

A művész is egy termék

Magyarországon is egyre nagyobb igény mutatkozik a művészeti menedzserek munkája iránt; az alkotók kezdik felismerni, hogy kell melléjük egy szakember, aki megkönnyíti a munkájukkal járó feladatokat. Azonban a hazai piac mérete és a képzés hiánya miatt alig találni hozzáértő és tapasztalt menedzsereket. Mizsur András írása.

Azon ma már senki sem csodálkozik, hogy a profi sportolóknak van menedzserük. Arról talán kevesebben tudnak, hogy nemcsak a sztárfocisták karrierjét egyengetik szakemberek; a művészek között is egyre többen alkalmaznak menedzsert. „Így van ez Magyarországon, igaz, egyelőre kevés művészeti menedzser dolgozik a piacon, pedig sokkal többre lenne szükség” – mondta Meczner Vera, a Gradus Művészügynökség alapítója. Szerinte ez lenne a művészek és az intézmények érdeke is. Hogy miért nincs elég szakember ezen a területen, annak két oka van. A magyarországi piac kicsi, ez eleve behatárolja a lehetőségeket. Másrészt a művészek – színészek, énekesek – sokáig szinte kizárólag intézményeknél dolgoztak, manapság azonban egyre több a szabadúszó, terjed a projektszemlélet, ezzel párhuzamosan megnőtt a kereslet a menedzserek iránt.

Idehaza még nem eléggé elterjedt, hogy egy művésznak menedzsere legyen. Nemzetközi szinten viszont elképzelhetetlen, hogy például egy operaénekes maga intézze az ügyeit. Meczner szerint sok múlik a megrendelői oldalon is. Ahhoz, hogy ez megváltozzon, az intézményeknek el kell fogadniuk a menedzserek létjogosultságát. A komolyzenében ez már megtörtént, aminek

az lehet az oka, hogy a nagy zenekarok régóta dolgoznak külföldi szólistákkal. A színházak között is vannak údí-tó kivételek, ahol elfogadják, hogy a menedzserek nem azért vannak, hogy hátráltassák a dolgokat, hanem éppen ellenkezőleg.

Bizalmi viszony

Meczner Vera korábban produkciós vezetőként dolgozott az Armel Operaverseny és Fesztiválnál, majd Angliában elvégezte a Cultural Policy and Management mesterszakot. Ezután alapította meg cégét, immár Magyarországon.

Jelenleg tíz művészt képvisel, ügyfelei között találjuk Rost Andrea operaénekest, Varró Dániel költőt, műfordítót, Polyák Lilla színész-énekesnőt és Bella Máté zeneszerzőt is. Ebből is látszik, hogy kifejezetten vegyes a Gradus Művészügynökség ügyfélköre. Ennek kapcsán Meczner elmondta, hogy a menedzsernek ismernie kell az adott művészeti ágat. Emellett elengedhetetlen, hogy a menedzser szeresse azokat, akikkel dolgozik, annyira bizalmi ez a viszony közöttük, teszi hozzá. „Sokszor furcsán tekintenek arra, hogy piaci alapon gondolkodva termékként kezeljük a művészeket. Tartom magam ahhoz, hogy ez nem hiba, de aki csak így gondol rájuk, az nagyon rossz úton jár.”

A kezdetekkor a személyes ismeretségeinek, illetve a véletlennek köszönhetően került kapcsolatba leendő ügyfeleivel. Polyák Lillával és Homonnay Zsolttal egy repülőút alkalmával ismerkedett meg, pont új menedzsert kerestek maguknak, így került képbe Meczner Vera. Rost Andreának egy ismerős mutatta be, amikor épp menedzser híján volt az énekesnő. Később inkább már az volt a jellemző, hogy a művészek keresték meg őt, emlékezett vissza.

A menedzser többféleképpen segítheti a művész munkáját. Van, akinek a honoráriumtárgyalásnál kell





Fotó: MTI/Bruzák Noémi

segíteni, másnak a napi szakmai teendők koordinálásában, szervezésében van szüksége támogatásra. A felkérésekre a művész bólint rá, de a részletek (időbeosztás, anyagiak stb.) letárgyalása már Vera feladata. „Előfordult, hogy örömmel igent mondtak volna egy munkára, és nekem kellett jelezni, hogy az már egy foglalt időszak.”

Változó az is, hogy mennyit kell foglalkoznia az egyes ügyfeleivel, ez nagyban függ attól, hogy milyen területen dolgozik a művész. Egy költő vagy zeneszerző esetében például kevesebb a napi tennivaló. Minden apró részletre a menedzsernek kell odafigyelnie, a napokban például egyik ügyfelének fotózást szervezett, mert frissíteni kellett a portfólióját. Legtöbb ügyfelének saját sajtója van, de vannak olyan menedzserek, akik ezt a feladatot is elvégzik. Ez egy szolgáltatás, mindkét oldalnak érdemes így felfognia, hangsúlyozta a Gradus Művészügynökség alapítója.

Több mint 25 éves a régió legrégebbi ügynöksége

1989-ig egyetlen állami cég, az Interkoncert foglalkozott magyar művészek menedzselésével külföldre, és szerződött a hozzánk érkezőkkel. A rendszerváltás után ez megváltozott, és egyre-másra alakultak meg a privát ügynökségek. Közép-Kelet-Európában elsőként a Pentaton, melyet az Interkoncertből kiváló Zimányi Zsófia alapított négy operaénekesssel, Kincses Veronikával, Gulyás Dénessel, Kovács Kolossal és Polgár Lászlóval.

Kezdetben a cég elsősorban operaénekesek és művészeti együttesek külföldi közvetítésével foglalkozott, később egyre szélesítette tevékenységi körét. A „klaszszikus” művészmenedzsment mellett koncert- és rendezvényszervezéssel, színházi jogok képviselésével, kulturális PR-marketinggel és nemzetközi kulturális projektek lebo-

nyolításával (turnémenedzsment, koprodukciónak) is foglalkozik a Pentaton, mondta a cég jelenlegi ügyvezetője, Szentpéteri András.

A Pentaton szervezte a legutóbbi világkiállítás, a milánói expó magyar pavilonjának összes rendezvényét, idei nagy projektjük az augusztus eleji Budavári Palotakoncertek lebonyolítása, ahol a szervezési feladatok mellett az esemény kommunikációját és marketingjét is a cég végzi. Mindemellett a Pentaton több művészt is menedzsel, így például Miklósa Erika operaénekest, Józán László színművészt és az ifjú tehetség Tóth-Vajna Zsombor barokk zenészt – az ő esetükben teljes körű menedzsmentet nyújtanak, beleértve az új lehetőségek felkutatását, a sajtót és a szerződéskötéseket is. „A művésznek csak úgy, mint bármilyen más produktumnak, szüksége van a márkaépítésre, a piacmegtartásra és új piac szerzésére.”

Ezenkívül állandó partnerük a Budapesti Operettszínház, melynek több turnéját szervezik; a Pentaton közreműködése révén első magyar társulatként 2019 elején a Dubai Operában is fellépnek majd egy operettprodukcióval.

„Sokszor a színházaknak nincs rá kapacitásuk, ezért a nagy nemzetközi musicalek játsszási jogainak licenclésével ügynökségeket bíznak meg, a hazai piacon például a Pentatont, amelyik dolgozik a Disney-vel és a Music Theatre Internationallel. Ilyenkor a jogi kérdések tisztázásától kezdve a magyar fordítás, illetve a díszlet- és jelmeztérvek elfogadtatásáig az egész folyamatot az ügynökség menedzseli” – magyarázta Szentpéteri.

Az egyetem után nem tudják, hogyan tovább

Akárcsak Meczner Vera, Bérczi Linda, a Budapest Art Week igazgatója is úgy látja, hogy Magyarországon még gyerek-

cipőben jár a művészeti menedzselés. Bérczi szakterülete, a képzőművészet ezen belül is speciális helyzetben van, mert gyakorlatilag nincsenek valódi menedzserek. A képzőművészek alapvetően magányos alkotók, eddig a magyar piacon ritkán merült fel bennük, hogy saját menedzserük legyen, aki segíti az érvényesülésüket. Ennek az is az oka, hogy képeladásokból akarják megfizetni a menedzserek munkáját. Csak hogy kicsi a piac, kevés a gyűjtő, így értelemszerűen az eladás is.

Szerinte most kezdenek ráébredni a képzőművészek is, mennyire fontos a menedzser munkája. Az egyetemről kikerülve ugyanis azzal szembesülnek, hogy egy kezdő alkotónak egyre nehezebb bekerülnie egy galériához. Nem tudják, hogyan tovább, mert az egyetemen nem kapnak olyan tudást, amelynek segítségével legalább alapszinten képesek lennének magukat menedzselni. Emiatt indították el tavaly a kifejezetten képzőművészeknek szóló,

hoz, hogy valakiből jó képzőművészeti menedzser legyen, fontos a szakma, az alkotók ismerete nemzeti szinten is, ám még fontosabb, hogy meglegyenek benne egy jó menedzser képességei: jól tudjon tárgyalni, kapcsolatokat építeni, és ugyanakkor legyen precíz is" – foglalta össze elvárásait Bérczi Linda. Egy képzőművészeti menedzser egyszerre akár 5-10 művészt is tud képviselni, mivel az alkotóknak általában 1-1,5 évente vannak kiállításai, és ezeket fél-egy évvel előre kezdik szervezni, így nem napi szinten kell mindenkivel foglalkozni.

Szerelem nélkül nem megy

A hat éve indult, összművészeti kommunikációval és menedzsmenttel foglalkozó kortársPR ügyvezetője, Balogh Máté András szerint csak szerelemből lehet csinálni ezt a szakmát, igaz hit és lelki kötődés nélkül nem megy. Ezenkívül jó emberismeretre van szükség, hiszen a mene-

Fotó: MTI/Szigetváry Zsolt



Budapest Art Mentor nevű programot, amely során vállalkozási, kommunikációs és jogi ismereteket is tanulhatnak a képzőművészek.

Egy menedzser feladata hasonló, mint egy galeristáé; de nem az az elsődleges dolga, hogy eladja a művész képeit, hanem hogy segítse annak munkáját: részt vegyen a kiállítások szervezésében, lebonyolításában, kezelje az alkotó Facebook- és Instagram-oldalait, sajtóanyagokat írjon, gyűjtőket találjon, stb. Sokat kell kiállításokra, vásárokra járni, és folyamatosan keresni kell a lehetőségeket. „Ah-

dzsernek jó érzékkel fel kell tudnia mérni, hogy a művész alkalmas-e arra, hogy néhány éven belül komoly karriert fusson be, illetve képes lesz-e ennek velejáróit kezelni. Rengeteget számít a művész személyisége, hogyan beszél emberekkel, hogyan tudja magát eladni. „Attól senki sem lesz nagy sztár, hogy szuperül el tud játszani jó szerepeket.”

Meggyőződése, hogy a rátermett menedzser kiváló brandépítő is egyben, aki pontosan tudja, melyik újságíróval vagy szerkesztővel kell összeismertetnie a művészt,



milyen eseményeken (pl. díjátadó, filmpremier) kell megjelenie. Mindig hosszú távú stratégiában kell gondolkodnia, hogyan teheti ismertté az általa képviselt partnereket. Alapszabály ugyanakkor, hogy mindig a művész érdekeinek megfelelően kell cselekednie. „Ha tudatosan segítem a művész határait feszegetni, akkor hosszú idő után még több dolgot érhet el, és egyre sikeresebbé válhat.”

Tapasztalata szerint a fiatal magyar színészek közül kevesen beszélnek idegen nyelveket, pedig a nemzetközi piacon komoly lehetőségeik volnának. „Ehhez az kell, hogy magabiztosak legyenek, és biztonságban érezzék magukat, az itthoni közeg azonban nem erre predesztinálja őket.” Nincs igazán hagyománya idehaza az érdekérvényesítésnek sem, a művészeknek is még tanulniuk kell, milyen az, ha menedzser foglalkozik velük.

Balogh több mint tíz éve foglalkozik PR-kommunikációval. Kezdetben egy multinacionális cégnél dolgozott, majd a Magyar Képzőművészeti Egyetem és a Kaposfest kommunikációjáért felelt, mielőtt belevágott az ügynökség megalakításába. Mindezek mellett a Werk Akadé-

mia művészetimenedzser-képzésének mentorvezetője is egyben. Igencsak hosszú a kortársPR-os partnereinek listája. A cég képviseli Ullmann Mónika, Tenki Réka és Nagy Dániel Viktor színművészeket, illetve Molnár Emese és Guessous Majda Mária énekesnőket. Ugyancsak az ügynökség partnerei között szerepel a Hatszín Teátrum, az Orlai Produkciós Iroda, a Budapesti Tavasz Fesztivál, a Zsidó Művészeti Napok, a Budapest Art Week és az Art Market Budapest is.

200 óra alatt bárkiből menedzser lehet

A Werk Akadémia azon kevés helyek egyike, ahol művészetimenedzser-képzés folyik Magyarországon. Hét éve indult az első évfolyam, a képzés során az általános ismeretek elsajátítása után van lehetőség szakosodni: képzőművészeti, komolyzenei, színházi és táncművészeti szakirányok közül lehet választani. A több mint 200 órás képzés során vállalkozási és szerzői jogi ismereteket sajátítanak el a hallgatók, emellett betekintést nyernek a brandépítés, a rendezvényszervezés és az online marketing rejtelmeibe is.

A képzés népszerűségét mutatja, hogy legutóbb a komolyzeneimenedzser-képzésre hétszeres volt a túljelentkezés, mondta Vándor Ágnes, a Werk Akadémia felelős vezetője, aki korábban maga is művészeti menedzserként dolgozott. A jelentkezők nagy része rendelkezik már valamilyen végzettséggel, ezért az életkort tekintve elég nagy a szórás a hallgatók között. Jellemző, hogy sokan már úgy jönnek a Werkhez, hogy tudják, kit szeretnének menedzselni, és ennek módszereit szeretnék elsajátítani. Vándor a képzés gyakorlatorientáltságát emelte ki; mindegyik szakon vizsgafeladatként egy komplett eseményt (koncert, színdarab stb.) kell megszervezniük a hallgatóknak: maguk választják ki a helyszínt, az előadókat, és ők intézik az esemény kommunikációját is a Werk által meghatározott büdzsével.

