olyan koncepciók, mint a kifejezetten fiatal generációt célzó, élőzenei koncertet követő, hajnalig tartó „after-party-k” például. Azonban még így is, számtalan olyan kihívással néznek szembe az intézmények, amely kihívásokat külső segítség nélkül nehezen tudnak megfelelő módon kezelni.

3.2. Működési nehézségek

A működési nehézségeket illetően több aspektust is kiemeltek az interjúalanyok, amelyek főleg az elmúlt évek gazdasági-társadalmi változásaival vannak összefüggésben.

Tematizálva az elhangzottakat, négy nagyobb témakörbe lehet sorolni azokat a kihívásokat, amelyek nehézséget okoznak a megkérdezett intézmények vezetőinek: működtetési, gazdasági-társadalmi, szakmai, illetve finanszírozási kihívások.

Működtetési kihívások

A működtetési kihívások esetében az intézmények a fenntartási, illetve működtetési költségek emelkedését említették: a rezsiköltség (épület közköltségei, esetleges bérleti díja), a különböző engedélyek beszerzésekor felmerülő költségek, illetve a beszállítói (étel, ital) költségek és a felmerülő karbantartási/fejlesztés munkák költségei tartoznak ide.

A működtetési nehézségek leginkább a vidéki **klubokat** érintik, hiszen esetükben egyre nehezebb azt a *látogatói/fogyasztó számot elérni*, amely biztosítaná a bevételeket.

"Nyilván fizetünk egy bérleti díjat, van nem kevés rezsink, illetve az egyéb költségek a hatóságok felé, akik a különböző engedélyeket kiadják: katasztrófavédelem, tűzoltóság, NÉBIH. Mindenki felé vannak elvárások, amiket teljesítenünk kell, és ezeknek a teljesítése sem kerül kevés pénzbe. Ahhoz, hogy bizonyos kritériumoknak megfeleljünk, kellenek átalakítások, beszerzések, javítások, úgyhogy ez is növeli a költségeket." (Vidéki klubvezető)

"Nem beszélve minden másról, ami a vendéglátáshoz tartozik, a karbantartástól az üzemeltetésig mindenféle költség radikálisan megemelkedett." (Fővárosi klubvezető)

Ráadásul a magas működtetési költségek ellensúlyozására az egyetlen megoldás a megfelelő profitorientált programkínálat és tevékenység kialakítása annak érdekében, hogy jegybevételből, vagy pedig étel-, italfogyasztásból megtérüljenek ezek a költségek.

"Próbáljuk úgy szervezni a programokat, hogy mindig mindent meg tudjunk oldani. Meg tudjuk beszélni például a zenekarokkal, hogy jöjjenek el kedvező konstrukció szerint. Mindig kitalálunk valamit, hogy legyen koncert, éppen ezért a koncertszámunk nem esett vissza. Ugyanazt a 75-80 koncertet tartjuk évek óta. Ebben nincs visszaesés." (Vidéki klubvezető)

A klasszikus, önkormányzat által finanszírozott **művelődési házak** esetében a *normatíva* összege az, ami nehézséget okoz.

"A legnagyobb problémánk az, hogy nagyon kevés a normatíva. Ebből a normatívából, amit a 2000 fős lakólétszámmra kapunk meg, a 4,5 millió forint egy ember bérét fedezi, nincs benne a rezsik, nincs benne a programok költsége. Tehát nekünk a legnagyobb nehézséget az jelenti, hogy nem tudunk stabilan három főállású embert foglalkoztatni, olyanokat, akikre folyamatosan lehetne építeni a programokat." (Vidéki művelődési ház vezetője)

Az egyesületi fenntartású intézmények csak április környékén kapják meg az adott évi költségvetésüket, így az év elejét mindig a tartalékokból kezelik. A művelődési házak esetében továbbá felmerültek olyan nehezítő tényezők is, mint a temérdek adminisztráció, könyvelés, ellenőrzés, háttérmunka, amelyek mindennapos tevékenységek, azonban humánerőforrás hiányában nehezen megoldhatók. Némely intézmény korszerűtlen, így jelentős probléma a folyamatos karbantartás szükségessége és mindez nem csupán munka, hanem folytonos kiadás, ami erősen befolyásolja a jövedelmezőséget.

Ugyanakkor a piaci alapokon működő budapesti művelődési házak esetében azt tapasztaltuk, hogy olyan kiterjedt szolgáltatási portfólióval (éttermi szolgáltatás, próbaterem, üzleti rendezvények számára bérelt termek stb.) rendelkeznek, amely biztosítani tudja számukra a jövedelmezőséget.

Gazdasági-társadalmi kihívások

Az utóbbi évek gazdasági és társadalmi változásaival kapcsolatban az interjúalanyok kiemelték, hogy a *látogatók reálbér csökkenésével* párhuzamosan történő *jegyárak emelkedése* azt eredményezte, hogy kevesebben látogatják a klubokat/művelődési házakat és kevesebbet is fogyasztanak. Az emberek nagy része sokkal tudatosabban szelektál az egyes szabadidő programok között, elővételos jegyfoglalás nem nagyon jellemző, főleg vidéken (kivéve, ha annyira speciális a műsorkínálati portfólió, hogy komolyzenei, színházi előadások is vannak). Az élőzenei programok során jellemzően a zenekar a közönségteremtő: ha valaki szereti a zenekart, el fog jönni a koncertre, még ha távolabb lakik is.

"A 30-40 pluszos közönség nagyon megszokta azt, hogy otthon is lehet bulizni és otthon is meg lehet inni azt, amit meg szeretnének inni. (...)

Nehéz volt őket otthonról visszarángatni a kulturális közösségbe, vagy kimotoztatni az otthoni szórakozásból, és erre jöttek még a folyamatos áremelkedések; nyilván sokkal olcsóbb megvenni a bort vagy sört a boltban, mint egy ilyen szórakozóhelyen." (Vidéki klubvezető)

Ez a probléma egy általános műfaji (művelődési ház-, klubéleti) sajátosság, hiszen máshol is ez a tapasztalat a nagyvilágban. Különösen *nehéz elérni a fiatalabb generációt*, melynek nagy része a járványhelyzet alatt áttért az online fogyasztásra, és sokkal tudatosabb fogyasztás jellemzi, mint az idősebb generációkat (például nem költenek annyit alkoholra, éttermi ételekre).

"Most egyszerűen azt lehet látni, hogy az embereknek nincs pénze, és első körben, ha valahol szűkítenek, az a szórakozás, ezért egyre kevesebben járnak koncertre szórakozni." (Vidéki klubvezető)

"A közönségszám nyilván kisebb, ezáltal kevesebb a jegybevételünk, kevesebb a vendéglátásból származó fogyasztás is, viszont az egyéb költségek folyamatosan nőnek." (Vidéki klubvezető)

Bár a kevesebb és tudatosabb látogatói tendencia jobban sújtja a vidéki klubokat és művelődési házakat, a visszaesett fogyasztás a fővárosban is probléma.

A vidéki intézmények esetében alacsonyabb az emberek költségvetési korlátja is: vagyis egy koncertjegynek a lélektani határa maximum 5000 forint. Ritkán, az igazán ismert zenekarok esetében tudnak csak ennél magasabb jegyárat is kérni, de a még ennél is alacsonyabb, kb. 3500-4500 forintos jegyár jellemző vidéken.

A látogatók megnyerése különösen nehéz a művelődési házaknak, ahol a szolgáltatások - beleértve az élőzenei rendezvényeket - szintje is más.

"Az egyik legnagyobb kihívás, az a fizetőképes vendégek megnyerése. Sokszor tapasztaljuk azt, hogy lehet, hogy mi jóval kedvezőbb áron tudunk egy-egy eseményt hirdetni, mégis, hogy megtaláljuk azt a közönséget, aki fizet is, de elfogadja, hogy mások mégiscsak a körülmények, mint egy szórakozóhelyen, az nagyon nehéz." (Fővárosi művelődési ház vezető)

Szakmai kihívások

A megváltozott gazdasági-, társadalmi környezetnek köszönhetően a fellépések feltételei is megváltoztak.

"A könnyűzenei szektoron belül van egy kompetenciahiány és egy nagyon erős inflációs nyomás." (Fővárosi klubvezető)

Az egyik szakmai kihívást képezi az, hogy a *zenekari költségek* is nagyon magasak lettek, aminek köszönhetően a vidéki klubok például nehezen tudnak kifizetni egy-egy zenekart. Ugyanakkor maguk a zenekarok sem szívesen vállalják a vidéki utazást, mondván, hogy nekik nem éri meg. Ráadásul az ismertebb zenekarok szívesebben lépnek fel nagyobb közönség előtt, amit jellemzően a nagyobb rendezvényhelyszíneken vagy stadionokban (Budapest Park, vagy akár Aréna, MVM Dome) tudnak elérni.

"Most divat lett nagy helyeken előadni, mint az Aréna vagy az MVM Dome, de azt gondolom, hogy eljön majd az az idő is, amikor visszaszoknak a klubokba." (Fővárosi klubvezető)

Az ismertebb zenekarok rendszeres és gyakori jelenléte elengedhetetlen lenne ahhoz, hogy a klubok a telt házas rendezvények révén minél több látogatót szólítsanak meg. Főleg a vidéki klubok esetében ennek katalizátor funkciója lenne. S bár kevésbé szívesen utaznak vidékre a zenekarok, mégis egyesek, a jó szakmai kapcsolatoknak köszönhetően tudatosan támogatják a vidéki klubokat fellépéseikkel, még akkor is, ha azok nem jövedelmezőek.

"Nyilván van olyan zenekar, aki nagyon jól tudja, hogy működik egy vidéki klub, és a mai napig eljön úgy, hogy kevesebb nyereséget tud itt produkálni, mint egy nagyobb helyen, de fontosnak tartja egyfelől a klubok életben tartását, másfelől pedig látja azt, hogy a hosszú távú fennmaradásuk érdekében fontos, hogy közvetlenül találkozhassanak az ország minden pontján a közönségükkel." (Vidéki klubvezető)

Egy másik szakmai kihívás, hogy - főleg vidéken - nagyon nehéz a szakmai személyzet pótlása.

"A hangtechnikai felelősrünk szintén itt van velünk tíz éve már, ő felel azért, hogy minden úgy szólaljon meg, ahogy kell, de nyilván ő maga egyedül nem elég ahhoz, hogy megszólaltassa a koncerteket. A mellé keresendő technikai személyzet nagyon-nagyon nagy kihívás." (Vidéki klubvezető)

E nehézség áthidalása érdekében a klubok magukra vállalják a fiatalok betanítását, ami egyrészt plusz pénz, idő és erőforrás, másrészt egyáltalán nem biztos, hogy megtérül a befektetett energia, ha nem marad hosszú távon az intézményben a kiképzett kollega.

"Próbálunk fiatalokat betanítani, van egy olyan kollégánk, aki most kezdett nálunk, és soha nem volt még a szakma közelében, nincs is ilyen végzettsége, viszont nagyon fogékony és nagyon jó füle, hallása és látása van a zenére. Sokszor csinálunk ilyet, hogy megpróbáljuk mi magunk betanítani, beletesszük a munkát, aztán meglátjuk, hogy sül el." (Vidéki klubvezető)

Finanszírozási kihívások

Kézenfekvő lenne az intézmények számára, hogy minél jobban kiaknázzák a pályázati lehetőségeket, azonban főleg a könnyűzenei profilú kluboknak az egyetlen mentsvár az NKA-támogatás, amiért kifejezetten hálásak. Más pályázatokon vagy a jogi forma (pl. alapítvány) vagy pedig a szűk szolgáltatási portfólió miatt nem tudnak pályázni.

Azok a klubok, amelyeknek van más jellegű profiljuk is, például könnyűzenei oktatás, szoktak élni a pályázati lehetőségekkel.

A művelődési házak jellemzően több pályázaton indulnak, azonban az infrastrukturálisan elmaradt intézmények számára a pályázati pénzekből nem sikerül fejleszteniük az intézményt.

"Pályázati lehetőségeink vannak, de kevés a pénz és hiába pályázik az ember egy megfelelő összegre, amiből így egy egész évet meg tudna tervezni és fenntartani, annak általában a negyedét, ha meg tudjuk valósítani." (Vidéki művelődési ház vezető)

"Sajnos leszűkültek a pályázati források is, volt két telephelyünk, de az egyiket be kellett zárni." (Fővárosi művelődési ház vezető)

Finanszírozási szempontból két másik tényezőt is kiemeltek az interjúalanyok: a magas ÁFA-kötelezettséget, illetve a magas Artisjus-díjfizetést.

A 27%-os ÁFA-kulcs kétélű dolog, mert ha alacsonyabb lenne, akkor a bevétel mértéke is csökkenne. Ugyanakkor a közbeszéd tárgyául már évek óta szolgáló 5%-os adókulcs fel tudná lendíteni a könnyűzenei rendezvényszektor, hiszen akkor a jegybevétel és fogyasztás során is több pénz maradna a - főleg a nehézségekkel küszködő vidéki - kluboknál, művelődési házaknál.

"Ami egy örökzöld sláger, és abszolút jogos, ez a 27%-os áfa, ami nagyon megnehezíti a működésünket, és ami nemzetközi szinten megfigyelhető, hogy egyszerűen nem hiszik el külföldi menedzserek, hogy tényleg 27%-os a kulturális áfa." (Fővárosi klubvezető)

Az Artisjus-díjfizetési kötelezettség mind adminisztrációs, mind pedig anyagi szinten hátrányt jelent a helyszínek számára. Az interjúalanyok elmondása alapján nagyon nehéz mérni is a nézőszámot, illetve sok esetben indokolatlan, hogy egy 20 fős rendezvény után is ugyanúgy fennáll a fizetési kötelezettség, mint egy 1500 fős rendezvény után. A vidéki klubok számára nagy segítség lenne, ha ez a teher megszűnne számukra.

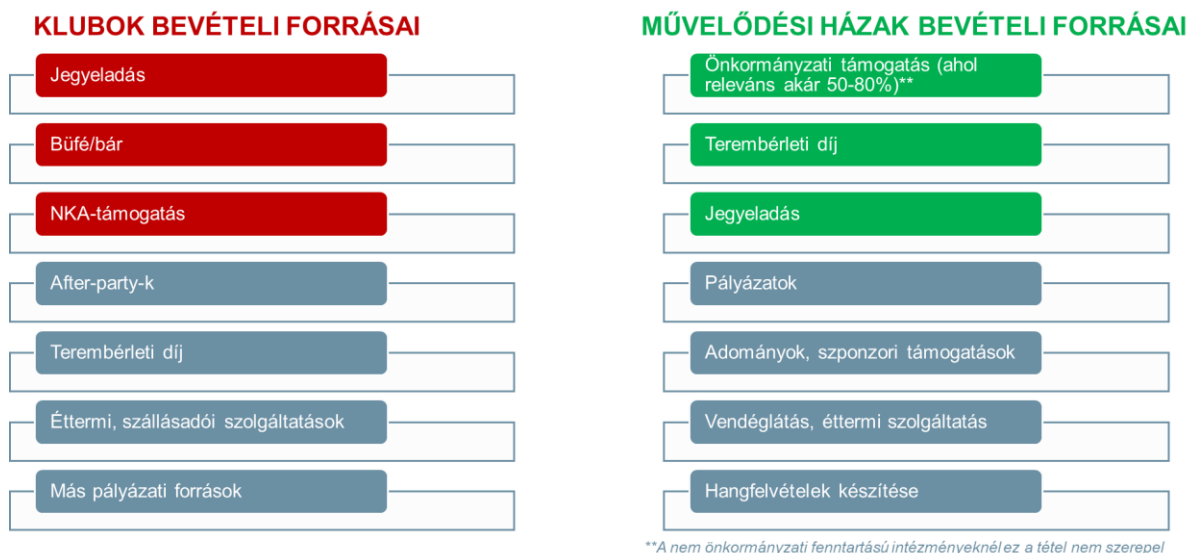
"Ami nekem egy iszonyatosan zavaró és érthetetlen dolog, hogy egy Zeppelin tribute után az Artisjus miatt kér tőlünk bármit." (Fővárosi klubvezető)

Összefoglalva, bár az intézmények változatos stratégiákkal rendelkeznek arra vonatkozóan, hogy a fentebb ismertetett nehézségeket áthidalják, a vidék-főváros viszonylatában a vidéki intézmények hátrányban vannak. A fővárosban magasabbak a bérék, mégis a csökkenő látogatói és fogyasztói hajlandóság a fővárosi helyszínek esetében is problémát okoz. Több olyan próbálkozás van, mint például a műsorkínálat változtatása, újítása, azonban főleg a kis helyszínek a fővárosban is támogatásra szorulnak. A nagyobb, rendezvényhelyszíneként (is) működő klubok azonban, a magasabb látogatói szám és a helyszínbérleti díjak miatt valamivel jobb helyzetben vannak. Kiemelkedő annak az intézménynek a példája, amelyik a belvárosban, nagyon jó lokáción, diverz tevékenységet folytatva megfelelő bevételt tud generálni. Annak ellenére, hogy nagyon specifikus (jazz, blues, könnyűzene) zenei ízlésre fókuszálnak, mégis a helyszínbérbeadási, kiadói, éttermi szolgáltatásuk révén profitábilisan tudják folytatni tevékenységüket.

3.3. Fenntartási stratégiák és finanszírozás

Kutatásunk során eltérés mutatkozott a fenntartási stratégiákat illetően a klubok, illetve a művelődési házak között.

6. ÁBRA: A KLUBOK ÉS MŰVELŐDÉSI HÁZAK BEVÉTELI FORRÁSAI



Forrás: Századvég

Elsősorban a vidéki **klubok** „törzsbevétele” a jegyeladás, a büfé/bár, illetve az NKA-támogatás képezi. Ezt a bevételi összeget növelik a klubok akkor, ha kiegészítő tevékenységet is végeznek: például zeneiskolát működtetnek, az előzenei koncertet követően after-party-t szerveznek, terembérleti díjat szednek, vagy más kiegészítő támogatást kapnak egyéb pályázati forrásokból, esetleg az önkormányzat épületében működnek. A fővárosi klubok nagy

része koncerthelyszíneként (is) működik, ami egyúttal azt jelenti, hogy ezeknek a helyszíneknek a helyszínbérlésből is származik bevétele.

A befogadó kapacitás meghatározónak bizonyult, ugyanis a vidéki klubok nagy részében 150-400 fő a befogadóképesség, ami jelentősen meghatározza a jegybevételekből befolyó összeg mértékét is. Interjúalanyaink elmondása alapján a jegybevételek 80%-a a zenekart illeti meg, kiegészítve az NKA támogatás egy részével. A fennmaradó 20% nagy része elmegy az olyan „kötelező” kiadásokra, mint rezsi, engedélyek, Artisjus. Ami egyúttal azt is eredményezi, hogy az élőzenei rendezvények szervezése akkor éri meg a klubnak, ha valamilyen más tevékenységek révén megfelelő bevételt tudnak generálni. Ilyen bevételgeneráló tevékenység a büfé/bár működtetése, azonban a lecsökkent fogyasztó kedv-, és az ezzel párhuzamosan egyre jobban emelkedő beszállítói árak miatt nehezen lehet elérni megfelelő profitot.

"A bérleti díjunkt tekintve koncerteknél az önköltséget sem tudjuk elkérni a szervezőktől, egyszerűen nem lennének piacképesek, tehát minden egyes működésünknek szinte minden részét az italbevételeinkből tudjuk finanszírozni." (Fővárosi klubvezető)

Ráadásul erősen korlátozó tényező az is, hogy a klubélet jellemzően hétfégi „műfaj”, vagyis hétköznap kevésbé szívesen járnak az emberek élőzenei koncertekre. Bizonyos koncerthelyszíneken hétköznapi műsorok is előfordulnak, de a kisebb klubok csak próbálkoznak hétköznapi eseményekkel, koncertekkel. Egy másik korlátozó tényező, hogy a jegyárak optimális szinten tartása miatt a klubok „olcsóbb” zenekarokat hívnak, ami alacsonyabb nézőszámmal jár, elindítva ezzel az alacsonyabb bevétel ördögi körét.

"Most arra álltunk rá, hogy nálunk a legolcsóbb jegyár 2500-3500 forint. Viszont a nagyobb koncerteken már jellemző a 4500-5000 forintos jegyár is, de volt olyan koncert, ahol 6000-7000 forintos jegyár volt." (Vidéki klubvezető)

Ezt az általános helyzetet ellensúlyozandó a klubok egyéb, profiljukhoz kevésbé illő tevékenységet kénytelenek folytatni.

"Alapvetően önállóan csak az élőzenéből egy ekkora klubot nem lehetne eltartani. Ha az éjszakai after-party-k és diszkók nem lennének látogatottak, akkor nem tudnánk koncerteket csinálni." (Vidéki klubvezető)

A (jellemzően) fővárosi, nagyobb befogadóképességgel rendelkező koncerthelyszínek esetében valószínűleg a jegyeladásból származó bevétel is része tud lenni a profitnak.

A klubok bevételeire a fentieken túl az is jellemző, hogy vállalati szponzorációval nem tudnak kalkulálni. Ritka esetben előfordul, hogy az önkormányzat részéről kapnak némi támogatást, de ez is a járványügyi lezárások alatt volt jellemzőbb, főleg az olyan helyen, ahol a klub az önkormányzat épületében működött. Olyan, informálisnak tekinthető támogatások ritkán előfordulnak, hogy egy klub menedzsment környezetében van egy olyan vállalkozás, amely szívésségből elvégez javítási, karbantartási munkákat a klubban.

"A szponzoráció teljesen megszűnt, mint létező formátum, legalábbis itt ebben a régióban ez nem annyira működik. Nyilvánvalóan van egy pár italos partnerünk, akik segítenek abban, hogy jó áron tudjuk adni a keresett italokat, de az a fajta szponzoráció, ami mondjuk régen működött, hogy támogatják a klubot x összegű szponzorációs megjelenésre, az nem nagyon működik." (Vidéki klubvezető)

A pályázati támogatások kézenfekvőek lennének, de ebből a szempontból, szintén a vidéki vagy kisebb rendezvényhelyszínek vannak hátrányban.

"A legnagyobb probléma szerintem az, hogy nem ugyanolyan esélyekkel indulunk. Mi állandó támogatás nélkül pályáztatunk, meg van ez az néha, és nem azt mondom, hogy semmit nem kapunk soha, de állandó

támogatásban még nem volt részünk. Szerintem enélkül kiszámíthatatlan a rendszer, és így az államilag támogatott intézmények, mint például a MÜPA vagy a Magyar Zene Háza sokkal nagyobb eséllyel indulnak, amikor egy turnézó zenekarnak ajánlatot kell tenni. Mondanom sem kell, hogy az esetek nagy százalékában elviszik előlünk ezeket a bookingokat. "
(Fővárosi klubvezető)

Ugyanakkor volt arra is példa az interjúalanyainknál, hogy egy nagyobb, jelentősebb pályázaton elnyert összeg hosszabb távon segítette a klubhelyszín boldogulását.

"Minden pályázaton indulunk, amin csak lehet. Van egy elég jelentős nemzetközi pályázatunk is már tíz éve, amiben elég jól elvagyunk. Vannak kisebb, apró-cseprő pályázatok is - amit csak kiírnak, mindenben elindulunk, amin tudunk. "
(Fővárosi klubvezető)

A klubokhoz képest a **művelődési házak** jelentős része állami intézmény, így a működésük sokkal stabilabb lábakon áll. Míg a klubok erőteljesen ki vannak téve a piaci körülményeknek, a művelődési házak bevételeinek 50%-át, 60%-át, vagy akár 80%-át is fedezheti az önkormányzat. Mivel ezek az intézmények egészen más kihívásokkal néznek szembe (mint például a lokális közönség bevonása), így a bevételi forrásaik összetétele is más jellegű. Az általunk megkeresett művelődési házak nagy része terembérlétekből, könyvtári bevételből egészítette ki az önkormányzati támogatást. Volt olyan művelődési ház, amely éttermet is működtetett vagy egyéb vállalkozói tevékenységet folytatott.

"Nálunk az a modell van, hogy hozzánk tartoznak a kiállítóhelyek, illetve üzemeltetünk szabadtéren egy vendéglátóhelyet, ahonnan szintén jön bevétel. "
(Vidéki művelődési ház vezető)

"Ideális esetben is volt már, hogy kevesebb volt, mint a fele, olyan is volt, hogy kicsivel több [az önkormányzati támogatás], tehát durván a felét kell nekünk más pályázati forrásokból, illetve vállalkozási tevékenységből és működésből, szakmai bevételekből hozni. "
(Fővárosi művelődési ház vezető)

Egy megkérdezett piaci alapon működő művelődési ház ugyan nem kap önkormányzati támogatást, de saját épületben folytat sokoldalú tevékenységet, így a bevételi forrásai is sokoldalúak.

Általánosságban a sokoldalúbb tevékenységeiknek köszönhetően a művelődési házak jellemzően többet is pályáznak, de esetükben az adományok és szponzoráció is bevételt növelő összegek, igaz, az utóbbi kettő kis összegekből tevődik össze.

Konkrét **bevételnövelő stratégiával** az intézmények jellemzően nem rendelkeztek. Mind a klubok, mind a művelődési házak organikusan fejlődnek, igazodva az aktuális kihívásokhoz. Bár jó áthidaló megoldások születtek, mint például a **klub** esetében az after-party műfaja, vagy a szerdai koncert megvalósítása, ezek jellemzően „tűzoltás-szerűek”. Koncepciók átalakításokat nem tapasztaltunk az általunk vizsgált klubok és művelődési házak esetében.

"A nagy kihívás az, hogy matematikailag jól fel tudjunk tartani egy ekkora helyet. Ehhez kell az, hogy a koncert után, aminek vége van nálunk mindig fél 12-kor, hajnal 4-ig még tudjon működni a hely diszkóként vagy éjszakai zenés-táncos helyként, amikor meg tudunk szólítani egy másik közönségréteget, akik nem feltétlenül a koncertre járó közönség, hanem kimondottan az éjszakai buliba jönnek. Ahhoz, hogy életben tudjunk maradni, fontos, hogy egy este alatt két külön közönségréteget be tudjunk engedni, két külön belépőjeggyel. "
(Vidéki klubvezető)

Volt olyan klub, amely az aluljövedelmező induló zenekari fellépéseket „tömbösítette”, ezáltal tudta javítani a bevételi eredményeit.

"A helyi meg a környékbeli fiatal zenekaroknak adunk lehetőséget, ami nyilván anyagilag nem megtérülő dolog általában, viszont rengeteg zenekar van, akiknek nincs lehetőségük fellépni sehol itt a környéken. Őket mindig beengedjük, hogy csináljanak maguknak koncerteket, akár úgy, hogy 2-3 fiatal zenekar összeáll, és akkor csinálnak egy minifesztivált" (Vidéki klubvezető)

Arra is láttunk példát, amikor egy szabadtéri helyszín létesítésével meghosszabbították a nyitvatartást.

"Változtattunk a klub profilján úgy, hogy például a nyári időszakban is tudjunk koncerteket szervezni. Létrehoztunk egy szabadtéri helyszínt is a klub udvarában, ami befektetést igényelt a részünkről, mert át kellett alakítani a teret, ahhoz, hogy meg tudjuk valósítani." (Vidéki klubvezető)

Ezeken kívül a helyszínbérlés az, ami megoldást tudott nyújtani a kluboknak a bevételük növelésében.

"Ki lehet bérelni a különböző helyiségeinket, leginkább az éttermet bérlik ki. Vannak azért konferenciák is, de tulajdonképpen az összes programnak az 5 százalékánál nem több a rendezvény." (Fővárosi klubvezető)

Bevételnövelő stratégiák tekintetében azt tapasztaltuk, hogy a **művelődési házak** esetében gyakoribb a termék hasznosítása, jobban tudnak élni a termék bérlésével, valószínűleg azért, mert könnyebben összeegyeztethető az intézményben folyó egyéb tevékenységekkel. Volt olyan művelődési ház, amely kifejezetten irodai munkára adta ki termeit.

"Itt is próbálunk olyan bérleti árakat kialakítani, ami hosszú távú együttműködésre tud irányulni." (Vidéki művelődési ház vezető)

Azonban a művelődési házak esetében a közönség bevonása okozza a legnagyobb fejfájást. Ott, ahol egy jó marketing csapattal meg tudták oldani az intenzívebb promóciót, nagyobb látogatói számot értek el.

"Lett egy nagyon jó marketing csapatunk, így sokkal összeszedettebb, jobban fölépített marketingstratégiával dolgozunk." (Vidéki művelődési ház vezető)

Összesítve azt láthatjuk, hogy a jelenlegi megoldások csupán az intézmények alkalmazkodóképességét szolgálják, az olyan hosszú távú, koncepciószerű megoldások, amelyek az egyre növekvő költségeket és az egyre csökkenő klub-, művelődési ház látogatottságot kezelni tudná, még váratnak magukra.

7. ÁBRA: BEVÉTELNÖVELŐ STRATÉGIÁK A KLUBOK ÉS MŰVELŐDÉSI HÁZAK ESETÉBEN



Forrás: Századvég

3.4. Támogatási lehetőségek és külső segítség

A támogatási lehetőségeket illetően a klubok hátrányban vannak a művelődési házakhoz képest. A **klubok** jellemzően nem kapnak önkormányzati támogatást, esetükben szponzoráció sem jellemző, így az egyetlen támogatási forrás, amire hagyatkozni tudnak, az a pályázatokból származik.

"Néha van egy-egy kisebb támogató, aki egy-egy alkalommal, egy-egy kisebb összeggel megtámogat bennünket, de nem ez a jellemző. Inkább olyanok vannak, akik mondjuk munkával vagy pénzbeli támogatással segítenek. Például, ha meg kell javítani vagy fel kell újítani, akkor ezt díjmentesen megcsinálják." (Vidéki klubvezető)

A pályázati lehetőségek közül kifejezetten klubtevékenységet érintő pályázati forrás egyedül az NKA Hangfoglaló támogatása. A vidéki klubok esetében többen is hangsúlyozták, hogy az NKA-támogatás nélkül valószínűleg már bezártak volna.

"Igazából egyféle támogatásunk van, a Hangfoglaló pályázatok, amiket most már nagyjából a kezdetektől mindig beadunk, és szerencsére általában meg is kapjuk a támogatást." (Vidéki klubvezető)

Ez a támogatás az, amelyik katalizálni tudja olyan mértékben a klubtevékenységet, hogy néha el tudnak hívni egy-egy ismertebb zenekart is, aminek köszönhetően telt házas bulikat tudnak szervezni. Ezen a lehetőségen kívül csupán az egyik klub említette, hogy nekik van egy közös pályázatuk egy nagyobb piaci szereplővel.

A klubokkal szemben a **művelődési házak** jelentős mértékben támaszkodnak az önkormányzati támogatásokra. Azok az intézmények, amelyek nem önkormányzati fenntartásúak, már sokkal nehezebben boldogulnak finanszírozási forrasszerzés szempontjából.

Egy másik különbség a klubokhoz képest, hogy a művelődési házak olyan, nem zenei profilú szakmai köröknek is részei lehetnek, amelyek támogatni tudják az intézményt.

"Szakmailag több szövetségben, műhelyben vagyunk benne, ami mindenképpen ad nekünk támogatást. Kiemelve a Nemzeti Művelődési Intézetet, akivel jó a partnerségünk. (...) Részt veszünk a Kulturális Központok Országos Szövetségében és a Magyar Fesztiválszövetségben, illetve megjelenünk a különböző konferenciáikon, szakmai napjaikon, ahol azért kapunk támogatást és mentorálást. (...) Ha kifejezetten az élőzenei területet nézzük, akkor ott annyira nincsenek kapcsolataink, mert az elmúlt években ez teljesen elhalt a városunkban sajnos. Emiatt itt mindenképpen nyitottak lennénk bármilyen szakmai tanácsadásra vagy fórumokon való részvételre." (Vidéki művelődési ház vezető)

"Pályázni az NKA-hoz, az MMA-hoz a Csoóri Sándor Alaphoz szoktunk." (Fővárosi művelődési ház vezető)

A művelődési házak jellemzően könnyebben is tudnak nyitni a helyi vállalkozók felé, legalábbis próbálkozás szintjén.

"Próbálunk egy támogatói kört kialakítani, és éppen most az önkormányzat is összehívott egy kerületi vállalkozói fórumot, ahol bemutatkozott az intézmény és összeállítottunk egy olyan programcsomagot, amiben bemutatjuk, hogy milyen terembérleti lehetőségek vannak, vagy milyen rendezvényeink vannak, melyeket tudnának esetleg támogatni. Lényegében próbáljuk kialakítani a mecénás réteget." (Fővárosi művelődési ház vezető)

8. ÁBRA: AZ EMLÍTETT PÁLYÁZATI, KÜLSŐ TÁMOGATÁSI FORRÁSOK



Forrás: Századvég; a szürke betűsín az élőzenétől eltérő támogatási formákat jelöli.

3.5. Látogatottság és regionális különbségek

Általános problémának bizonyult mind a klubok, mind pedig a művelődési házak esetében a látogatók számának csökkenése a járványhelyzet társadalmi lezárásait követően.

"Elég jó promóciósaink vannak, de mégis nehéz eldönteni, hogy miért van ilyen recesszió a közönségszámban, hogy miért nem működik valami, ami mindig működött." (Fővárosi klubvezető)

Az intézmények jellemzően sok energiát fordítanak arra, hogy programjaikról minél nagyobb potenciális közönség értesüljön.

A célközönség elérése

A reklámtevékenység legnépszerűbb helyszíne a közösségi média: Facebook, Instagram, TikTok. A klubok jellemzően minden eseményt fizetett hirdetésként reklámoznak a közösségi médiában. A klasszikus hirdetések (hírlevelek, plakátok, sajtóhirdetések, citylight) már kezdenek visszaszorulni, bár sokan még élnek ezekkel a lehetőségekkel is.

„A klasszikus plakátozás például, mint promóció, már nagyon minimális. Van még egy-két fellépő, akik megkérnek, hogy plakátoljuk ki a városba, küldenek fizikai plakátot, de ez már nagyon nem jellemző.” (Vidéki klubvezető)

„A helyi vagy a környékbeli elektronikus írott sajtóban is igyekszünk megjelenni. Főleg a helyi sajtóval van jó kapcsolat, és akkor ők azért szokták a programjainkat promotálni, néha utólag is írni róluk, és így benne vagyunk a helyi körforgásban.” (Vidéki klubvezető)

„Van a helyi rádióval együttműködésünk, ők minden programunkat be szokták mondani. Nyereményjátékok is vannak különböző jegyekre, illetve vannak rádiószpotok is, amiket az egyes eseményeinkre készítenek.” (Vidéki művelődési ház vezető)

A közösségi médiában való megjelenés olyan szempontból is fontos az intézmények számára, hogy ott figyelni tudják a követők számát, a reakciók mennyiségét és minőségét. Volt olyan fővárosi kisklub, amely 6 ezerről 10 ezerre tudta növelni az elmúlt években a követői számát, igaz, hogy esetükben körülbelül ezer tag lemorzsolódott, de így is szinte megduplázták követőik számát.

Az interjúalanyok elmondása alapján a klubközönség már nem feltétlenül lojális, vagyis nem annyira a klubhelyszínhez, inkább adott programokhoz, fellépőkhöz kötődnek. A klubvezetők elmondása alapján a legtöbb esetben a zenekar vonzza be a saját rajongótáborát, így ismertebb zenekarok esetében már jellemzően nagyobb távolságokat is hajlandóak megtenni a látogatók a fellépés megtekintése érdekében. A klubvezetők közül többen is felismerték ezt, így némelyik esetben a programszervezők már eleve a zenekarokkal közösen promotálják a programokat.

„A mostani programszervezőnk nagyon ügyes ebben, ő együttműködik a zenekarokkal. Ha például megcsináljuk az adott koncert eseményét Facebookon, megadja a fellépőket adminnak, hogy ők kezdjenek el kommentelni az esemény alá, mert az sokkal több látogatót tud bevonni.” (Fővárosi klubvezető)

A célközönség tekintetében a **művelődési házak** más jellegű látogatókkal rendelkeznek. A művelődési házak rendszeres látogatói nagyobb részében 40 év felettiek, de sokszor a nyugdíjas korosztály képezi a törzslátogatókat, tehát a programkínálat legtöbbször e korosztályok igényeihez igazodik. A fiatalok aktivizálása nagyon fontos lenne a művelődési házak esetében, azonban belső erőforrásból sokszor nem boldogulnak a kifejezetten nekik szóló promóciós tartalmakkal.

„Amiben nem vagyunk ütőképesek, de ez talán általánosságban igaz a közművelődési intézményekre, ez a fiataloknak szóló felületek kezelése. Mondjuk egy TikTok videót mi nem tudunk jól gyártani. Én azt gondolom, hogy ez egy speciális műfaj, mert hát mi is tudunk csinálni egy 10-15 másodperces kis videót, csak nem tudjuk úgy megcsinálni, hogy a fiatalok számára is figyelemfelkeltő és jó legyen.” (Fővárosi művelődési ház vezető)

"Igénybe szoktuk venni kommunikációs szakértő segítségét körülbelül fél évente: leülünk vele és átbeszéljük az online médiába készülő tartalmainkat, hogy milyen irányban fejlesszük, vagy megfelelőek-e a Facebook oldalaink, a TikTok-csatornánk és az Instagramunk." (Fővárosi művelődési ház vezető)

A célközönség megtartása

A célközönség megtartása szintén erőfeszítést igényel az intézményvezetők részéről. A „fiatal” klubok esetében nem alakult ki állandó látogatói réteg, vagyis olyan látogatói kör, amely rendszeresen, a helyszín miatt látogatna a klubba. A több éve fennálló klubok esetében pedig lemorzsolódnak a látogatói kör, számukra is kihívás új vendégeket bevonítani, így a programkínálat színesítésével próbálkoznak.

"A közönséget úgy tudjuk megtartani, ha olyan rendezvényeket tudunk idehozni, amik őket aktuálisan érdeklik. Azt szoktuk mondani, hogy hiába csinálunk akciót, vagy bármilyen szuper dolgot: ha nincs olyan zenekar vagy fellépő, aki behozza az embereket, igazából felesleges az egész." (Vidéki klubvezető)

"Van 15-16 ezer követőnk a Facebookon, őket el tudjuk érni. De leginkább az a fontos, hogy olyan kínálatot biztosítsunk, ami fenntartja a klub iránti folyamatos lojalitást." (Fővárosi klubvezető)

Egyes klubok a nyereményjátékban, mások a szolgáltatás minőségének fejlesztésében látják a közönség megtartóerejét.

"Folyamatosan javítjuk a szolgáltatás minőségét. Fontos számunkra, hogy közönségbarát helyszín legyünk, hogy például a biztonsági szolgálatunk a topon legyen." (Fővárosi klubvezető)

Összességében azt tapasztaltuk, hogy a klubok programszervezésének hátterében minden esetben a látogatói elégedettség elérése áll, illetve a közönség megnyerése és megtartása.

"Nálunk 2005 óta egy 20 éves építkezés zajlik a tekintetben, hogy mi az a kínálat, ami megtalálja a közönségét. Tehát van egy lojális közönségünk, és az nagyon erős kötelék, hogy kifejezetten a zenekarok és a műfajok iránt lojális közönség jár hozzánk." (Fővárosi klubvezető)

Az állami fenntartású művelődési házak esetében más a helyzet: az állandó látogatói kör jellemzően már kialakult, ezért a művelődési házak inkább arra törekednek, hogy az állandó látogatók igényeit elégítsék ki különböző programokkal. Új látogatók bevonására ők is törekednek, azonban a művelődési házakból hiányzó fiatal generáció elérésével kapcsolatban nehézségeik vannak.

A piaci alapon működő művelődési házaknál azonban hasonló tudatos építkezést tapasztaltunk, mint a klubok esetében. Egy ilyen fővárosi művelődési ház vezetője rendkívül elkötelezett látogatói körrel számolt be, és körülbelül 30%-os bérletes közönségről.

"Akik ide járnak, rendkívül elkötelezettek." (Fővárosi művelődési ház vezető)

Partnerségek a látogatószám növelése érdekében

Bár informálisan a **klubok** figyelik egymás programkínálatát, sok esetben jó viszonyban is vannak egymással a klubvezetők, azonban formális kollaborációk nem jellemzőek. A klubvezetők elmondása alapján az ilyen együttműködések létrejötte nem a klub-partneri viszonyokon múlik, hanem a zenekari menedzsmenteken, hogy jól össze vannak-e hangolva a zenekarok fellépései. Ha egy kézben lenne több klub, akkor talán azt el lehet érni, hogy a

zenekar minden helyszínen megjelenjen, de amíg ez nincs így, addig a menedzsmentek szervezik a zenekarok fellépéseit.

"Ilyen nem hivatalos együttműködés az, hogy ismerjük egymást több klubüzemeltetővel, fesztiválszervezővel, vagy művelődési központtal, és akkor velük is szoktunk eszmét cserélni az aktuális dolgokról." (Vidéki klubvezető)

Más jellegű együttműködések például rádiókkal, önkormányzattal, kollaborációk köznevelési intézményekkel előfordulnak.

"Visszatérő programok vannak, akár rádiókkal közösen, de iskolák is nagyon sokat jönnek hozzánk, akiknek bemutatjuk a klubot." (Fővárosi klubvezető)

"Nincs egy fix intézménnyel szerződésünk, de nagyon sok ilyen vidéki vagy budapesti általános iskolából, vagy gimnáziumból keresnek meg minket azzal, hogy megmutatnák a gyermekeknek, hogy működik egy ilyen kulturális intézmény, és nagyon szívesen, teljesen ingyen és bérmentve körbe is vezetjük őket és elmondjuk nekik." (Fővárosi klubvezető)

Hasonló együttműködések a **művelődési házak**nál is előfordulnak, például kedvezményes jegyet biztosítanak egyetemi hallgatóknak. Ezen kívül olyan megállapodások vannak a helyi köznevelési intézményekkel, illetve helyi szállasadókkal, hogy plakátokat helyezhetnek ki náluk. Továbbá a partnertelepülések kapcsolatain keresztül való programismertetés is előfordult az interjúalanyok körében.

"Van egy elég jó együttműködésünk a helyi egyetemmel, több rendezvényünk is van, ami kapcsolódik hozzájuk. Ezeknél a rendezvényeknél az egyetemi hallgatóságnak például kedvezményt adunk a jegyekből." (Vidéki klubvezető)

"Szóbeli együttműködések vannak különböző oktatási intézményekkel. Például több intézményben is kihelyezhetjük a plakátjainkat, illetve majdnem mindenkire van egy-egy olyan kontaktunk, aki felel egy-egy területért, akár például a zenei világban, így ő olyan diákokat is meg tud szólítani, akik érdeklődhetnek a programjaink iránt." (Vidéki klubvezető)

Regionális különbségek a látogatók vonatkozásában

Mind a klubok, mind a művelődési házak esetében a fővárosiak előnyben vannak a vidéki intézményekkel szemben látogatószám tekintetében. Budapesten, illetve az agglomerációban eleve magasabb a lélekszám, vagyis nagyobb a merítés is, ráadásul a fővárosban jellemzően magasabbak a bérek is. A koncerthelyszínek befogadóképessége is sok esetben jóval nagyobb a vidéki klubokhoz képest.

"Vidéken kisebb a közönség, nyilvánvalóan Budapesten sokkal több embert tudnak megszólítani a klubok." (Vidéki klubvezető)

A zenekarok számára a vidéki fellépések költségesebbek, többet kell utazni és a klubok méretéből fakaan kisebb jegybevétel is várható.

"Igazából ez ott látszik, hogy sok zenekar, aki jön hozzánk, vagy érdeklődik nálunk, mindig mondja, hogy Budapesten ebben a klubban is telt házat csinált, ott is telt házas koncertje volt, és akkor nálunk meg mondjuk csinálnak 30-40 embert, és nem értik, hogy ez miért van. Azt nagyon nehéz elmagyarázni, hogy Budapest azért egy majdnem kétmilliós piac, míg ez a település meg egy 70-75 ezres, esetleg, ha mindent hozzávesszük, 100-120

ezres, és hogy ebből a rétegből kellene kitermelni azt a közönséget, aki eljön." (Vidéki klubvezető)

A vidéki klubvezetők nehézsége abból fakad, hogy meggyőzze a zenekart, hogy kisebb közönség előtt is fellépjen, miközben nehezen tudja kitermelni a zenekar kifizetését és a gázsín felüli sokszor túlzó catering igények kielégítését is. A klubhelyszínek mérete miatt a vidéki klubok nem igazán alkalmasak arra, hogy külföldi zenekart fogadjanak.

"Az egy állandó probléma a turnézó külföldi zenekaroknál, hogy nincsen vidéken olyan klub, ahova elmehetnének játszani." (Fővárosi klubvezető)

Miközben Budapesten némelyik klub rendezvényhelyszínként működik, sokszor a zenekar fizet azért, hogy felléphessen, ez a vidéki klubok esetében sosem fordul elő, ráadásul épp a vidéki klubok esetében az a párszáz ezer forintos többlet, amit a zenekar fogyasztására kell fordítaniuk, életmentő lenne mondjuk egy meghibásodott hangfal pótlásánál.

"Tudnék több olyat is mondani, akik elég komoly sikereket értek el országosan, és mondjuk, ha eljön ide hozzánk, akkor 10-20-30-40-50 embert tud megmozdítani." (Vidéki klubvezető)

A vidéki klubok a kialakult versenyhelyzetet is húsbavágónak élik meg: ugyanazért a pénztárcáért harcolnak az éttermek, kocsmák, művelődési házak és klubok. Ráadásul a Budapesttől elérhető távolságban lévő települések klubjai a fővárosi koncerthelyszínekkel is versenyeznek: a látogatók szívesebben utaznak 30-40 percet azért, hogy nagyobb koncertélményük legyen picit magasabb áron, mintsem a vidéki kis klubban töltsék az idejüket.

"Vidékre el kell, hogy jöjjenek a zenekarok, sok-sok kilométert kell, hogy utazzanak zenekari buszokkal, bizonyos esetekben kamionnal, hogyha plusz kiegészítő vizuált, fényt, akármilyen technikát szeretnének hozni. Nyilván ez megnöveli a zenekarok költségét, ami sokszor a mi költségünket növeli, vagy a zenekarok bevételéből vesz el. Pesten kicsit könnyebb színpadra lépni, mint eljönni az ország egy másik pontjára." (Vidéki klubvezető)

Miközben a vidéki klubok a nehézségek ellenére is megőrizték klub jellegüket, Budapesten más tendencia rajzolódott ki: a klub hangulatot idéző helyszínek elveszőben vannak, a nagyobb rendezvényhelyszínek viszont kifejezetten népszerűek és ezzel párhuzamosan a klubhangulatot idéző helyek inkább kocsmaklubok műfaja irányába tolódnak el.

"Budapesten az van, hogy a kluboknak a nagy része viszonylag rövid ideig üzemel." (Fővárosi klubvezető)

"Az Akvárium, vagy az A38 azért inkább koncerthelyszín, mint klub. Ezeknél azért a klubhangulat már eltűnt." (Fővárosi klubvezető)

"A koncerthelyek egyre jobban beszűkülnek, bezugorodnak, és ami szaporodik, azok ezek a kocsmaklubok, ahol 30-40 ember előtt gitározik valaki." (Fővárosi klubvezető)

A klubokhoz hasonlóan a művelődési házak is kiemelték, hogy a menedzseri, zenekari igények a fővárosi fizetésekhez igazodnak vidéken is, ami irreális elvárások elé helyezi az intézményeket.

"A vidéki és pesti kulturális terület közötti különbségek a zenekari és produkciós oldalról jelennek meg. Sok esetben egy kalap alá veszik a menedzsmentek a vidéki klubokat a fővárosi klubokkal, mind jegyár, mind költségvetés szempontból, ami nem feltétlenül működik. Sokszor azt tapasztalom, hogy ugyanazokkal a jegyárakkal jönnének vidékre is, ami nem mindig működőképes." (Vidéki művelődési ház vezető)

Tekintve, hogy a művelődési házak programkínálata a látogatók igényeihez igazodik, az igazi konkurencia számukra nem kifejezetten a klubok, hanem az összes környéken levő szórakozóhely, beleértve a nagyobb koncerthelyszínektől a kiskocsmáig minden típusú szórakozásra alkalmas helyet.

"Az biztos, hogy a legnagyobb konkurencia ezeken a területeken a szórakozóhelyek." (Fővárosi művelődési ház vezető)

3.6. Élőzenei koncertek szervezése és fellépők

Élőzenei koncertek szervezése

Az élőzenei koncertek szervezése esetében három erős választóvonal körvonalazódott ki: a **helyszín lokációja** (vidéki vagy fővárosi helyszín), a **helyszín befogadóképessége** (kis vagy nagy helyszín), illetve a **helyszín profilja** (klub, rendezvényhelyszín vagy művelődési ház) szerint.

A közös nevező mindegyik általunk vizsgált intézményben, hogy nagy hangsúlyt fektetnek a feltörekvő, fiatal zenekarok befogadására, illetve a tehetséggondozásra. Azonban a helyszínek adottságai miatt, minden más aspektusban eltérések mutatkoznak.

Bár erős igény és törekvés van arra, hogy a **vidéki helyszínek** is telt házzal működjenek, a „húzóneveket”, nagyobb ismertséggel bíró zenekarokat ritkán tudják meghívni, jellemzően a magasabb költségek és kisebb befogadóképesség miatt. Ilyen szempontból erős igény jelentkezik a vidéki klubok részéről, hogy a zenekarok is felismerjék a vidéki klubélet fenntartásának jelentőségét, és esetlegesen kevesebb bevételért is rendszeresen látogassák a klubokat. Minél erőteljesebb az ismertebb zenekarok vidéki klubokban való jelenléte, annál jobban stabilizálódik a vidéki klubok fenntartása és működése is.

"Mostanában már csak sportcsarnokba hajlandóak elmenni játszani a zenekarok. Azért lehetne annyi lojalitás bennük, hogy nem kell minden évben, de mondjuk 5 évente csináljanak egy kisebb turnét. Ezzel szerintem saját maguknak is élményt okoznának, visszatérnének a gyökerekhez és a közönség is kapna egy exkluzív programot." (Vidéki klubvezető)

A vidéki klubok külföldi előadókat jellemzően nem is tudnak fellépésre felkérni, azonban a hazai ismertebb zenekarok hiányában már csak az alacsonyabb számú közönséget megmozgató zenekarokkal tudnak számolni, ami elindítja azt az ördögi kört, hogy nem tudják kialakítani a pezsgő klubéletet, fenntartani az érdeklődést, az egyébként is csökkenő klublátogatási tendencia mellett.

"Ha elhívunk magunkhoz mondjuk egy olyan előadót, aki Budapesten nagyon népszerű, csodálkozik, hogy milyen belépő árral dolgozunk ahhoz képest, hogy mennyien ismerik. De itt ezt veszik meg." (Vidéki klubvezető)

Vannak olyan zenekarok, amelyek valami miatt kötődnek adott klubhoz és rendszeresen fellépnek ott, felismerve azt, hogy ezzel óriási segítséget nyújtanak a vidéki klubélet számára.

"Nálunk a legtöbb zenekar már visszatérő. Hála Isten rengetegen vannak, akik már évek vagy évtizedek óta hozzánk járnak, és ők általában tudják, hogy mire számíthatnak nagyjából, hogy mekkora, milyen létszámú közönséget, és milyen belépő árat bír el a buli." (Vidéki klubvezető)

A **fővárosi kisklubok** jellemzően elég jól tudják mozgósítani mind a fellépőket, mind pedig a közönséget. Elmondásuk alapján viszonylag kevés ilyen intézmény van a fővárosban és mivel eltérő a lokációjuk és a képviselt zenei vonaluk, nem igazán konkurenciái egymásnak. A

nagyobb helyszínek már **koncerthelyszíneként** működnek, ahol rendszeresen fellépnek nagyobb hazai, illetve külföldi zenekarok is.

"Úgy építettük fel a klubot, hogy a hazai és a nemzetközi zenekarok is nagyon szívesen térnek vissza hozzánk, mert meg tudjuk nekik adni azt a minőséget és komfortot, amit egyéb helyeken nem kapnak meg." (Fővárosi klubvezető)

A művelődési házak esetében a szervezett élőzenei fellépések sokkal változatosabb zenei vonalat képviselnek, nem annyira tematikusak, mint például egy rock klub, vagy elektronikus zenére építő klub esetében. A vidéki művelődési házak nagyon kevés élőzenei fellépést szerveznek, jellemzően helyi zenekarokkal együttműködve. A fővárosiak esetében pedig vannak olyanok is, amelyeknek csak élőzenei kínálatuk van. Valószínűleg helykialakítás miatt is kevesebb az élőzenei rendezvény művelődési házakon belül, azonban ahol tudatosan erre épül a tevékenység, akár külföldi zenekarokat is tudnak szerepeltetni: az egyik piaci alapon működő művelődési ház esetében a fellépők 10%-a külföldi.

Nehézségek az élőzenei koncertek szervezésekor

Az élőzenei koncertek esetében különböző nehézségeket soroltak fel az interjúalanyok, amelyek érintették a **belső erőforráshiányt**, a **helyszín infrastrukturális adottságait**, a **zenekarokkal való együttműködést**, valamint a **magas jegyárakat**.

A belső erőforráshiány leginkább a vidéki intézményeket érintette, és olyan szervezésért felelős szakemberre, programszervezőre vonatkozott, amely a megfelelő programkínálat kialakításáért és promotálásáért felel teljes állásban. Volt olyan klub, amely jelezte, hogy ilyen szakember híján a klubvezető végzi ezt a tevékenységet, ami jelentős leterheltségét okozza az egyéb klubvezetői tevékenységek mellett. A belső erőforráshiány más klub esetében a hang- és fénytechnikai pótlásának nehézségét emelte ki:

"Fény- és hangtechnikust nagyon nehéz találni és ha találom is, akkor iszonyat mennyiségű fizetést kérnek el, tehát van, hogy egy zenész nem visz haza annyi pénzt, mint az, aki keveri a koncertet." (Fővárosi klubvezető)

A vidéki klubok infrastruktúrája egészen eltérő, ami szintén fenntartásokat okozhat a fellépni kívánó zenekarok esetében. Vannak korszerű infrastruktúrával bíró vidéki klubok, mások technikai adottságai elavultak.

A leghangsúlyosabb nehézséget azonban ezek mellett a zenekarokkal való együttműködés képezi. A vidéki klubok számára rendkívüli jelentőséggel bír, ha a zenekaroknak nincsenek irreális igényei, és a fellépés promotálásában besegítenek, illetve mozgósítják saját követői körüket. Az interjúalanyok elmondása szerint nagyon eltérő a zenekarok hozzáállása: van, aki több erőfeszítést tesz bele, és olyan is van, aki „Sziget nagyszínpad technikai igényekkel” lép fel.

"Ha a zenekar együttműködő, akkor a közönségszervezésben nincs gond. Nálunk most az utóbbi időben jól mennek a koncertek." (Fővárosi klubvezető)

Sok zenekar nem szívesen vállal vidéki klubkoncertet, illetve, ha vállalnak is, sokkal drágább a gázsí, mint régebben, mert már professzionális stábbal rendelkeznek, illetve az utazási költségeik is magasabbak, ami indokolná a magasabb jegyárakat, amelyeket viszont a vidéki közönség már nem hajlandó kifizetni.

"Ahogy látjuk, sok zenekar már nem vállal ilyenkor vidéki klubturnét, mert valószínűleg nem éri meg nekik anyagilag. Nagyon sok zenekar állt most át arra, főleg nyilván a nagyobbak, hogy csinálnak egy-két sportcsarnok koncertet a Papp László Arénában, vagy az MVM Dome-ban, meg azon

kívül egy-két nagy nyári fesztivált, és emellett már nem vállalják be a kis vidéki bulikat" (Vidéki klubvezető)

"Ugye a zenekarok is egyre nagyobb stábba járnak, tehát a négy vagy öt tagú zenekar mellé jön mindig egy hangtechnikus, fénytechnikus, sofőr, fotós, pakoló ember. Jönnek 10-en, 12-en, nyilván mindenkit ki kell fizetni, és nyilván hogyha bérelnék egy kisbuszt, amivel lejönnek Budapestről, az megint nem kis költség. Már itt számolgatnak, hogy egy vidéki koncert nem biztos, hogy megéri nekik, vagy lehet, hogy már csak olyan jegyárakkal érné meg, amit viszont a közönség már nem tud kifizetni." (Vidéki klubvezető)

Éppen ezért vannak olyan zenekarok, amelyek már nem is válaszolnak a vidéki klub megkereséseinek, tehát a vidéki klubkoncert szervezés áthelyeződik kapcsolathálózati alapra: a klubvezetők személyes ismerősei a fellépők.

"Azok az előadók, akik a fiatalokat tudják szép számban megmozgatni, akik mondjuk Budapest Parkoznak, ezek közül sajnos - egy-kettőn kívül, aki jó ismerős - nem akar eljönni hozzánk. E-mailekre nem válaszolnak, a megkereséseket nem fogadják. Tehát igazából szóba sem állnak velük. Ez az igazság." (Vidéki klubvezető)

A klub mérete is korlátozó tényező tud lenni a zenekarok számára.

"Elindult egy olyan divathullám a zenekarok körében, miszerint mindenkinek játszania kell nagy helyen, sportcsarnokokban, arénában, és aki már egyszer ennek a közelébe került, az nem szívesen tér vissza klubba. (...) Akik ekkora helyen játszanak, azok már nem fognak visszajönni egy 400 fős vidéki klubba." (Vidéki klubvezető)

A budapesti fellépések esetében pedig éppen azt hangsúlyozták az interjúalanyok, hogy a zenekarok hajlamosak túlvállalni magukat.

"Amit látok az az, hogy bizonyos zenekarok nem tartják be azt a szabályt, hogy kellő időt hagyjanak két koncert között. Az egy komoly gond, hogy ha van egy hasonló klubkoncertje mondjuk az Akváriumban valakinek, és utána egy hét múlva fellép nálunk, akkor kevesebben fognak jönni." (Fővárosi klubvezető)

A zenekarok minősége, illetve a menedzserek kiszámíthatatlansága is felmerült problémaként.

"Amit még ilyen problémának látok, hogy kevés az új magyar feltörekvő, minőségi zenekar. Régebben -10 évvel ezelőtről beszélek -, rendszeresen jelentkeztek olyanok, akiknek volt 100-150 fős közönsége. Most már ilyen nincsen. Van olyan, amikor alapvetően egy jól működő zenekar - ez azt jelenti, hogy összhangzatban, kreativitásban, zenei stílusban hozzánk maximálisan illeszkedő zenekar - koncertjére eljön 20 ember. Tehát nincsen meg az a menedzsment, amire szükség lenne." (Fővárosi klubvezető)

"Amikor van egy menedzser, akinek mondjuk több zenekara van, nehezen lehet vele együttműködni, mert valamit mond valakinek, utána pedig egy másiknak teljesen mást." (Fővárosi klubvezető)

A magas jegyárak vonatkozásában azt hangsúlyozták az interjúalanyok, hogy a fogyasztók változatlan költségvetési korlátja mellett a jegyáraknak köszönhetően kevesebbet költenek a látogatók italfogyasztásra.

"A jegyek ára nagy mértékben ment fel, és ezen nem segít az ÁFA és a jogdíjaknak a mértéke sem. Ez általában a jegyvásárlók pénztárcájában

érződik meg. A három évvel ezelőtti 6000 forintos jegyet most 9000 forintért veszi meg, így viszont a klubban ennyivel kevesebb italt tud vásárolni, és ez meg már a klubnak lesz mínusz." (Fővárosi klubvezető)

"A legnagyobb nehézség nyilván az, hogy nem vettek elegendő jegyet, viszont van egy költségvetés, amiből látszik, hogy hány eladott jegy kéne, hogy legyen és hogyha ez nincs meg, akkor már eleve mínuszból indulunk." (Fővárosi klubvezető)

A művelődési házak is hasonló nehézségekbe ütköznek a jegyárak, illetve a zenekari díjak kapcsán.

"Értelemszerűen a gázsi a mi oldalunkról mindig nehéz, hiszen nem tudjuk kitermelni és azt is hozzá kell tenni, hogy nem is tudunk telt házzal sokszor üzemelni." (Fővárosi művelődési ház vezető)

Az alábbi ábrán összesítjük az élőzenei koncertek szervezésével kapcsolatos nehézségeket.

9. ÁBRA: AZ ÉLŐZENEI FELLÉPÉSEK BELSŐ (INTÉZMÉNYI) ÉS KÜLSŐ (ZENEKARI) NEHÉZSÉGEI



Forrás: Századvég

3.7. NKA-támogatások szerepe

Támogatás megítélése

Az általunk megkérdezett interjúalanyok nagy része rendszeresen pályázik NKA támogatásra. Az intézmények jelentős része számára - főleg a vidékiek esetében - a klubbátogatási pályázat kulcsfontosságú, és nagyon örülnek annak, hogy létezik ez a lehetőség. E támogatás némelyik vidéki intézmény részére életmentő: enélkül az élőzenei profilt nem biztos, hogy fent tudják tartani.

"Jelen pillanatban a klub élőzenei profilját ez a támogatás tudja életben tartani." (Vidéki klubvezető)

A klubbátogatás nagy előnye, hogy az anyagi nehézségekkel küzdő helyszínek is meg tudnak hívni ismertebb előadókat, és tekintve, hogy a finanszírozás 10-12 koncert támogatását teszi lehetővé, átlagosan havi egy nagyobb koncertet meg tudnak valósítani a segítségével.

"A Hangfogláló egy dolog miatt jó: hogy olyan zenekarokat is biztosan ide tudok hívni, akiket egyébként nem hívnék ide." (Fővárosi klubvezető)

Az élőzenei rendezvényekre irányuló támogatást a művelődési házak is díjazzák:

"Főleg azért örültünk ennek a pályázatnak, mert így a nem annyira ismert előadókat is el tudjuk hívni. Szerintem ez a pályázat inkább azoknak jó, akik például klubot üzemeltetnek, és eleve be van tervezve a költségvetésükbe." (Fővárosi művelődési ház vezető)

Kiemelten hangsúlyozva azt, hogy milyen nagy segítséget jelent ez a támogatás, az interjúalanyok arról számoltak be, hogy az adminisztrációs/elszámolási felület bonyolult, illetve a támogatási összeg felhasználási lehetőségei merevek. Ráadásul a zenekarok némileg visszaélnek a támogatással: többségük ismeri ezt a támogatási formát, és már eleve úgy veszik fel a telefont, hogy van-e NKA-támogatása a klubnak, így igényt is tartanak a rájuk eső részre, a kapu 80%-a mellett. Egyes interjúalanyok jelezték, hogy a támogatás nemcsak a fellépők támogatására, hanem belső fejlesztésre is felhasználható, más interjúalanyok nem tudtak a szabadabb felhasználási lehetőségekről. Akik nem értesültek a megváltozott feltételekről, éppen azt emelték ki, hogy nagy igényük lenne arra, hogy a zenekari költségeken kívül is felhasználhassák a támogatást.

"Nagyon dicséretes változás, hogy az NKA klubbátogatás egy része felhasználható klubfejlesztésre, ezt évek óta szerettük volna. Az érdemi segítség az, hogyha ebből a pályázati pénzből nemcsak a zenekarokat, hanem saját magunk fejlesztését is tudjuk támogatni, és ma már ezt meg tudjuk tenni a klubbátogatásos pénzből, ez nagyon-nagyon jó." (Vidéki klubvezető)

A támogatás felhasználásának legjellemzőbb formája az volt, hogy az összeg nagyon nagy részét, akár 95 vagy annál nagyobb százalékát zenekarokra, a maradék pár százalékot reklámra költik.

Javaslatok

A támogatásokkal kapcsolatos javaslatok nagyon változatosak voltak, összességében két témakör szerint rendeződtek: **rendszerszintű** és **NKA-specifikus** javaslatok.

A rendszerszintű támogatásokat érintő javaslatok az összes intézményre vonatkoznak, és jellemzően állami beavatkozást igényelnek, mint például a rezsitámogatás, ÁFA-kulcs csökkentés, illetve az szerzői jogdíjak díjszabásának újragondolása.

2. TÁBLÁZAT: ÁLTALÁNOS, RENDSZERSZINTŰ TÁMOGATÁSOKAT ÉRINTŐ JAVASLATOK

Támogatást érintő javaslatok témakörei	Interjúalanyok véleménye
Állami segítség - pl. a rezsiben a klubok számára	<i>"Az például mindenféleképpen jó lenne, hogyha az ilyen kulturális intézmények a rezsijükkel kapcsolatban valamilyen kedvezményt kapnának állami segítség formájában." (Fővárosi klubvezető)</i>

Kisebb ÁFA-tartalom	„Ami egy örökzöld sláger, és abszolút jogos, ez a 27%-os áfa, ami nagyon megnehezíti a működésünket, és ami nemzetközi szinten megfigyelhető, hogy egyszerűen nem hiszik el külföldi menedzserek, hogy tényleg 27%-os a kulturális áfa.” (Fővárosi klubvezető) „A rendezvényt, amire jegyet árusítunk, legyen az táncház, koncert vagy kézműves foglalkozás, terheli a 27%-os áfa.” (Fővárosi művelődési ház vezető)
Szerzői jogdíjak eltörlése vagy csökkentése a kisebb klubok esetén	„Egy ötvenfős klubnál az Artisjusnak azt kéne mondania, hogy minden jogdíjat elengedek, csak működni tudjon.” (Fővárosi klubvezető)

Az interjúalanyok NKA-specifikus javaslatai kifejezetten az NKA-tól igényelhető támogatásokra vonatkoztak, alapvetően öt témakör szerint rendeződve: a támogatási összeg, a felhasználási mód, az adminisztráció, a kommunikáció, illetve a zenekarok témaköreivel kapcsolatban.

A **támogatási összeggel** kapcsolatban az interjúalanyok jelezték, hogy a magasabb, vagy legalább inflációkövető támogatásnak jobban örülnének. Továbbá az a javaslat is született, hogy egy fix összegű, normatív támogatás kiszámíthatóbbá tenné a rendszert.

A **felhasználási móddal** kapcsolatban azt jelezték az interjúalanyok, hogy szívesen fordítanának pályázati összeget infrastrukturális fejlesztésekre, illetve működésre (például bérekre). Olyan elképzelés is volt az interjúalanyok elmondásaiban, hogy a vidéki klubokat erőteljesebben előtérbe kellene helyezni, továbbá, hogy érdemes differenciálni a követelményben klubok és művelődési házak esetében (volt olyan művelődési ház, ahol nehezen tudták megvalósítani az előírt élőzenei rendezvények számát).

Az **adminisztráció** tekintetében egyes interjúalanyok az egyszerűbb adminisztrációt javasolták, ami egyaránt érintette a pályázati platform észszerűsítését, illetve a számlák feltöltését.

Az interjúalanyok a **belső és külső kommunikációval** kapcsolatban is tettek javaslatokat: a belső kommunikációt illetően szorgalmazták a klubok szakmai fórumának létesítését, illetve az NKA és klubok közti kommunikáció növelését. Volt olyan klubvezető, aki hangsúlyozta, hogy érdemes lenne a Hangfoglálónak két évente felmérni a klubok igényeit és ehhez igazítani a támogatási rendszert. A külső kommunikáció tekintetében pedig nagyobb láthatóság támogatását javasolták az interjúalanyok, intenzívebb reklámtámogatás formájában.

A **zenekarok** témakörében az interjúalanyok meglátása az volt, hogy a zenekarokat külön kellene abban támogatni, hogy klubokban lépjenek fel, illetve nemcsak az induló, hanem az ismertebb zenekarokat is motiválni lehetne arra, hogy vidéki klubkoncerteket valósítsanak meg. További javaslatként jelent meg a tehetséggondozás kiemelt támogatása, illetve a több kisebb zenekar egy este alatti fellépésének a támogatása.

Az interjúalanyoktól származó javaslatokat az alábbi táblázatban összesítettük.

3. TÁBLÁZAT: NKA TÁMOGATÁSOKAT ÉRINTŐ JAVASLATOK

Támogatást érintő javaslatok témakörei	Interjúalanyok véleménye
Infrastrukturális fejlesztés	"Olyan támogatás biztosítása, amit infrastruktúra fejlesztésre lehetne fordítani - ezek gyorsan elavulnak és változnak" (Vidéki klubvezető)
Inflációkövető támogatások	"Úgy változtatni, ha 2028-ban történik a pályázati kiírás, akkor az akkori árfolyamokhoz igazodjon. Biztos vagyok benne, hogy ez nagyon sokat segítene a kluboknak." (Vidéki klubvezető)
Normatív támogatás biztosítása, konkrét összeg előre meghatározása	"Nagy segítség lenne egy normatív támogatás." A legfontosabb szerintem az lenne, hogy ha rendelkezésre állna egy konkrét keretösszeg, amivel tudnának gazdálkodni a klubok." (Fővárosi klubvezető)
Támogatás felhasználásában döntési szabadság – szigorú feltételekkel, kontrollal	"Ha a klubhálózat létrehozása, vagy a klubok rendszerének a fenntartása lenne az elsődleges cél, akkor én biztos, hogy nem koncert alapú támogatásban bíznék, én ezt a klubokra bízám rá." (Fővárosi klubvezető)
Klubok közötti kommunikáció kialakítása, közös szakmai platform létrehozása	"A hálózatosodás fontos cél lehet, ez egyáltalán nincsen megoldva. Nincs az, hogy a klubok egymással egyeztetnek, hogy akkor melyik zenekarral mi a helyzet, nem cserélgetik a zenekarokat, nem ajánlják be őket. Én biztos, hogy létrehoznék egy olyan fórumot, ahol a kluboknak a vezetői találkoznak." (Fővárosi klubvezető)
Dedikált zenekari támogatások	"Szerintem dedikáltan kellene támogatást adni olyan zenekaroknak, akik nem tudnak megtölteni egy nagy koncerthelyszínt, de muszáj, hogy turnézzanak." (Fővárosi klubvezető)
Kisebbségi klubok kiemelt támogatása	"A dedikált klubbátogatás most is zajlik, de egy fokkal fókuszáltabb klubbátogatás kellene, ami azt mondja, hogy igenis a minőségi, de kevesebb embert megszólító élőzenei eseményt támogatom." (Fővárosi klubvezető)

Tehetséggondozás kiemelt támogatása	"Valamilyen szinten mi mindig is szerettük a tehetséggondozást, megadni a fiatal zenészeknek a lehetőséget a bemutatkozásra. Én nagyon szívesen megtenném ezt, de nem nagyon tudjuk megoldani." (Fővárosi művelődési ház vezető) "Szerintem egy olyan programstruktúrát állítsanak össze a pályázatba, amiben mindenféleképp van új szereplő, aki még talán nem is volt az adott városban." (Fővárosi művelődési ház vezető)
Magasabb támogatási összeg	"A költségek megnövekedése miatt nagy segítség lenne, ha nagyobb összeget tudnánk nyerni egy-egy előadóra." (Fővárosi művelődési ház vezető)
Differenciált pályázatok a művelődési házak esetében	"Nekünk problémát jelent ez a tíz koncert megvalósítása, szerintem ez egy kicsit sok. Mi egy kötelező nyolccal már működőképesek vagyunk. Meg hát nálunk itt a májusi időszaktól szeptember végéig teljesen áttevődik a szabadtéri helyszínekre a hangsúly és ebben az időszakban szinte lehetetlen nálunk olyan benti koncertet összehozni, ahova bejönnek az emberek és fizetnek." (Vidéki művelődési ház vezető)
Elszámolás megkönnyítése	"Az elszámolásnak a dokumentációját valahogy úgy kellene átalakítani, hogy ne legyen ennyire papíralapú, esetleg lehetne online csinálni, hogy ne kelljen mindig mindent beszkenneletni meg feltölteni." (Vidéki művelődési ház vezető) „A kiírások során jó volna még egy-két kategória, pl. a karbantartói, fenntartói költségek támogatása is.” (Fővárosi művelődési ház vezető)
Reklámok támogatása	"Erősíteni lehetne az intézmények reklámját." (Fővárosi művelődési ház vezető)
Hangfoglaló-Artisjus együttműködés	„Az általános zenekari hozzáállás a jogdíjkérdéshez elég negatív. A zenészek vagy nem foglalkoznak ezzel vagy „haragszanak” a jogdíjak kifizetésével kapcsolatban. Azt gondolom, hogy a valós vagy talán inkább téves megítélést javíthatná, ha a klubokban a szerzői bejelentéseket, a jogdíjkifizetéseket, a folyamatot kommunikálnák egy marketingkampány keretein belül vagy állandóan.” (Fővárosi művelődési ház vezető)

3.8. Kitekintés

3.8.1. A határon túli klubok helyzete

Interjúink során két határon túli klub vezetőjét is megszólaltattuk. Elmondásuk alapján a hazai vidéki klubokhoz hasonló nehézségekkel küzdenek, beleértve a magas zenekari díjakat, illetve a helyi lakosság elvándorlásából származó kihívásokat.

*"A fiatalok elmennek, és ez nagyban befolyásolja a klub működését."
(Határon túli klubvezető)*

A nehézségeket úgy próbálják áthidalni, hogy egyrészt nem korlátozzák le a fellépési lehetőségeket (vagyis vendéglátóhelyként állandó nyitvatartás mellett, folyamatosan fogadják a fellépni kívánó zenekarokat), másrészt, hogy diverzifikálni igyekeznek tevékenységüket.

"Mi nem koncerthelyszín vagyunk csak, hanem vannak koncertjeink. Nálunk nincs ilyen, hogy 7 óra kapunyitás és este 9-től 11-ig vagy éjjelig van a koncert, hanem folyamatosan érkeznek az együttesek hozzánk, behangolnak és így tovább." (Határon túli klubvezető)

"Vannak kézműves vásárok, van lokál ökopiac, egy időben elég sok kiállításunk is volt a koncertteremben, és mindenféle könyvbemutatók és kulturális rendezvények is vannak." (Határon túli klubvezető)

Jellemzőnek tekinthető az általunk megkeresett interjúalanyok esetében, hogy a klub működése megrekedt a kilencvenes évekbeli működésnél, vagyis valamilyen értelemben retro hangulatot idéznek.

A Covid-19 a határon túli klubokat is kihívások elé állította: a társadalmi lezárásokat követően nehézséget okoz visszaszerezni a látogatói közönséget.

"A Covid időszakában és utána, ami nehézség volt, hogy észrevettük, sokkal nehezebb az embereket kihívni a koncertekre, mert jobban elvannak a virtuális térben." (Határon túli klubvezető)

A járványhelyzetet követően, a határon túli klubok bevételi forrásaiban megnőtt a vendéglátásból, illetve termékadásból történő bevétel részaránya. Az egyik klub esetében, míg a járványt megelőzően a vendéglátás csupán 15%-át képezte a bevételeknek, ez a társadalmi lezárásokat követően 50%-ra nőtt. A másik klub esetében pedig a kiegészítő termékadások bővítik a bevételi forrásokat.

Bevételnövelő stratégiaként a hazai klubokhoz hasonlóan a határon túliaknál is megjelent a bővítés, ugyanis kialakítottak egy külső koncerthelyszínt, ezzel növelve a látogatói számot.

Mindkét általunk megkeresett klub erősen támaszkodik az NKA Hangfoglaló Program által nyújtott pályázati forrásokra az élőzenei fellépések szervezése során.

"Ha nem kapnánk kulturális alapon támogatást, akkor a koncertek száma valószínű, hogy sokkal, de sokkal kevesebb lenne." (Határon túli klubvezető)

A célközönség elérése és megtartása érdekében a közösségi médiában, illetve hírlevél formájában hirdetik programjaikat, illetve az egyik klub úgynevezett klubkártyát használ, amellyel kedvezményesen lehet megtekinteni programjaikat.

"Hírlevelet szoktunk küldeni és van egy klubkártya rendszerünk is, amivel kedvezményesen lehet bejutni a koncertekre." (Határon túli klubvezető)

Partnerségek tekintetében főleg a próbahelyekkel alakítottak ki együttműködéseket: az ott próbáló fiatal zenekaroknak fellépési lehetőségeket igyekeznek biztosítani.

"Itt a településen például van egy hangstúdió, ahol a fiatal zenekarok próbálnak, velük jó kapcsolatot ápolunk. Őket próbáljuk felléptetni, vagy velük közreműködve csináltunk például egy tehetségkutató versenyt is, ahol fiatal együttesek léphettek fel, és a végén a nyertes kapott egy ingyenes stúdiófelvételt." (Határon túli klubvezető)

Az egyik határon túli klubnál fellépő zenekarok 10%-a helyi, 60%-a magyarországi és 30%-a romániai zenekar volt. Az élőzenei fellépésekkel kapcsolatos nehézséget főleg a szervezés képezi, főként, amikor a zenekar nem annyira ismert.

"Nehézségek főleg az együttesekkel meg a koncertszervezéssel vannak, leginkább akkor, amikor nem annyira ismert egy zenekar." (Határon túli klubvezető)

Az NKA-támogatás a határon túli klubok esetében is nagy segítséget jelent, enélkül az élőzenei fellépések még inkább háttérbe szorulnának. Ugyanakkor azt is elmondták interjúalanyaink, hogy a magasabb, illetve a nem annyira kötött formában felhasználható összeg még nagyobb segítség lenne.

"Nagyon nehéz vagy nagyon be kell osztani, hogy tíz zenekart elhozzunk. Talán hogyha a támogatás nagyobb, vagy ha nincs kötve, hány zenekar kell, akkor már egészen jól boldogulnánk az adott összeggel." (Határon túli klubvezető)

Az is felmerült az interjúk során, hogy a zenekarokat külön kellene támogatni és a kluboknak szabadabb forrásfelhasználást biztosítani. Továbbá, rendkívül fontosnak gondolták a klubvilágon belüli kommunikáció erősítését, olyan turnék szervezését, amelyek több hazai és határon túli klubot érintenek.

"Talán több klub kapcsolódhatna ahhoz, hogy közösen szervezzünk le turnékat és akkor az együttesnek is jó, mert elindul Budapestről, fellép Debrecenben, Nagyváradon, Kolozsváron, így mindenkinek előnyösebben jönne ki az egész koncert." (Határon túli klubvezető)

3.8.2. Szakértői vélemények

Az interjúk során olyan, a hazai élőzenei szektorra tágabb rálátással bíró szakemberek véleményét is kikértük, akik maguk is klubvezetők, így mélyebb betekintést nyerhettünk a zenei fellépések szervezésével, a klubok nehézségeivel kapcsolatban.

Változó kereslet

A szakértők a többi interjúalanyhoz hasonlóan azt hangsúlyozták, hogy az egyik legnagyobb kihívást a megváltozott szórakozási szokások jelentik: a járványhelyzet során kialakult otthoni fogyasztás bevételekiesést jelent a klubok, művelődési házak számára.

"Otthon elkezdtek kialakulni kvázi ilyen kis helyek, ahová átjártak egymáshoz az ismerősök, meg a haverok, és akkor már ugye rájöttek arra, hogy hát tulajdonképpen ezt sokkal kevesebb pénzből megússzuk, hogyha otthon maradunk, vagy csak egy buliba megyünk el, amikor már az alapozás megvolt." (Zeneipari szakértő)

A fogyasztók igényeinek változása abban is tükröződik, hogy a régebben népszerű, sok embert bevonzó zenekarokat néha kisebb helyszínek felé terelik, mert a nagyobb helyszíneken nem tudnak telt házas koncerteket megvalósítani.

"Annyira megváltozott a piac, hogy akiket a nagyobb helyszínre vittünk régen, azok közül már nagyon sokan inkább a kisebb helyszínre jönnek, mert nem tudnak annyi embert bevonítani." (Zeneipari szakértő)

A szakértők azt is kiemelték, hogy zenei preferencia tekintetében is érzékelhető változás, ugyanis a 2000-es évek elejétől volt egy hatalmas elektronikus zenei robbanás, aminek következtében a DJ-k nagyon népszerűek lettek. Azonban az úgynevezett DJ közreműködésével történő after-party-k látogatottsága is csökkent az utóbbi években a gazdasági, társadalmi hatásoknak köszönhetően.

„Régebben, akármilyen koncert volt, 11 órakor megjelent 200 ember, aki szórakozni jött az afterparty-ra. És ezek teljesen, szinte száz százalékosan eltűntek.”

A társadalmi helyzet is összességében hozzájárult a lecsökkent szórakozási hajlandósághoz:

"Szerintem világszerte tendencia, hogy nincs annyira kedvük az embereknek szórakozni. Amikor azt hallani, hogy itt bármikor világháború lehet, (...) akkor nem nagy mosollyal mész el szórakozni." (Zeneipari szakértő)

Financiális nehézségek

A szakértők szerint a finanszírozás nehéz kérdés a ma Magyarországon működő klubok és művelődési házak számára.

"Ami nehézség, az nyilván a finansziális rész. Itt nagyon-nagyon ügyesnek és nagyon menedzser szemléletűnek kell lenni ahhoz, hogy az ember ezt jól tudja csinálni." (Zeneipari szakértő)

"A költségek olyan szinten teszik tönkre ezeket a kis klubokat, hogy egyszerűen csoda, hogy még egy-kettő életben van." (Zeneipari szakértő)

A szakértők elmondása alapján, az ideális eset az lenne, ha a jegybevétel fedezné a költségeket, beleértve a reklámköltségeket is, és a vendéglátás pedig a klub haszna lenne. Azonban a lecsökkent fogyasztási kedv veszélybe sodorja a klubok fennmaradását. Jó megoldásnak tűnhet e nehézség áthidalására, ha a jegyek jelentős része elővételes lenne, azonban ezt kevés intézmény tudja elérni, ugyanis az elővételes jegyek leginkább a komolyzenei, színházi műfajokra jellemzőbbek.

Külső nehezítő tényezők

A külső tényezők közül a szakértők a drogpolitikát, az általános forgalmi adót, illetve a jogdíjak fizetését említették. A drogpolitikának nem is nagyon tudnak megfelelni, hiszen a helyszínen nem tudják ellenőrizni ki milyen szer hatása alatt érkezik a szórakozóhelyre. Az ÁFA-tartalom esetében pedig azt hangsúlyozták, hogy Magyarországon a legmagasabb, így nagyon nagy segítség lenne, ha más országokhoz hasonlóan alacsonyabb lenne.

"Továbbra is 27%-os áfa van a belépőjegyeken, ez például Ausztriában azt hiszem, hogy 5%." (Zeneipari szakértő)

A jogdíjak esetében pedig azt a véleményt hangsúlyozták a szakértők, hogy a zenekarokat kellene terhelni, nem pedig a klubokat.

"Nagyon nagy probléma a jogdíjfizetés, hogy a kluboknak kell fizetni a jogdíjat, holott a zenekarnak kellene fizetnie." (Zeneipari szakértő)

Csökkenő szakértelem

A szakértők szerint egyre jobban hiányzik a hozzáértés az élőzenei rendezvények szervezése terén, főleg a zenekari menedzsment tekintetében.

"A menedzsment és a hozzáértés, mert azért ez is egy szakma. Ma már olyan könnyen mondjuk magunkról, hogy menedzser vagyok, meg nem tudom mi, de nem mindegy, hogy azért vagyok menedzser, mert én eldöntöttem hétfőn, hogy keddtől menedzser leszek, vagy rendelkezem valamilyen szakmai kompetenciával." (Zeneipari szakértő)

Ugyanakkor a szakértők meglátása szerint az utóbbi években felértékelődött a vidék szerepe, ami abból is látszik, hogy egyes helyeken sikerült kinevelni egy kultúrákedvelő réteget.

A klubok motiváltsága

Interjúalanyaink azt hangsúlyozták, hogy a jelenlegi – lecsökkent látogatói számot érintő – tendenciák mellett óriási motiváltságról tesz tanúbizonyságot minden klub. Főleg a vidéki klubok esetében sokan bezárhatnának, ha jobban lecsökken a látogatói szám, azonban minden klubvezető hisz a lokális kulturális élethez való hozzájárulásukban, legfőképp ezért üzemeltetik a klubokat.

"Nekem sokan azt mondják, hogy ha ti nem lennétek, akkor semmi se lenne. Csak én erre még mindig azt szoktam mondani, hogy hát igen, csak akkor el kéne járni a koncertekre meg az előadásokra." (Zeneipari szakértő)

Kapcsolathálózat szerepe

A klubok sikeres működése nagy mértékben függ a klubvezető kapcsolathálózatától, kitartásától és elhivatottságától.

"Foglalkozni kell ezzel a dologgal egészen addig, amíg azokat a tapasztalatokat nem szerzi meg az ember, ami ehhez szükséges, és szerintem, ha benne vannak az országos és nemzetközi körforgásban, akkor sokkal könnyebben találnak lehetőségeket is." (Zeneipari szakértő)

Azok a klubvezetők, akiket a szakma is elismer (például zenészként), sikeresen tudják mozgósítani mind a zenekarokat, mind pedig a közönséget.

"Nagy részüket nagyon jól ismerem, mert benne vagyunk a körforgásban, elég rugalmas mindenki, és viszonylag kis százalék az, aki nem." (Zeneipari szakértő)

Ismertebb zenekarok szerepe

A szakértők elmondása alapján az ismertebb zenekarok rendszeres jelenléte nagymértékben segíti a klubok sikeres működtetését, illetve a közönség mozgósítását.

"Az ismertebb előadók segítettek abban, hogy ez a klub ismert és elismert is lett az elmúlt 17 évben, és hát mondhatom azt, hogy az ország is már ismeri ezt a klubot és az élőzene varázsa megmaradt." (Zeneipari szakértő)

A jelenlegi anomáliát az képezi, hogy a hirtelen népszerű előadóknak a vidéki klubok már kicsik.

"Amikor egy előadó az első koncertjét egy 1500 fős helyen csinálja, ahhoz mi már kicsik vagyunk." (Zeneipari szakértő)

Az ilyen, illetve a népszerűbb zenekarok már stábbal utaznak, hatalmas költségekkel.

"Stábbal jön mindenki már és ez mind-mind pénzbe kerül, tehát nem személyautókkal érkezik a zenekar, hanem kisbuszt bérelnek, vagy vesznek. Ez mind-mind jó, mert ezáltal mind színvonalasabb lesz a produkció, csak hogy ez mind-mind pénzbe kerül. (...) Most per pillanat ott tartunk, hogy egy Budapestről nézve egy vidéki helyszínre egy zenekarnak nem éri meg eljönni." (Zeneipari szakértő)

Ugyanakkor a fiatal zenekarok számára is nagyon fontos a fellépési lehetőség biztosítása, de azt érdemes valahogy elérni, hogy ők is megfelelő nézettséget érjenek el.

Törzsközönség szerepe

A törzsközönség kialakítása nagyon fontos aspektusa a klubok fennmaradásának. Ott, ahol sikerült az elmúlt években kinevelni törzsközönséget, sokkal stabilabb a klubélet szervezése és fenntartása.

"Hát azt kell mondanom, hogy nagyon nagy sikerrel működik és azért húsz év alatt, ha szabad így fogalmazni, kineveltünk egy közönséget." (Zeneipari szakértő)

Interjúalanyaink véleménye alapján vidéken is van törzsközönség, ahol igénylik a kultúrát, de abban is egyetértettek, hogy bizonyos területeken viszont egyáltalán nincs kulturális kereslet.

"Ha a kultúrához vannak szoktatva és a minőséghez, akkor az lesz az igényük egy idő után." (Zeneipari szakértő)

Pályázatok szerepe

A szakértők véleménye szerint sok pályázat van, de a legtöbb csak életben akarja tartani a klubokat, ami hosszútávon nem működik. Ezért ők a megoldást másfajta vagy többreüt támogatásban látják.

"Egy pályázati programnál nem feltétlenül az a jó cél, hogy valahogy tartsuk életben. Most itt van ez a kocsmaprogram, na most egy haldokló kocsmának hárommillió forint az semmi, az csak meghosszabbítja a haláltusáját." (Zeneipari szakértő)

Ha a klubok magasabb támogatási összeget kapnának, például infrastrukturális fejlesztésekre, akkor ez hosszabb távon támogatná a fennmaradásukat.

"Én azt mondanám, hogy adunk húszmilliót, fedd le a teraszodat és akkor tudtok nyári programokat is csinálni. Építs egy nagyobb színpadot kint a kertben vagy csinálj hangszigetelő falakat, hogy ne zavarod a szomszédokat." (Zeneipari szakértő)

Az is elhangzott, hogy a klubokat és a zenekarokat is támogatni érdemes, összhangban a többi klubvezető véleményével.

4. KONKLÚZIÓ

A jelenlegi pályázati rendszer olyan módú újragondolását javasoljuk, amely a klubélet hosszú távú működését szolgálja. Feltáró jellegű kutatásunk alapján az alábbi szakértői javaslatokat fogalmazzuk meg.

Igényekhez igazodó pályázati rendszer kialakítása

Ehhez szükségszerű lenne a klubok és művelődési házak igényeinek rendszeres felmérése és annak megállapítása, hogy milyen jellegű segítségre volna legnagyobb szükségük. Ehhez javasoljuk egyrészt a kvalitatív felmérés két évente történő megismétlését, másrészt ennek kiegészítését kérdőíves felméréssel a hazai és határon túli klubok és művelődési házak körében.

Többlépcsős pályázati rendszer kialakítása

Első körben olyan zenekari támogatások életbe lépése lenne szükségszerű, hogy az ismertebb zenekarok sűrűbb vidéki turnékat vállaljanak, biztosítva ezáltal a klubok telt házas rendezvényeit és visszahozva őket a pezsgő klubéletbe.

Második körben a nehézségekkel küszködő klubok helyzetének normalizálása szükséges azáltal, hogy nagyobb összegekkel támogassák az infrastrukturális fejlesztéseket.

Diverzifikáltabb pályázati támogatás

Javasoljuk jobban elkülöníteni a pályázati rendszerben, hogy a pályázó állami fenntartású-e vagy piaci alapokon működő, illetve, hogy kis vagy nagy helyszín, illetve vidéki-e vagy fővárosi.

Nagyobb összegű célzott támogatások bevezetése

Javasolunk pár olyan nagyobb összegű támogatást életbe léptetni, amely egy-egy adott klub teljes revitalizációját szolgálja, igazodva a legújabb trendekhez, nevezetesen:

- + Érzékszervi és technológiai élmények nyújtása: interaktív fény- és vizuális installációk, AR/VR élmények és fejlett hangtechnika várható.
- + Társadalmi és közösségi funkciók erősödése.
- + VIP és exkluzív élmények előretörése: a gondosan válogatott fellépők, exkluzív szolgáltatások növelik az események vonzerejét.
- + A digitális megoldások integrálása: A jövő klubjai digitális technológiákra fognak támaszkodni: valós idejű interakció, AI-alapú élményszervezés.
- + Élményalapú újrastrukturálás: az egész estét átfogó élmény szervezése.

A klubok és közönség közötti kapcsolat erősítése

A közönségalapú működés elengedhetetlen feltétele az, hogy a klubok megismerjék közönségprofiljukat és a közönségprofilok függvényében célzott programokat létesítsenek. A nagyobb összegű támogatások esetében javasoljuk pályázati feltételként beépíteni a többéves üzleti tervet a pályázók részéről. Az üzleti tervet javasoljuk a pályázat kiírójával, annak mentorálásával megvalósítani ahhoz, hogy az intézmények ne újabb (költségnövelő) teherként (pl. a szakértői díjazás esetében) éljék meg, hanem tényleges segítségként, a hosszú távú fenntartás és működés kialakítását célzó programként értékeljék.

4.1.1. A klubok szakmai fórumának létesítése

Erős igény mutatkozott meg arra, hogy a **klubok** és **menedzserek** összehangolják programjaikat, így biztosítva a megfelelő zenekari fellépési körforgást. E fórum házigazdája lehetne az NKA Hangfogláló Programiroda, rendszeres workshopok, konferenciák szervezésével, kötelező részvétellel a támogatottak esetében.

A rendszeres szakmai fórumok további hozzáadott értékét képezi, ha ezek tágabb közönséget céloznak meg és klubvezetők, művelődési házak vezetői, illetve **támogató intézmények** képviselői mellett a **piaci szereplők** jelen vannak, erősítve ezáltal a klubok és művelődési házak helyi közösségi szövetbe való integrálását, esetleg további támogatási források felkutatását. Az ilyen szakmai fórumokon a témában jártas **társadalomkutatók** is részt vehetnek, nemzetközi kitekintésekkel, jó gyakorlatokkal, kutatási eredményekkel gazdagítva a hazai ismereteket. Továbbá nagyon fontos lenne az ilyen fórumokon az élőzenés helyszínek és **Artisjus** kapcsolatának erősítése is, elősegítve egymás szempontjainak megértését, illetve a szorosabb együttműködés kialakítását.

Az interjúalanyok elmondása alapján a szakmai hálózatosodás rendkívül fontos az élőzenés helyszínek hosszú távú fenntartása érdekében, ennek intézményesített formájának létrehozását javasoljuk a rendszeres szakmai fórumok által.

5. HIVATKOZÁSOK

- + CM.COM (2022). The Future of Live Music Report <https://www.cm.com/cdn/web/en-gb/file/whitepapers/music-research-report.pdf> (Letöltve: 2025.04.10.)
- + LGNDRY Group - The Evolution of Nightclubs: Trends and Innovations in Modern Times <https://www.lgndrygroup.com/the-evolution-of-nightclubs-trends-and-innovations/> (Megtekintve: 2025.04.10.)
- + Live DMA (2023). The Survey - Live Music Venues & Clubs in Europe - Facts & Figures. <https://cultureactioneurope.org/wp-content/uploads/2023/07/SURVEY-REPORT-DATA-2019-2020-LIVE-DMA.pdf> (Letöltve: 2025. 04. 10.)
- + Party Popper - Nightlife Trends: What's Hot in 2025 <https://partypopper.io/blog/nightlife-trends-whats-hot-in-2025> (Megtekintve: 2025. 04.10.)
- + the music - How Nightclubs Are Working To Bring Back The Crowds <https://themusic.com.au/industry/how-nightclubs-are-working-to-bring-back-the-crowds/m2Uhj46xsLM/21-03-24> (Letöltve: 2025.04.11.)

6. FÜGGELÉK - INTERJÚGUIDE

Bevezető kérdések (7 perc)

+ Kérem, **mutassa be** röviden az Ön által vezetett klubot/művelődési házat!

- Mióta működik a klub/művelődési ház?
- Ön mióta vezetője?

+ Milyen **tevékenységi körei** vannak a klubnak/művelődési háznak?

- *INTERJÚER: AZ ALÁBBIK KÖZÜL EMLÍTI-E VALAMELYIKET? HA IGEN, KÉRJÜK, FEJTSE KI.*
- *Élőzenei koncertek szervezése?*
- *Oktatási, képzési programok (pl. tanfolyamok, workshopok)?*
- *Próbatermek biztosítása zenekaroknak, művészeknek?*
- *Kiállítások, művészeti estek szervezése?*
- *Filmvetítések, moziestek?*
- *Színházi előadások, performanszok?*
- *Vendéglátás, büfé, kávézó üzemeltetése?*
- *Közösségi programok (pl. táncház, klubestek, irodalmi estek)?*
- *Művészek, alkotócsoportok projektjeinek helyszínbiztosítása?*
- *Pályázati és egyéb támogatási források kezelése?*
- *Egyéb tevékenységek?*

+ Milyen **infrastruktúrával** rendelkezik a klub/művelődési ház

- *INTERJÚER: AZ ALÁBBIK KÖZÜL EMLÍTI-E VALAMELYIKET? HA IGEN, KÉRJÜK, FEJTSE KI.*
- *Színpad hang- és fénytechnikával?*
- *Próbatermek (zenekarok, előadók számára)?*
- *Kiállítótér, galéria?*
- *Vetítőterem, mozihelyiség?*
- *Többfunkciós rendezvényterem?*
- *Kültéri rendezvényhelyszín?*
- *Büfé, vendéglátóegység?*
- *Öltöző, backstage terület fellépőknek?*
- *Hangstúdió, felvételi lehetőség?*
- *Parkolási lehetőség a látogatók számára?*
- *Akadálymentesített bejárat és mosdók?*
- *Egyéb infrastruktúra?*

+ **Milyen profilú** élőzenei rendezvényeket szerveznek? (pl. pop, rock, alternatív, világzene, népzene stb.)

+ Az élőzenei rendezvények során **milyen közönséget** céloznak meg? (gyerekek, fiatalok, középkorúak, idősek stb.)

+ **Milyen változásokon** ment keresztül a klub/művelődési ház elmúlt években?

- + **Hány alkalmazottja van a klubnak/művelődési háznak?** (állandó alkalmazottak, részmunkaidőben dolgozók, esetei jelleggel dolgozók, önkéntesek)

2. Működési nehézségek és kihívások (5 perc)

- + Milyen **nehézségekkel** szembesülnek a mindennapi működés során?
 - o Vannak-e **strukturális vagy jogszabályi akadályok**, amelyek hátráltatják a működést?
- + Milyen hatással vannak ezek a nehézségek a **programok szervezésére, finanszírozására, közönségszervezésére?**
- + Hogyan változtak ezek a kihívások az utóbbi években (pl. gazdasági helyzet, Covid-19 utóhatásai)?
 - o Hogyan tudtak/tudnak reagálni ezekre a kihívásokra?

3. Fenntartási stratégiák és finanszírozás (5 perc)

- + Milyen főbb **bevételi forrásokból** tartják fenn a klubot/művelődési házat? (Jegybevétel, pályázatok, állami vagy önkormányzati támogatás, szponzoráció, egyéb?)
 - o Körülbelül hány százalékot tesznek ki a teljes bevételből:
 - az állami/önkormányzati források,
 - a jegybevétel,
 - a pályázatok,
 - a szponzorizáció és
 - az egyéb bevételek?
- + Milyen saját bevételnövelő **stratégiákat** alkalmaznak (pl. vendéglátás, bérbeadás, egyéb szolgáltatások) a fenntartható működés érdekében?
 - o Mennyire fontos a helyi közösséggel való kapcsolat a finanszírozás szempontjából?
 - o Szokták-e helyi vállalkozók vagy magánszemélyek támogatni a klubot/művelődési házat?

4. Támogatási lehetőségek és külső segítség (5 perc)

- + Milyen **támogatásokat** szoktak igénybe venni a működési nehézségek áthidalására?
 - o Milyen állami, önkormányzati támogatásokra szoktak pályázni?
 - o Milyen piaci alapú támogatásokat tudnak igénybe venni?
 - o Van-e hozzáférésük szakmai **tanácsadáshoz**, mentorprogramokhoz vagy szakmai szervezetekhez?
- + Kihasználják-e a különböző pénzügyi eszközöket, például **hiteleket, pályázati forrásokat, közösségi finanszírozást?**

- + Milyen forrásokra van szükségük a fenntartható működés biztosításában?

5. Látogatottság és regionális különbségek (7 perc)

- + Milyen stratégiákkal, eszközökkel próbálják elérni a célközöniséget? (pl. közösségi média aktív használata (Facebook, Instagram, TikTok stb.); online hirdetések (Google Ads, Facebook Ads stb.); hírlevél, e-mail marketing, együttműködés influenszerekkel, tartalomgyártókkal; offline hirdetések (plakátok, szórólapok, helyi sajtó); rendszeres programajánlók kiadása)
- + Milyen stratégiákkal, eszközökkel próbálják megtartani a célközöniséget? (hűségprogramok, törzsvásárlói kedvezmények; kedvezményes jegyárak, elővételi lehetőségek; exkluzív tartalmak (pl. backstage hozzáférés, találkozó a fellépőkkel); rendszeresen visszatérő programok, tematikus estek; interaktív közönségkapcsolat (pl. szavazások, javaslatkérés programokra))
- + Van-e együttműködésük más szervezetekkel vagy partnerekkel a közönségbázis növelése érdekében? (pl. más klubokkal/művelődési házakkal; helyi vállalkozásokkal, szponzorokkal; oktatási intézményekkel (pl. egyetemek, középiskolák); kulturális szervezetekkel, művészcsoporthal, stb.)
- + Tapasztalnak-e **változást** a közönség összetételében és kulturális szokásaiban?
 - o Hogyan látják a fiatalabb generáció elérésének lehetőségeit?
- + Tapasztalnak-e **jelentős különbségeket** a fővárosi és vidéki klubok/művelődési házak működése között?
 - o Mennyiben más az **állami fenntartású** és a **piaci alapon működő** klubok és művelődési házak helyzete? És ez hogyan alakul a főváros-vidék tekintetében?
- + Milyen **jó gyakorlatok** vannak, amelyeket érdemes lenne adaptálni különböző fenntartású klubok/művelődési házak között?
 - o Mit tanulhatnak egymástól a különböző típusú intézmények?

6. Élőzenei koncertek szervezése és fellépők (7 perc)

- + Általában **milyen zenekarok** lépnek fel náluk?
 - o Inkább helyi, országos vagy nemzetközi fellépők? Inkább fővárosi vagy helyi zenekarok?
 - o Hogyan befolyásolja az élőzenekarok fellépéseit az adott város/közösség kulturális igénye és fizetőképessége?
- + Milyen **erőfeszítéseket** tesznek annak érdekében, hogy minél több élőzenei koncertet szervezzenek?
 - o Milyen átlagos látogatottságot tapasztalnak az élőzenei rendezvényeken?
 - o Mik a legnagyobb akadályai az élőzenei események rendszeres szervezésének?

- + Milyen nehézségekkel szembesülnek az **élőzenei rendezvények** szervezése során?
- + Zenekarok elérése tekintetében vannak-e nehézségek? (pl. fellépők magas gázsija, jogdíjak és egyéb adminisztrációs terhek, stb.)
- + Közönség elérése tekintetében vannak-e nehézségek? (pl. promóciós lehetőségek korlátozottsága, stb.)
- + Speciális technikai feltételek vagy szakemberek biztosítása nehézséget okoz-e?

7. NKA-támogatások szerepe (5 perc)

- + Kapott-e a klub/művelődési ház az utóbbi években támogatást az **NKA Hangfoglaló Program Klubtámogatási Programján** keresztül?
 - o Mennyire jelentett ez érdemi segítséget a működés fenntartásában vagy fejlesztésében?
 - o **HA NEM KAPOTT TÁMOGATÁST:** Milyen okokat lát mögötte?
- + Milyen típusú költségekre fordítják az NKA által biztosított forrásokat? *(például működés, népszerűsítés/reklám, programok szervezése)*
- + Milyen változtatásokat javasolna az **NKA és a Hangfoglaló Program támogatási rendszerében**, hogy az hatékonyabban segítse a klubokat?
- + Van-e a klubtámogatással kapcsolatban olyan **jó gyakorlat** vagy példa, amelyet más klubok/művelődési házak is alkalmazhatnak a fenntartható működés érdekében?

8. Lezárás (2 perc)

- + Van-e még valami, amit fontosnak tartana megosztani a hazai klubok helyzetével kapcsolatban?

