

JELENTÉS

A MAGYAR KULTÚRA MAGÁNTÁMOGATÁSÁRÓL

2005

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

A könyv szerkesztői hálásak a következő személyeknek,
a kiadvány elkészítésében nyújtott segítségért:

A szerzőknek, akik honorárium nélkül írták meg cikkeiket,

Orosz István grafikusművésznek, aki átengedte grafikai közlési jogát,

David Hill költőnek, aki rendelkezésre bocsátotta versét,

Nádasdy Ádám költőnek, aki volt szíves honorárium mellőzésével lefordítani a mottót,

továbbá a következő személyeknek:

Dr. Aradszky Zsolt, Billing Gyöngyi, Dr. Bíró Péter, Inkei Péter, Iván Viktória,
Jeges Zsolt, Simon Attila, Szabó János Zoltán.

Szerkesztette: Arnold István, Geszti Petra, Török András

Angol fordítás: Alan Campbell

Köszönet a Reklámvonalnak a nyomdai előkészítésért.

ISSN 1786-2450

Kiadja a Summa Artium Kht.
1052 Budapest, Deák Ferenc utca 10.
www.summa-artium.hu

JELENTÉS

A MAGYAR KULTÚRA MAGÁNTÁMOGATÁSÁRÓL

2005



SUMMA ARTIUM
BUDAPEST

David Hill:

Quand il est mort le poete

Meghalt a költő.

Minden barátja sírt, hogy sírba dőlt ő.

„Ó gyász! Ó borzalom!

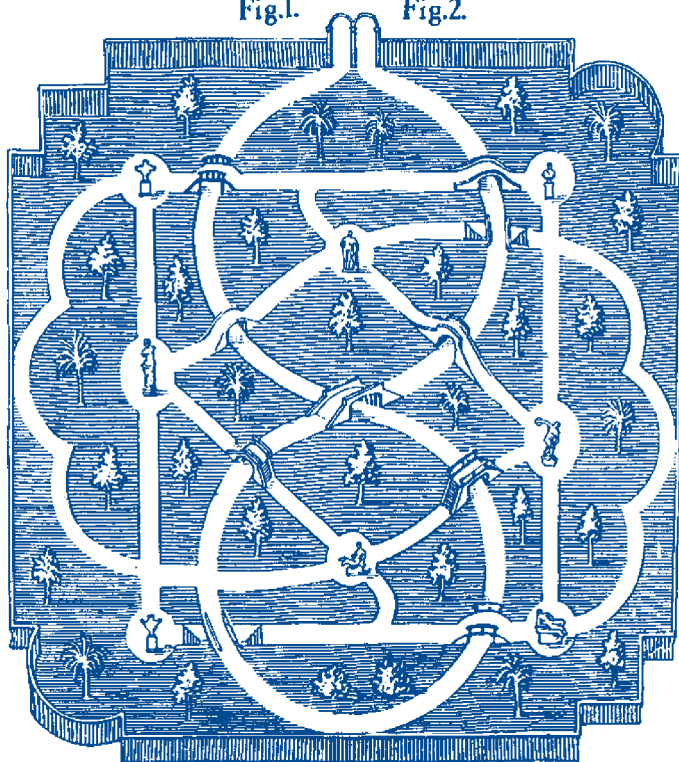
A pénzemet most vissza hogy kapom?!”

NÁDASDY ÁDÁM FORDÍTÁSA

- 9 A második év *Szauer Péter, a Summa Artium elnöke*
- 11 **TANULMÁNY**
- 12 Fesztiválok a célkeresztben — Miért érdemes művészeti fesztiválokat szponzorálni?
A hazai művészeti fesztiválok minőségéről, közönségéről és marketing értékéről,
valamint a gyakorló szponzorok véleményéről — *Hunyadi Zsuzsa*
- 31 **HÉT FONTOS PÉLDA**
- 32 Hogy volt? Hogy van most? — mecenatúra és szponzoráció a Westelnél és T-Mobile-nál
G. Németh György — Liptay Gabriella
- 37 Az Antenna Hungária Rt. és a Zempléni Fesztivál *László Géza*
- 39 Az MKB Bank és a kultúra támogatása — Értékek teremtése, értékek megerősítése
Müller János
- 42 A Strabag Festészeti Díj múltja és jelene *Appelsboffer József*
- 46 A Mirai Interactive és a kultúra-támogatás — interaktív Dürer kiállítás
a Szépművészeti Múzeumban *Szeszlér Vera*
- 49 E.ON Hungária — Energia a kultúráért *Kovács Ildikó*
- 52 Gyermekkoncertek egy buszvállalat támogatásával Angliában — egy tízéves,
kölcsonösen előnyös együttműködés részleteiről *Mari Markus Gömöri*
- 55 **MI MICSODA** a magyar kultúra finanszírozásában?
- 63 **KI KICSODA** a magyar kultúra finanszírozásában?
— Szponzorok, mecénások, politikusok, közvetítők, tisztviselők, kutatók
- 85 **KI VOLT KICSODA** a magyar kulturális élet hajdani támogatói, mecénásai
- 95 **KULTURÁLIS DÍJAK** — az üzleti élettől és viszont
- 121 **GLOSSZÁRIUM**
- 131 **UTÓSZÓ**
- 133 Targyszerűen a Summa Artium első igazi évéről *Arnold István*
- 142 „A hét halálos bűn” — avagy mitől óvakodjon egy józanul vezetett cég,
a kultúra támogatásával kapcsolatban *Török András*

Fig.1.

Fig.2.



Szauer Péter, a Summa Artium elnöke

A MÁSODIK ÉV

A Summa Artium Kht. második éve reményteljes időszak volt: eldőlt, hogy kicsiny mérete ellenére meg tud kapaszkodni a jelentős magyar non-profit szervezetek között. Persze ennyi idő kevés arra, hogy egy szervezet igazi változást idézzon elő a társadalomban. A Summa Artium, mint business szervezet, az üzleti világ, a tehető magánemberek gondolkodásában igyekszik változást (sőt: áttörést) elérni. Ehhez a kulturális játékonyság ügyét az Angliából importált modell mintájára egy új pályára, az önérdék pályájára kell terelni.

A Summa Artium azt szeretné bizonyítani, hogy a kultúrára adott támogatás valami plusz örömet, értelmet ad a „mindennapi” életben kiemelkedően sikeres polgároknak. A tapasztalat azt mutatja, hogy a klasszikus játékonyság mozgatórugója a felelősségérzet, az általános jó érzés, a dicsőség. De a kiemelt célokra adott adományok kiválasztásában mindig számíthatnak a Summa Artium segítségére.

A Summa Artiumnak eddig már sok minden sikerült: sikeres lett „Jelentés” című kiadványa, amelynek második kiadását tartja kezében az olvasó. Sikeresen működik elektronikus adatbázisa, a Summárium (amely idén február óta már teljesen ingyenes, mind a kulturális, mind a business szervezetek részére), sikeres a Summa Artium Hírlevél, amely jelenleg kb. ötszáz céghez juttatja el a kulturális szponzoráció és mecenatúra belföldi és külföldi híreit, valamint pártoló tagi programja, a heti Vademe-cum kulturális ajánló.

Két dolog, valljuk be, eddig nem sikerült. Nem jött létre egyetlen vidéki szponzorációs klub sem, és nem sikerült elég választ begyűjteni a kulturális szervezeteknek küldött elektronikus kutatás keretében — azaz nem tudjuk, hogy a kultúra magántámogatása mekkora összegre rúghat jelenleg Magyarországon.

A Summa új, nagyszabású akciója a Summa Plusz nevű program, amelyben olyan kis- és középvállalkozók támogatásához kíván csatlakozni, akik először kívánnak kortárs kultúrát támogatni. Meghirdette a Fundus nevű programot, amelyen keresztül cégek vagy magánszemélyek kipróbálhatják hosszabb távú kultúrával kapcsolatos támogatási ötleteiket anélkül, hogy bármilyen állandó szervezetet (alapítványt) kellene létrehozniuk. A Kőleves program olyan projekteket fog támogatni, amelyek középtávon nyereségesek lehetnek, amelyhez kamatmentes kölcsön szükséges, 1-2 évre.

De a legfontosabb új terv talán a Mecenás Nap nevű esemény, sőt mozgalom, amelyet évről évre mindig december 12-én, Esterházy Miklós herceg, a nagy mecenás születésnapján kívánunk megrendezni. Ezt a napot már most írják be 2006-os naptárunkba...

TANULMÁNY



Hunyadi Zsuzsa

FESZTIVÁLOK A CÉLKERESZTBE

— *Miért érdemes művészeti fesztiválokat szponzorálni? A hazai művészeti fesztiválok minőségéről, közönségéről és marketing értékéről, valamint a gyakorló szponzorok véleményéről* —

Az alcímben feltett kérdés két szinten értelmezhető. Egyrészt általánosan, amikor arra keressük a választ, hogy *mit adnak a fesztiválok a magyar társadalomnak, másrészt konkrétan, milyen (közvetlen vagy közvetett) hasznot hoznak a támogatott fesztiválok a szponzoráló vállalatoknak, cégeknek.*

Mindkét kérdés - de különösen az első - megválaszolásához olyan nagy mennyiségű és sokoldalú kutatásra, adatbázisra lenne szükség, mely jelenleg nem létezik. Nincs jelenleg sem Magyarországon, sem a nemzetközi szinten, egységesen elfogadott és alkalmazott kutatási módszertan, mely biztosítaná a szisztematikus adatgyűjtést. A legelső probléma, amibe beleütközik a kutató, maga a fesztivál definíciója: mit tekintünk fesztiválnak? Fogadjuk-e el, hogy minden fesztivál az, amit a szervezők akként definiálnak, vagy próbáljunk meg magunk megadni egy kielégítő meghatározást? És ha ez utóbbi mellett döntünk, akkor kinek a szempontját tartjuk szem előtt: a fesztiválokra pénz osztó állam, az önkormányzatok, a különböző magyar vagy nemzetközi pályázatok, a szponzorok szempontjait, netán a művészeti minőség szempontjait, vagy esetleg a közönség igényének oldaláról közelítsünk? Fesztivál-e egy egy napos, esetleg csak koncepció nélkül, lazán egymás mellé szervezett programok sorozata, vagy csak a több napon át tartó, valamilyen egy-

séges koncepció, tematika alapján szerveződő rendezvények sora tekinthető annak?

További problémát jelent a fesztiválok sokféle műfaja, mi sorolható például a művészeti fesztiválok közé? Az-e, ahol a programok mondjuk 60%-át művészeti és a többit inkább a könnyedebb szórakozás, a gasztronómiai élvezetek, a különféle közösségi programok teszik ki, vagy ahol ez az arány 80-20%, vagy csak azok, ahol a programok mindegyike művészeti? Mit sorolunk a művészetek alá, a magas vagy a populáris művészet mely ágait, produktumait? És a szinte megválaszolhatatlan örök kérdés, mi a művészet, és hogy mérjük a minőségét?

A kérdések sora folytatható a közönség, a befogadói oldalra vonatkozóan is. Kik járnak fesztiválokra, milyen rétegeket érdekel, kiket érnek el, kiknek nyújt élvezetet, szórakozást egy-egy fesztivál, milyen programok iránt nagyobb, és melyek iránt kisebb a kereslet?

A következőkben két olyan kutatás eredményeiből szemezgetünk, melyek az első kísérletek arra, hogy átfogó képet adjanak a „fesztivál-iparról”, annak egyrészt kínálati oldaláról, milyen fesztiválok születnek, másrészt keresleti oldaláról, arról, hogy milyen és mekkora közönséget érnek el. Az egyik kutatás, vagy inkább kutatás sorozat, melynek része volt a fesztiválok feltérképezése és egyfajta minősítése,

a Nemzeti Kulturális Alapprogram megrendelésére készült 2004-ben.¹ E vizsgálat része volt több mint 200 fesztivál szervezőinek megkérdezése, egyebek mellett fesztiváljaik közönségére, programjaira, költségvetésére, bevételeikre vonatkozó adatok összegyűjtése. A másikat a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma rendelte meg, célja a lakosság kulturálódási-művelődési, közte a fesztiválok látogatására vonatkozó szokásainak megismerése² volt. E vizsgálat adatfelvétele másfél éve, 2003 év végén történt, az adatok a 2003-as év kulturális „fogyasztását” tárják fel.

Egyik kutatás célja sem kifejezetten a szponzorációs tevékenységre illetve annak hatásaira irányult, de tartalmazznak erre vonatkozóan, illetve a szponzorok számára is hasznos információkat. A szponzorok számára természetesen közvetlenül azon adatok a leghasznosabbak, melyek az általuk támogatott fesztiválokra vonatkoznak, melyek beszerzését, a kutatások elvégzését, a szponzorok egy része meg is követeli, ám, mint látni fogjuk, az korántsem mondható, hogy ez általános gyakorlat lenne.

A tanulmány első részében a fesztiválokról, azok közönségéről, műfaji változatosságáról adunk általános információkat, majd bemutatjuk a szponzorok hozzájárulásának mértékét a fesztiválok létrejöttéhez, végül néhány szponzorral készített interjú alapján szponzorálási gyakorlatukat illetve tapasztalataikat ismertetjük.

A vizsgálatok során a fesztivál definícióját egész tágon értelmeztük, annak tekintettünk mindent, amit maguk a szervezők fesztiválnak titulálnak. Törekedtünk azonban arra, hogy különböző típusokba soroljuk a fesztiválokat, és műfaji hovatartozásuk (pl. összművészeti, színházi, zenei, gasztronómiai, népművészeti, stb.) szerint is elemezzük őket.

A FESZTIVÁLOK SZÜLETÉSE

A néhány napra, hétre összpontosuló kulturális akciók az emberiség egész történetét végigkísérik. A mai értelemben vett első fesztiválok a művészet ünnepei voltak, a kulturális és a társadalmi elit kivételes, emelkedett találkozási alkalmai. Hosszú ideig csak a nemzetközi léptékű, nagyszabású művészeti rendezvények és versenyek (mint pl. filmfesztiválok) viselték ezt a nevet. Eleinte egy-egy műfajra terjedtek ki: a XIX. század végén indult velencei biennálé a képzőművészetre, Salzburg a komolyzenére, Bayreuth az operára. A Szegedi Szabadtéri Játékok az Európai üttörők közé tartozik. „A fesztiválok valami különlegességet jelentettek. Valamilyen zárandoklatként éltük meg azokat, ahol a kultúrák keveredtek, és amelyek egzotikumot sugároztak, hiszen kevés volt belőlük, és olyasmit kínáltak, amihez egyébként nem lehetett hozzáférni.” Jelen volt bennük a komorság és emelkedettség (pl. passiójátékok), akárcsak a mai kor fesztiváljaiban; ennél azonban tagadhatatlanul többen örökölték korunk nagyrendezvényei a régi korok tél- és bűjtűcsúszató vígasságaiból. Már a múlt század derekán kezdődött el a fogalom fölhígulása. Előtérbe került az idegenforgalom aspektusa. Ez olykor koncepciózusan illeszkedett a művészi célokhoz (Prágai Tavasz, Budapesti Tavasz Fesztivál), máskor szimplán fesztivál néven kezdték illetni az idegenforgalmi szezonban hozzáférhető elegyes kulturális kínálatot. Az emberek személyes mozgásának könnyebbé válásával és a globalizáció kiteljesedésével összhangban az elmúlt egy-másfél évtized azután a fesztiválok – az ilyen néven illetett, illetve az ilyen jellegű rendezvények – számának robbanásszerű növekedéséhez vezetett. Egyúttal tovább szélesedett a fogalom tartománya. A statisztikai be-

1. A kutatást Inkei Péterrel és Szabó János Zoltánnal közösen készítettük.

2. A kutatás eredményeit a „Találkozások a kultúrával” című, összesen hét füzetet számláló sorozatban, a Magyar Művelődési Intézet jelentette meg. A kutatást az MTA Szociológiai Intézetében Vitányi Iván és [Hidy Péter] vezette. A tanulmányokat Dudás katalin, Gyenes Edina és Hunyadi Zsuzsa készítette.

sorolás a kongresszusok és a kereskedelmi vásárok mellett tartja számon a fesztiválokat, és a nevet viselik (bitorolják?) a legprofánabb happeningek és legkisszerűbb búcsúk is. Mára olyanra „demokratizálódott” a fesztivál fogalma, hogy a *Financial Times* már idézett kritikusi nyomán okkal rokoníthatjuk a szupermarket és a plaza világával. Vajon azt jelenti-e ez, hogy a fesztiválok elvesztették a jelentőségüket a kulturális haladás szolgálatában? Egyáltalán nem. Abszolút értelemben ma is akkora szerepet töltenek be a művészi útkeresésben mint azelőtt, ha nem nagyobbat. Andrew Clark szellemes megfogalmazása szerint a fesztiválok egyenesen a **21. század kulturális viagrájának tekintetők**. A fesztivál a kulturális elit ünnepéből a nagyközönség életminőség-javító intézményévé vált, hasonló pályát leírva, mint ami például korábban a főúri parkokkal és műgyűjteményekkel, utóbb az egyetemekkel történt: hajdan a kevesek kiváltsága, ma a tömegek természetesen látni- és megélnivalója.

Az utóbbi évtizedben Magyarországon is a változatos kulturális kínálat biztosításának természetes terepe lett a fesztivál. Nálunk is sok vitát provokál e műfaj, nemcsak, mint említettük, a definíciója tisztázatlan, de sok esetben létjogosultsága is megkérdőjeleződik. Nálunk is felmerül a magas kultúra szolgálata és a tömegigények kielégítése közötti kényes egyensúlyozás kérdése, nálunk is belekeveredik a fesztiválok megítélésébe a gazdasági hasznosság szempontja, nálunk is kiemelt fontosságú a külföldi vendégek idecsalogatása, miközben az is egyre inkább nyilvánvalóvá és elfogadottá válik, hogy a fesztiválok a helyi közösségek erősítéséhez is hozzájárulhatnak.

A FESZTIVÁLOK VONZEREJE; TIZENHÁROM OK

A fesztiválok sokszínűségét, sokféleségét a fesztiválok iránti igények sokfélesége alakította ki.

Mit adnak a fesztiválok? Mi vonzza a fesztiválok közönségét? Hogyan summázható a fesztiválok növekvő népszerűsége és vonzereje? A következőkben evvel kapcsolatban gyűjtöttünk össze néhány lehetséges választ.

1. A fesztiváloknak sokféleségük ellenére van közös jellemzőjük, és talán éppen e közös jellemzővel magyarázható népszerűségük és gyors terjedésük. Minden fesztiválban közös az, hogy nem pusztán a programsorozatok összessége. Az eseménysorozatokon, a konkrét programokon kívül, *közösségi élményt* is ad. Olyan élményt, amit pl. a másoktól elszigetelt otthoni, négy fal közötti kultúrálódás nem tud megadni. A különböző fesztiválok látogatói tudják, hogy a közönség többi tagjával a hasonló értékrend vagy a hasonló ízlés, esetleg a hasonló életstílus alapján közösséget vállalhatnak.

2. A fesztivál *egyenlősít*. Éppen a közös életérzés, a pusztá „ottlét” a fesztivál idejére megszünteti a fesztiválon kívüli valós életben különben fennálló társadalmi különbségeket.

3. A fesztiválok egy helyre összegyűjtik az ágazat – legyen az művészeti, vagy más tevékenységet végző – valamilyen szempontból „legjeit”; a legjobb, a legérdekesebb, a legújabb, a legeredetibb stb. alkotásokat, termékeket, műsorokat. Aki mindezt láthatja, amellet, hogy *tájékozott, jól értesült* lesz, megkapja a *kiváltságosság* érzését is.

4. A fesztiválok során más emberek, kultúrák, művészeti ágak megismerése lehetséges, ami csökkenti az ismeretlennel szembeni gyanakvást, tágítja a látókört, erősíti a toleranciát.

5. A helyi fesztiváloknak több módon is lehet kedvező hatásuk a helyi közösségre. Amellet, hogy serkentik a kulturális életet, *növelik az identitást*, különösen, ha a helybeliek is bevonódnak a fesztivál létrehozásába, ha nemcsak szimpla fogyasztóként élvezik azt.

6. A helyi fesztiválok a globalizáció egyenlősítő hatása ellen a lokalitás értékeinek bemutatásával, a *lokalitás egyediségével* küzdhetnek.

7. A fesztiválokkal az amúgy „*kultúrára lusta*”

emberek is sok élményhez juthatnak. Különösen a képzetlenebb rétegek esetében lehet fontos, hogy a fesztiválok „buli” hangulata őket is be- szippantja, s ott olyan tudást és élményeket sze- rezhetnek, melyhez egyébként nem vagy csak ritkán jutnak hozzá. Ez különösen a fiataloknál lehet fontos, sokan először itt kóstolnak bele a kultúrába, és válhatnak a későbbiek során gya- koribb fogyasztóivá.

8. A fesztiválok kavalkádja sokszor keveri a komolyabb és a könnyedebb, az értékesebb és a kevésbé értékes műfajokat, amivel a könnyebb műfajok a fajsúlyosabb kultúra „szállásadóivá” válhatnak, szendvicsként a könnyű műfajba cso- magolva más műfajok is eladhatók. A fesztivá- loknak tehát *nevelő, ízlésformáló* hatása is lehet.

9. A fesztiválok *különleges eseménnyé teszik a hétköznapi élet egyes területeit* pl. az evést vagy az ivást. Nem (csak) a mindennapok élvezeteit kínálják, hanem borkultúrát és gasztronómiai kultúrát terjesztenek. Evvel együtt felértékelik az ezen tudással rendelkező „egyszerű” embert. Legitimmé, sőt követendő példává teszik a min- dennapi élet élvezését.

10. A fesztiválok megszervezéséhez és mű- ködtetéséhez általában többféle szervezet, több- féle intézményi szereplő együttműködése szük- séges. Ez *erősíti a csapatmunkára való készséget*, gyengíti az egymással való versengés szük- ségének érzését.

11. A fesztiválok egyik fajtája az amatőr mű- vészeti fesztivál. Az ezeken résztvevők kiélhetik kreativitásukat, módjuk nyílik az önkifejezésre, az önmegvalósításra, s ezen képességük széle- sebb közönség előtt is igazolást nyerhet. Növeli a résztvevők *önbecsülését, erőt adhat* a tevékenység folytatásához.

12. A művészeti fesztiválokon az előadók számára, különösen, ha nemzetközi fesztiválról van szó, a más művészekkel, produkciókkal való találkozás megtermékenyítő, a fejlődésüket, to- vábblépésüket elősegítő, *inspiráló* erővel hathat.

13. A fesztiválok lehetővé teszik a *környezet fejlődését*, szerencsés esetben a *gazdaság fellen-*

dülését is. A környezet megszépül, lerobbant épületek nyernek új funkciót, olykor egész utcák revitalizálása indul meg. Az ott élő lakosság munkaalkalmat kap, kikerülhet a munkanél- küiség depressziójából. *Dragan Klaić* szavaival: „Az előadóművészetek máig többnyire a XVII- XVIII. században kialakult keretek között: színházi és hangversenytermekben jelennek meg. Az elmúlt évtizedekben a fesztiválok révén került sor további művészeti terek újrafogalmazására, meghódítására és fölavatá- sára. A fesztiválok templomok, kastélyok, erődök és más műemlékek százait fedezték föl és sajátították újra ki, hogy átítassák hagyó- mányos és kortárs művészettel, visszamelve őket a kollektív emlékezetbe; és ezt tették a város peremével is, a szegénység és posztin- dusztriális üledék számos lepusztult harci zónájával.” A rendező településekről a sikeres fesztiválok eredményeként kialakuló jó imázs- nak lehetnek további járulékos hatásai, oda- vonzhatnak újabb befektetőket, rendezvénye- ket, szolgáltatásokat, a tudomány, a gazdaság, az oktatás, a kultúra újabb szereplőit.

Összefoglalóul elmondható, hogy a fesztiv- válok a közvetlen kulturális élmény és/vagy a szórakozás mellett, nemcsak a közönség, de a résztvevők, a szereplők, a szervezők, és - sikeres rendezvények esetén - a tágabb környezet szá- mára is sokrétű társadalmi-gazdasági haszon- nal szolgálnak.

A FESZTIVÁLOK KÖZÖNSÉGÉNEK NAGYSÁGA

A 14-70 éves lakosság kulturálódási szokásait elemezve az derült ki, hogy a fesztiválok és a helyi rendezvények már önmagában attól fontos eseményei a kulturális életünknek, hogy összességében ezek vonzzák a legnagyobb közönséget. Többen járnak fesztiválokra, mint színházba, moziba, múzeumokba vagy akár mű- velődési házakba. **A lakosság mintegy 60%-a,**

azaz kb. 4,5 millió 14-70 éves állampolgár vett részt 2003-ban valamilyen kisebb-nagyobb rendezvényen vagy fesztiválon.

- A sokféle művészeti és nem művészeti, országos szintű vagy **helyi fesztiválok** közül a helyi fesztiválok, rendezvények (városnapok, falunapok, búcsú, különféle főző versenyek, stb.) a **leglátogatottabbak**: a 14-70 évesek **közel fele (47%) legalább egyszer részt vett** a vizsgált, 2003-as év során valamilyen helyi rendezvényen.
- A civil szervezetek szintén többségében helyi szerveződésű rendezvényeinek valamelyike a vizsgált népesség 13%-át, mintegy 1 millió embert vonzott. Hasonló arányú (10%, 7-800 ezer ember) a különböző rádió- és tévécsatornák „road-show”-inak vonzásköre is.
- A **művészeti produkciókat felvonultató** színház, film, tánc, kórus, könnyűzene és összművészeti **fesztiválok a lakosság hozzávetőlegesen 20%-át, mintegy 1,5 millió embert értek el**. Ebből a könnyűzenei fesztiválok közönsége összességében 8%, 600-650 ezer ember. (A Pepsi/Diák Sziget önmagában a lakosság kb. 4%-át, mintegy 250-300 ezer embert mozgatót meg, a többi könnyűzenei fesztivál együttesen (EFOTT, Volt stb.) pedig kb. 5%-ot, 400 ezer embert.) A különböző színházi- és táncfesztiválokat is a lakosság kb. 4-4%-a, (300-350 ezer fő „műfajonként”) látogatta. A kórus fesztiválokra kb. 3%, 250-300 ezer ember látogatott el.

Az idei, a 2005-ös évad előzetes közönségadatai alapján valószínűsíthető, hogy e számok és arányok még tovább nőttek, a fesztiválokat egyre többen látogatják.

A szervezők "bevallása" szerint, az NKA számára megvizsgált több mint 200 fesztivál:

- **60%-a tízezer főnél kisebb hatókörű**, ezen belül **23% csak maximum egy-két ezer fő közönséget vonzott**,
- **egynegyede közepes méretű, 10-50 ezer fős közönséggel**, és
- **egyötödük tekinthető - legalábbis hazai vi-**

szonylatban - **nagy fesztiválnak**, ezek **legalább 50 ezres közönséget** tudhatnak magukénak.

A nagy közönséget vonzó fesztiválok a gasztronómiai és egyéb szórakozást nyújtó rendezvények körében találhatók a legnagyobb (28%) arányban, de az **összművészeti** és a **könyv- valamint filmfesztiválok** között is gyakrabban (12-13%) fordulnak elő, mint más típusú fesztiválok esetében.

A **közepes méretű** (20-50 ezer fős) **fesztiválok** legnagyobb arányban az **összművészeti**, a **könnyűzenei** és a **népművészeti** fesztiválok köréből kerülnek ki, ezeknek a fesztiváloknak 35-45%-a tartozik a közepes kategóriába.

A **kis létszámú**, a 10 ezer főnél kevesebbet mozgósító fesztiválok pedig a **színházi**, a **(komoly)zenei** és az **amatőr művészeti fesztiválokra**, vetélkedőkre a leginkább jellemzők: 70-80%-uk ide sorolható.

A **gazdagabb, konszolidáltabb országokban** magasabbak a részvételi számok; **más szóval, még távol vagyunk a telítettségtől**. Bár a nemzetközi összehasonlításoknak korlátot szab az a tény, hogy a fesztivál fogalmának a nemzetközi értelmezése, „szabványosítása” még várat magára, a külföldi számok tükrében valószínűsíthetjük, hogy a **hazai fesztiválok szerepe a kultúra, a gazdaság és a helyi társadalmak életében tovább nő**, néhány metszetben akár a jelenlegi többszörösére. *Németországban* a lazán definiált *Volkstreffen* a lakosság mintegy dupláját kitevő látogatást tartanak számon (azaz egy németre évi két „búcsújárás” esik). Hasonlóan magas a fesztiválok látogatottsága *Írországban*, ahol a lélekszámnak több mint másfélszeresét, 7,1 millió résztvevőt regisztráltak 2002-ben.

A FESZTIVÁLOK KÖZÖNSÉGÉNEK JELLEMZŐI

A fesztiválokat általában a fiatalabb korcsoportok jóval nagyobb arányban látogatják,

mint az idősebbek. A helyi- és civil kezdeményezésű rendezvényekre a fiatalok 60-65%-a, az öregeknek nem egészen 30%-a jár. A média road-show-kra a 40 év alattiak kb. 15%-a megy el, a 40-60 évesek 7%-a, a 60 év felettieknek mindössze 2%-a. Hasonló arányokat kapunk a különböző művészeti fesztiválok látogatási hajlandóságát vizsgálva is: a fiatalabb korosztályok 10-16%-a, az idősebbek 4-8%-a látogatja ezeket. Érthető módon a korosztályok közti legnagyobb különbség a könnyűzenei fesztiválok látogatásában mutatkozik, a 30 év alattiak 15%-a, a 60 év felettiek 1%-a fordult meg a vizsgált év során ilyen rendezvényen. Az összművészeti fesztiválok látogatása viszonylag kiegyenlített a különböző korcsoportokban: a 20-40 évesek körében a legnagyobb arányú (8%), de a 14-18 éveseknek, illetve a 40-60 éveseknek is 6%-a ellátogatott valamelyik nagyobb összművészeti fesztiválra. A 60 év felettieknek csak 2%-áról mondható el ugyanez.

A helyi fesztiválokra és a civil rendezvényekre, mint alapvetően vidéki rendezvénytípusokra, főleg **a helyi lakosság jár** (52-53%). A megyeszékhelyeken élők járnak a legnagyobb arányban (22%) a média eseményekre, valamint az egy-egy művészeti ágat reprezentáló fesztiválokra (17%). A budapesti közönség a könnyűzenei (17%) és az összművészeti fesztiválokra (17%) jár a többi településtípuson élőkhez képest jóval nagyobb arányban.

Az összművészeti fesztiválokat kivéve minden más fesztiváltípus iránt a még **középiskolában, illetve felsőfokú tanintézetben tanulóknak a legnagyobb az affinitása, ők az átlagosnál jobban érdeklődnek ezen események iránt. Az összművészeti és a művészeti fesztiválokra a felsőfokú végzettségűek járnak a többi csoportnál nagyobb arányban.** Az iskolázatlanok – bár a többi fesztiválhoz képest nagyobb arányban mennek el a helyi rendezvényekre – de még ezeket is a képzetlenebb csoportoknál kisebb arányban látogatják

A legjobb jövedelmi helyzetűek járnak legnagyobb arányban minden fajta fesztiválra, s a legszegényebbek a legkisebb arányban. Ez alól még a helyi fesztiválok sem kivételek.

A helyi fesztiválok látogatói a leginkább „átlagosak”, ez a közönség hasonlít összetételében legjobban az összlakosság egészére. Ez egyben azt is jelenti, hogy mind a látogatók számát, mind a látogatók sokféleségét tekintve, a helyi fesztiválok szólnak a legtöbb társadalmi réteghez. E rendezvények vonzzák legnagyobb arányban a hátrányos helyzetű rétegeket, ezek tudják elérni a legtöbb alacsony végzettségű, a legtöbb rossz jövedelmi helyzetű, a legtöbb falusi, és a legtöbb idős embert is.

A legelitebb közönsége az összművészeti és az egy-egy művészeti ágat képviselő fesztiváloknak van. Köztük találjuk a legtöbb képzett, a legtöbb jómódú és a legtöbb nagyvárosi, de különösképpen budapesti lakost. A művészeti fesztiválok közönségének elit volta abban is tükröződik, hogy ők járnak más kulturális eseményre, színházba, hangversenyre, kiállításra is a leggyakrabban (a helyi fesztiválok közönsége pedig a legritkábban). **A budapestiek jelenléte még a vidéki művészeti fesztiválokon is felülreprezentált.**

A szponzorok az elérendő célcsoportnak megfelelően választhatják ki, hogy milyen fajta fesztivált érdemes támogatniuk: **a különböző fesztiválok között** pusztán közönségük összetétele, társadalmi státusza alapján, a programjaik színvonalának, összetételének értékelése nélkül is **hierarchikus sorrend állítható fel: a helyi fesztiválokon érhető el a legátlagosabb közönség, az összművészeti fesztiválokon a legmagasabb státuszú, a legelitebb közönség.** A köztes sorrend pedig a magas társadalmi státuszúak emelkedő aránya alapján: civil rendezvények, média rendezvények, könnyűzenei rendezvények, művészeti fesztiválok. (1. tábla)

1. tábla: A különböző típusú fesztiválok, rendezvények közönségének összetétele

A FESZTIVÁLOK, RENDEZVÉNYEK TÍPUSA							
	<i>helyi</i> (N=1456) %	<i>civil</i> (N=432) %	<i>média</i> (N=324) %	<i>könnyű- zenei</i> (N=311) %	<i>művészeti</i> (N=330) %	<i>összmű- vészeti</i> (N=269) %	<i>a 14-70 éves lakosság</i> (N=3400) %
NEM							
férfi	50	49	52	54	43	45	49
nő	50	51	48	46	57	55	51
ÉLETKOR							
14-18 éves	13	12	16	17	16	10	10
19-29 éves	26	27	34	44	28	27	22
30-39 éves	19	21	23	17	19	23	17
40-59 éves	34	34	24	20	32	36	38
60-70 éves	8	6	2	1	5	4	13
átlag életkor (év)	36,3	35,9	31,6	29,2	34,3	36,2	39,9
ISKOLAI VÉGZETTSÉG							
8 általános v.alatta	22	12	9	9	5	5	28
szakmunkás	26	21	24	20	14	14	23
érettségi	24	27	28	29	32	34	24
felsőfokú	12	22	14	13	25	30	1
tanuló	17	18	25	30	24	16	1
LAKÓHELY TELEPÜLÉSNAGYSÁGA							
2000 fő alatti község	19	21	12	14	14	8	18
2-5 ezer fős község	16	12	8	9	10	7	14
5-20 ezer fős község	5	3	3	1	3	3	
10 ezer fő alatti város	9	5	8	4	5	5	
10-100 ezer fős város	22	22	18	19	19	14	21
megyeszékhely	19	22	38	15	31	16	18
Budapest	9	15	14	38	19	48	18
A HÁZTARTÁS HAVI JÖVEDELME							
60 ezer ft alatt	18	12	8	15	11	9	21
60-89 ezer ft	24	18	18	14	13	11	25
90-149 ezer ft	33	35	34	32	34	31	3
150-200 ezer ft	13	18	20	18	18	20	11
200 ezer ft felett	12	17	20	21	24	29	1
összesen	100	100	100	100	100	100	100

A FESZTIVÁL PIAC NAGYSÁGA

Mivel nem ismerjük a fesztiválok teljes körét⁵, számát, műfaját ezért a lekérdezett minta sem tekinthető reprezentatívnak. A 2003-as év KSH adatai szerint a közművelődési intézmények kb. 2700 falunapot, népünnepélyt, búcsút szerveztek fesztivál keretében. Anélkül, hogy pontosan definiálnánk mit jelent a fesztivál, de azért annyi megszorítást téve, hogy az egy napos búcsúkat, falunapokat, népünnepélyeket nem tekintjük annak, úgy gondoljuk, hogy 2004-ben hozzávetőlegesen 4-600 körüli lehetett a legalább kétnapos fesztiválok száma. E szám értékünk szerint az idei évben tovább nőtt.

MIKOR ÉS HOL ZAJLANAK A FESZTIVÁLOK?

A rendezvények **túlnyomó többsége** (90-95%-a) **évente és egyazon időszakban kerül megrendezésre**. Az időtartamuk változatos képet mutat. A két **leggyakoribb típus a háromnapos illetve a 6-14 napos rendezvény-sorozat**. A vizsgált, mintegy 200 fesztivál hozzávetőlegesen 2700 műsoros napot szervezett a 2004-es év során, ami azt jelenti, hogy az év egy átlagos napján minimum⁶ hét fesztiválon zajlottak programok.

A **fesztiválok háromnegyedét egyetlen településen rendezik**, ezek túlnyomó része az illető helység ünnepeorozata. Körülbelül minden tizedik fesztivál terjed ki ötnél több településre. A regionális fesztiválok térnyerése viszonylag új jelenség. Időben talán a Zempléni Fesztivál tekinthető a válfaj hazai prototípusának.

A fesztiválok **60%-a 10 évnél fiatalabb**, ezen belül fele-fele arányban oszlik meg az öt évnél régebben, illetve a maximum öt éve működők aránya. A tíz évnél idősebb fesztiválok

aránya 40%, ebből a legrégebbiek, a **húsz évnél is régebben működők aránya 12%**.

A FESZTIVÁLOK MŰFAJI VÁLTOZATOSSÁGA

A fesztivál piac általunk vizsgált szeletének közel **felét a népművészeti, az amatőr művészeti és a szórakoztató, gasztronómiai fesztiválok adják**, ezen belül is különösen nagy aránnyal a népművészeti fesztiválok. A hivatásos **művészeti ágakat** reprezentáló fesztiválok kisebbségben vannak, a zenei, a színházi, az irodalmi fesztiválok összesen a fesztiválok kb. egynegyedét, az összművészeti és a könnyűzenei fesztiválokkal együtt **kb. 40%-át teszik ki**.

A műfajuktól függetlenül, a **fesztiválok kétharmadában volt több-kevesebb népművészethez kapcsolódó program**. Víznyomlag sok fesztivál gondol a fiatal korosztályokra is, valamilyen gyermek program több mint felükben fellelhető volt.

A színházi és a zenei programok jelenléte hasonló, a **fesztiválok 40-45%-a arról számolt be, hogy szerepelt programjában valamilyen (komoly vagy könnyű)zenei vagy színházi produkció**.

A **fesztiválok 40%-ban volt valamilyen képző vagy iparművészeti kiállítás is**, és a felében népművészeti vásár.

Az amatőr tánc produkciók, bemutatók (társastánc, mazsorett, akrobatikus rock&roll, hip-hop, stb.) a fesztiválokon is népszerűek, már több mint egyharmadukban jelen voltak. Az irodalom, a nemzetiségi kultúra megjelenése a fesztiválok mintegy 30%-ra jellemző és hasonló arányú a szakmai beszélgetések, konferenciák, workshopok előfordulása is. A sport, a film, az amatőr versmondás/színjátszás a fesztiválok 20-25%-ban kapott helyet.

5. A vizsgálat során a Magyar Fesztivál Szövetség, a Magyar Művészeti Fesztiválok Szövetsége és a Folklorfesztiválok Magyarországi Szövetsége által rendelkezésünkre bocsátott összesen több mint 300 fesztivált tartalmazó listáról dolgoztunk. 230 sikeres interjú készült el.

6. Azért minimum, mert nem mértük meg az összes fesztivált, csak 230-at.

Az évés-ivás örömeinek is áldoznak a fesztiválok: 40%-uk nyújtott gasztronómiai és 20%-uk borászati programokat.

A FESZTIVÁLOK TÁRSADALMI HATÁSA

A fesztiválok illetve a létrejöttüket támogatók áttételesen a társadalom egészének fejlődését szolgálják. A művészetek minél szélesebb körben való terjesztése mellett, az új produkciókat műsorukra tűző fesztiválok támogatásával a **művészeti élet megújulását segítik**, a fesztiválok által alkalmazott szervezők, a kiszolgáló személyzet és művészek alkalmazásával munkaalkalmak teremtésén keresztül a **foglalkoztatottság növelését** szolgálják. A fesztiválipar működtetése serkenti az **idegenforgalmat és a gazdaságot is**. Közvetve vagy közvetlenül általában mindenki jól jár, a résztvevő közönség, a fesztivál "csinálók" és a támogatók egyaránt. Ez az elmélet, és mit mutatnak az adatok?

ÚJ PRODUKCIÓK SERKENTÉSE

Átlagosan minden fesztiválra jut egy új színházi vagy komolyzenei/kortárszenei ősbemutató. Az ősbemutatók persze meglehetősen egyenlőt-

lenül oszlanak el, például a Sziget Fesztivál, a Budapesti Tavaszi Fesztivál, a Budapesti Őszi Fesztivál, a Szegedi Szabadtéri Játékok, a Művészetek Völgye, a Zempléni Napok együttesen mintegy 100 új bemutatóról adtak számot, melyekből 31 kifejezetten a fesztiválok - közülük összesen 20 a BTF illetve a BŐF - megrendelésére készült el.

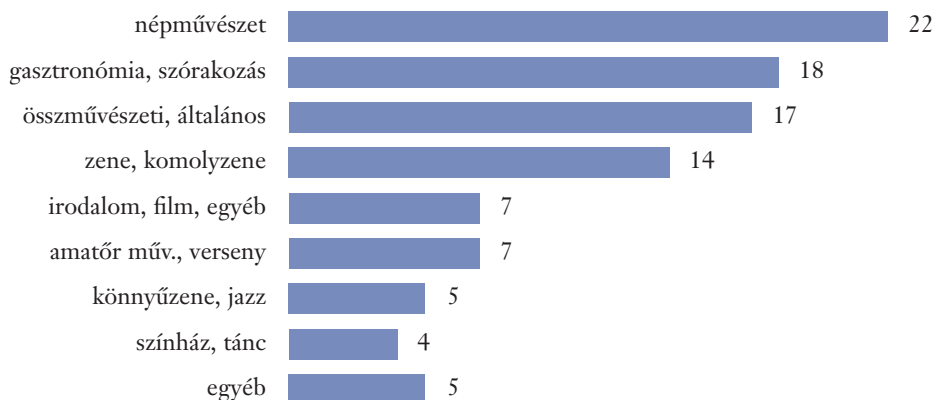
FOGLALKOZTATÁS, MUNKAALKALMAK BIZTOSÍTÁSA

Egy átlagos fesztivál 92 főt, ebből 50 önkéntest és 42 teljes vagy részmunkaidőben fizetett munkaerőt alkalmaz (a vizsgált 230 fesztivál összesen kb. 22 ezer főt), valamint 130-130 körüli mind az amatőr, mind a hivatásos művészek egy fesztiválra jutó száma (a megmozgatott amatőr és hivatásos fellépők száma a 230 vizsgált fesztiválon összesen hozzávetőlegesen 50-60 ezer volt).

IDEGENFORGALMI VONZERŐ, ÁLLAMI BEVÉTELEK

A fesztiválok látogatói átlagosan 57%-ban kerülnek ki a helyi lakosokból, 16%-ban a környék-

1. ábra: A különböző műfajú fesztiválok aránya (% , N=230)



béliekből, 6%-ban budapestiekből (amennyiben nem budapesti a fesztivál), 8%-ban a környező megyékből, a régióból, 5%-ban az ország távolabbi részéből, 4%-ban határon túli szomszédos országokból, 3%-ban Európa más országaiból és 1%-ban Európán kívüli országokból.

Minél távolabbról érkezik valaki egy fesztiválra, annál többet költ. Az addicionálisnak nevezett költségek a fesztiválok típusától, helyszínétől, programkínálatától függően a jegyárak többszörösei lehetnek. Az általunk ilyen szempontból is megvizsgált két borfesztivál egyikén kétszeres, a másikán négyszeres szorzókat kaptunk. Ennél kisebb "eredményeket" mértünk két színházi fesztivál esetében, de tudomásunk van olyan vizsgálatról, amely szerint a szabadtéri színházi fesztiválokon a jegyek árának nyolc-tíz-szeresét költik el az adott városban.⁷ Bár a szorzók, azaz a fesztiválok ilyen szempontú gazdasági hatékonysága változó, azt mindenképpen fontos kiemelni, hogy sok fesztivál kapcsán az állam a fesztiválokat kísérő járulékos tevékenységek (pl.: utazás, szállás, étkezés, városnézés, vásárlás, stb.) végzése kapcsán, különböző adók és járulékok formájában jelentős bevételekre is szert tehet. A fesztiválokra fordított költségvetési pénzek egy része így módon megtérül. A megtérülés mértékének kiszámítási módja ugyan még vitatott, de az kétségtelen, hogy maga a tény, mely szerint **a fesztiválok nemcsak pénzfalók, de bevétel termelők is, még nem kap kellő hangsúlyt.**

A FESZTIVÁLOK KÖLTSÉGVETÉSE, A SZPONSZOROK SZEREPE A FESZTIVÁLOK FINANSZÍROZÁSÁBAN

A fesztiválok 33%-ának teljes költségvetése 3 millió forint alatti volt, ebből 15% 1 milliónál is kevesebb költségvetésből gazdálkodott. A 3-10

millió forint közötti teljes költségvetésű fesztiválok aránya 35%. 10-30 millió forintból kb. egyötödük, és 30 millió forintnál több pénzből, közel 15%-uk gazdálkodott 2004-ben. A vizsgált magyar **fesztiválok átlagosan több mint 20 millió forintból jönnek létre.** A Kft.-k vagy egyéb vállalkozási formában működő fesztiválok 24 millió forintból (a Szigettel együtt 68 millióra módosul az átlag), ami háromszorosa egy átlagos önkormányzat által működtetett fesztiválnak. A legnagyobb átlagos költségvetés - 40 millió forint - a Kht.-k, egyesületek, alapítványok által szervezett fesztiváloké. A „fesztivál tortából” a legnagyobb szelet is az övéké, legalábbis az itt mért fesztiválok közül, összesen hozzávetőlegesen 60% jutott nekik, s mindössze 20% körüli mind az önkormányzatok, mind a vállalkozások szelete. (Ebbe a számításba a Sziget fesztivált nem vettük bele, mert az nagyon eltorzította volna az arányokat, a Kft.-k piaci részesedését 40%-ra "húzza" fel.)

2. tábla

**MEKKORA A FESZTIVÁL VONZEREJE,
MILYEN TÁVOLSÁGRÓL VONZ LÁTOGATÓKAT?
ÖN SZERINT A KÖZÖNSÉG**

KB. HÁNY SZÁZALÉKA JÖN ...?*	%
a fesztiválnak helyet adó településről	56
Budapestről (ha vidéken van a fesztivál)	6
a kistérségből, a környező településről	16
a környező megyékből, a régióból	8
a határon túlról (környező országokból)	4
Európa más országaiból	3
Európán kívüli országokból	1
összesen	100

A legdrágább fesztiválok a színházi, az összművészeti és a könnyűzenei fesztiválok. Legolcsóbbak a népművészeti, ezek fele három millió forintnál is kisebb költségvetésű. Az összművészeti fesztiválok 60%-a tíz milliónál kevesebb összegből gazdálkodik, de egynegyedüknél a teljes költségvetés meghaladja a 30 millió forintot.

7. Gedeon József a Szabadtéri Színházak Szövetségének ügyvezetője nyilatkozta a Népszabadságnak 2004. március 10. számában.

A vizsgált több mint 200 fesztivál adatai szerint, a fesztiválok teljes költségvetésének 35%-a saját forrásból, 18%-a önkormányzati forrásból származott (bár e két forrás összeosódhat az önkormányzatok által szervezett fesztiválok esetében, hiszen saját forrásként nevezhetjük meg az önkormányzati forrást). A vizsgálat talán egyik legmeglepőbb, nem várt eredménye, a szponzorokkal kapcsolatos. **A szponzorok szerepe nemcsak abszolút értelemben kiemelten fontos, amennyiben minden ötödik forint tőlük származik, hanem még az is elmondható, hogy a központi állami, illetve az önkormányzati támogatáshoz hasonló mértékben - sőt az előbbi még valamelyest meg is haladva - járulnak hozzá a fesztiválipar virágzásához! A szponzorok hozzájárulása 20%, a központi állami támogatás mértéke a fesztiválok teljes költségvetésén belül 18%.**

A különféle hazai és külföldi pályázati forrásból elnyert összegek aránya 3%. Az NKA-tól elnyert forrásokból a költségvetés 3%-a származott. A civil szervezetek és a média a fesztiválok teljes költségvetéséhez 1-2%-kal járult hozzá.

A fesztiválok 60-65%-a tudhat magának szponzort. E fesztiválok körében átlagosan a teljes költségvetésük egynegyedét teszi ki a szponzori támogatás. A mintegy 200 fesztiválnak összesen 1012 állandó és 1045 alkalmi szponzora volt 2004-ben. (Ez a szám tartalmazhat halmozódást, tehát lehetnek olyan szponzorok, akik több fesztivált is támogatnak.) **Egy átlagos fesztiválra 9 szponzor jut.**

A LEGSIKERESEBBEK A SZPONZOROK „GYŰJTÉSÉBEN”?

- A megerősödés fázisában lévő, a 6-10 éve működő, a sem nem túl új, és a sem nem túl régóta működő fesztiváloknak,
- a könnyedebb szórakozást nyújtó, azaz a gasztronómiai, a bor, és egyéb fieszta jellegű fesztiváloknak,

3. tábla

A KÜLÖNBÖZŐ MŰFAJÚ FESZTIVÁLOK ÁTLAGOS KÖLTSÉGVETÉSE (SZIGET NÉLKÜL)

	Ft	N
összművészeti, általános	41.158.486	38
zene, komolyzene	14.082.762	29
könnyűzene, jazz	24.935.598	10
színház, tánc	75.370.904	11
irodalmi, film, egyéb	11.680.285	14
népművészet	5.813.733	47
amatőr műv., verseny	11.164.766	15
gasztr., szórakozás	10.533.250	32
egyéb	12.688.444	9
átlag összesen	21.304.093	205

Ft (átlag), N(válaszoló fesztiválok száma)

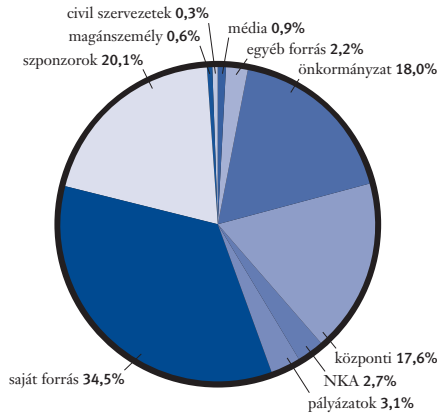
- az öt-tíz milliónál nagyobb teljes költségvetésből gazdálkodó fesztiváloknak, valamint
- a kétezer főnél többet, de különösen a legalább tízezer főt vonzó fesztiváloknak van a legtöbb szponzora.

REKLÁM ÉS MARKETING TEVÉKENYSÉG

Mind a fesztiválszervezőknek, mind a fesztiválok támogatóinak alapvető érdeke a jó, hatékony reklám és marketing tevékenység, ami nyilván nem független pénzügyi lehetőségeiktől. Értethető módon a helyi médiát veszik a legtöbben igénybe, 85-95% számolt be arról, hogy a helyi nyomtatott és elektronikus sajtóban megjelentetett reklámot. Hasonló arányú a szórólapok használata is. Országos hatókörű médiát a fesztiválok 55-65%-a vett igénybe. Legkevesebben - a megkérdezettek 25%-a óriásplakátot használt. Utazási irodákkal 40% állt kapcsolatban. A fesztiválszervezők 17%-a számolt be külföldi utazási iroda(k)ban való megjelenésről.

A vizsgált fesztiválok 40%-a készített az elmúlt 4-5 évben közönségéről felmérést, de mind-

2. ábra

**A PÉNZFORRÁSOK TELJES KÖLTSÉGVETÉSEN
BELÜLI ARÁNYA (N=211)**

össze 20% készítette ezt független külső szakértő céggel. Ha a nagyobb költségvetésű fesztiválokat vizsgáljuk, akkor a vizsgálatot készítő aránya 60-70%-ra nő, azonban a profi, független szakértő cégek aránya alig. **A vizsgált fesztiválok közül 2000 óta, nem egészen 10% végeztetett független szakértő céggel közönség vizsgálatot!** Ez az igen alacsony arány azt mutatja, hogy a szponzorok körében sem lehet általános, hogy ragaszkodnának a felmérésekhez, így maguk sem tudhatják, hogy mennyire hasznosult a pénzük, hogy vajon hány emberhez juthatott el a támogatásért fejében, a fesztivál ideje alatt róluk kihelyezett reklám. Felmérés hiányában azt sem tudhatják biztosan, hogy milyen közönségszegmenst vásároltak meg.

A stratégiai és marketing szemlélet hiányát nemcsak az mutatja, hogy nem készítetnek a fesztiválszervezők közönség tanulmányokat, hanem az is, hogy a fesztiváloknak csupán 38%-ának van honlapja. (A valós arány ennél kevesebb, ha azt is figyelembe vesszük, hogy hány olyan fesztivál van, melynek külön, önál-

ló honlapja van és nem az önkormányzat vagy a település honlapján van megemlítve.)

Maguk a fesztiválszervezők is érzik a marketing szemlélet hiányát: összességében a fesztiválszervezőknek csak 30%-a elégedett teljes mértékben a fesztivál reklám és marketing tevékenységével, és valamivel többen, 36% a közönségszervezési tevékenységgel. 40%-uk arról számolt be, hogy marketing tevékenységüket szeretnék a jövőben fejleszteni.

A FESZTIVÁLOK MINŐSÉGE

A fesztiválokat a tartalmuk, koncepciójuk, programjaik szerkesztése, az előadók, a fellépők színvonala, valamint a kommunikációjuk minősége szempontjából együttesen vizsgálva azt mondhatjuk, hogy a **legjobb**

- a színházi,
- a komolyzenei,
- a gyerek és ifjúsági, valamint
- az összművészeti (teljes) fesztiválok,

a **leggyengébbek** pedig

- a népművészeti,

4. tábla

**MILYEN CSATORNÁKAT
HASZNÁLTAK A FESZTIVÁL
NÉPSZERŰSÍTÉSÉRE, REKLÁMJÁRA?**

	%
helyi írott sajtót	97
szórólapokat	96
helyi televíziót	85
helyi rádiót	84
Internetet (saját és egyéb)	82
országos napilapokat, magazinokat	65
országos rádió csatorna(ka)t	63
országos tévécsatorna(ka)t	54
partner utazási irodákat	42
óriásplakátokat	25
egyéb	39

- az ünnepekhez kötődő,
- a gasztronómiai, bor, sör, és az egyéb fiesta jellegű fesztiválok.

A fesztiválok programjai átlagosan magasabb színvonalúak, mint a reklám anyagaik. Általában igaz, hogy **ahol magasabb színvonalú a fesztivál maga, ott a fesztivál kommunikációja, a programfüzetek külső megjelenése és a tartalma is magas színvonalú**, illetve fordítva, ha a fesztivál programjai igénytelenebbek ez általában megjelenik a kommunikáció igénytelenségében is. A népművészeti fesztiválok és a hagyományörző, „ünnepi” fesztiválok között fordul elő leggyakrabban, hogy jó koncepcióval, jó programszerkesztéssel megvalósuló fesztiválok gyenge minőségi reklámanyagokkal működnek.

Az elsősorban a szórakoztatást, vígasságot célul tűző, és a ráfordítás és látogatószám viszonyában fajlagosan olcsó fesztiválok érthetően gyengébben szerepelnek a tartalmi szempontok alapján. A különböző ünnepeket és a történelmi hagyományokat ápoló fesztiváloknak általában inkább az ötlete, a koncepciója jó, a kivitelezésük már kevésbé sikeres.

Egyéb, nem a fesztiválok tartalmi elemeit mérő mutatók (pl.: külföldiek aránya, reklámtevékenység intenzitása, művészeti programok száma, alkalmazott önkéntesek száma, stb.) alapján is készítettünk minősítést. A tartalmi és ezen egyéb szempontok alapján együtt készített minősítés azt mutatja, hogy **a fesztiválok fele átlagos, és kb. egynegyed mind az átlagon aluli, mind az átlag feletti fesztiválok aránya.**

A **szponzoráció szempontjából**, nem mondhatjuk, hogy a magasabb színvonalú fesztiválok sikeresebbek lennének a szponzorok felhajtásában, mint az alacsonyabb színvonalú fesztiválok. Sőt, az az összefüggés rajzolódik ki, hogy **a silányabb minőséget több szponzor támogatja.** A nagy támogatók szeretnek kizárólagosságot, és garántált sikert kapni cserébe a nagyobb összegű pénzükért, ami feltehetően az irányba

hat, hogy a kisebb, névtelenebb fesztiváloknak kisebb szponzorok „jutnak”, így a szükséges pénz előkerítéséhez több szponzort kell „begyűjteniük”. Mindez csak feltételezés, mert vizsgálunk nem terjedt ki arra, hogy az egyes szponzorok mekkora összeggel támogattak egy-egy fesztivált, mivel a válaszadók ezt az információt nem szívesen közölték volna. Emiatt adataink csak a szponzorok számára, illetve a teljes szponzorációs összegre vonatkoznak, és sem a szponzorok nevét, sem az egy-egy szponzorhoz köthető támogatás összegét nem tartalmazzák.

De hogyan látják a szponzorok a kultúra illetve szűkebben véve a fesztiválok támogatását? Milyen stratégia, milyen elvek vezérlik őket a szponzorálandó ügyfelek kiválasztásánál és vajon mit várnak cserébe a pénzükért?⁸

A KULTÚRA TÁMOGATÁSA, SZPONZORÁLÁSA

A legtöbb helyen az 1990-es évek elejére, de egyes egykori állami cégeknél még ezelőtti időszakra teszik a vállalat kultúratámogatásának történetét. Eltérő válaszokat kaptunk arra nézve, hogy miért is kezdtek kultúratámogatásba, és miért éppen az adott rendezvényeket szponzorálják. Jellemző volt a **hagyományokra** való hivatkozás, illetve általában a legelső kulturális támogatásnál a cég első számú vezetője és a támogatott produkciót képviselő művész közti **korábbi ismertség**, vagy a cég vezetőjének **személyes vonzódása valamely művészeti ághoz.**

„Kulturális projekteket 2000 óta támogatunk, ... egy baráti kapcsolat révén jött létre.”

„A támogatások kiválasztása a hagyományokból eredő együttműködések, szubjektív döntéseken, személyes kapcsolatokon, a közönség és a cég célcsoportja közötti kapcsolaton alapul.”

A külföldi tulajdonossal rendelkező hazai cégeknél bizonyos mértékig meghatározó az

8. A kultúra- és fesztiváltámogatás, szponzorálás gyakorlatáról kilenc nagyvállalatnál készített interjú alapján vontuk le következtetéseinket. Az anyag Arnold István közreműködésével készült.

anyavállalat kultúratámogató magatartása külföldön.

„A kultúratámogatás terén több változás volt, a cég elkötelezett, de a hangsúly az utóbbi két évben a karitatív irányba tolódott el, így csökkent a kultúratámogatás súlya. Az anyagcég felmérésének eredménye szerint, a márkaválasztásban nagyobb befolyásoló erővel bírnak a karitatív ügyek. Így a korábbi évek kultúratámogatási gyakorlata nem folytatódik, csak egy színház támogatása maradt meg.”

„Igazi kulturális szponzorálást tavaly óta folytatunk, a ... (fesztivál neve) támogatásával. Erre azért került sor, mert az új külföldi tulajdonos hagyományos kultúratámogató.”

MILYEN TÉNYEZŐK BEFOLYÁSOLJÁK A SZPONZORÁLÁS, A TÁMOGATÁS STRATÉGIÁJÁT?

1. ÉRTELEM VAGY ÉRZELEM?

A legtöbb esetben valahol a kettő között, is-is alapon születnek a döntések, mind a kemény üzleti szempontoknak, mind az érzelmi szempontoknak jut szerep.

„Az adományozásnál inkább meghatározó az érzelmi töltet, a szponzorálásnál inkább a kommunikációs lehetőség, bár az utóbbi időben az adományozásnál is kell, hogy legyen kommunikációs, imázsépítő haszon. Ugyanakkor a szponzori döntéseknél is befolyásoló tényező az érzelmi alap.”

2. A CÉGEK PROFILJA

Jelentősen eltér a valamilyen konkrét fogyasztási cikket, terméket értékesítő és a szolgáltató cégek támogatói politikája. Az előbbire jellemző, hogy a támogatást kifejezetten termék-marketing és közvetlen értékesítés növelő célokra használja, míg a szolgáltatóknál az imázs alakítás áll az első helyen.

5. tábla

A FESZTIVÁLOK ÖSSZESÍTETT MINŐSÉGI PONTSZÁMAI

	átlag	db.
színházi	28.14	7
egyéb hivatásos művészeti	27.67	3
komolyzenei	27.35	17
gyerek, ifj.	27.33	3
összművészeti, teljes	27.05	19
könnyűzenei	26.38	8
sport, természet	24.80	5
amatőr ea. Műv.	24.07	15
összművészeti, részleges	24.05	20
népművészeti	23.42	19
ünnepek		
(vallási, profán, történelmi)	23.19	21
gasztronómiai, bor, sör	20.85	13
egyéb fiesta	20.31	13
összes fesztivál átlaga	24.45	163

átlag: műfajonkénti átlagpontok (6-30 között)
db: minősített fesztiválok száma

„Mi a kultúrát döntő módon, 90%-ban az arcu-
latépítő szponzorációban kezeljük, van néhány kisebb
elem – egy-két folyóirat támogatás –, ami úgymond
a mecenatúra terület terhére megy, de általában
kifejezett cél is, hogy valamilyen ellenértéket is kap-
junk, és az valamilyen szempontból visszahasson
az adományozóra.”

„Cél a cégimázs alakítása, de ma az már nem
elég, hogy kiteszik a logót. Értékesítési célok is kell
hogy segítsen a szponzorálás, és az adományozásnál
is fontos a kommunikációs, imázsjavító hatás.”

„Cél a márka-imázs és az értékesítés ösztönzés.
A kizárólagosságot kérjük a rendezvényeken,
illetve hogy a márkával meg tudjunk jelenni, pró-
bálunk kontaktust kiépíteni a vevőkkel, interaktív
kommunikációt kialakítani velük. ... Kereskedelmi
szempontból ez nem térülhet meg a helyszínen, de
mindenképpen fontos, hogy a fogyasztó kapcsolatba
kerüljön a termékkel.”

3. A CÉGEK AKTUÁLIS PIACI HELYZETE

Sokszor **változik a cégek piaci helyzete**, ami a szponzorálási gyakorlatban is megjelenik:

- egy cég ügyfélkörének jelentősebb változása: pl. kis számú vállalati ügyféllel rendelkező bank nyit a lakosság felé,
- a korábban monopol-helyzetben levő vállalat versenyhelyzetbe kerülése miatt esetleg imázs váltásra van szükség, vagy a monopólium megszűnésével fontos fokozatosan beszállni a szponzorálásba, tapasztalatokat szerezni,
- a regionalitás, új székhely megnyitása. Több cég esetében jellemző, hogy egyes régiókban szolgáltatnak, vagy országos hálózatukat erősítik, így kifejezetten egy-egy régiót céloznak meg kommunikációjukkal.

„...a kortárs, új művészetet megjelenítő ... Fesztivál támogatásával egy frissebb, fiatalosabb, rugalmasabb imázst szeretnénk”

„...azokban a régiókban legyünk jelen támogatásokkal is – ez elsősorban Budapesten kívültre értendő –, ahol a legtöbb fogyasztó találkozik a neviünkkel. Ilyen szempontból mi a regionális, a különböző megyeszékhelyeken, városokban levő kulturális és egyéb rendezvények támogatásához szívesen hozzájárulunk.”

„Az is előfordulhat, hogy olyan nem fővárosi eseményt támogattunk, ahol a közönség jelentős része budapesti, Ha valaki azzal jön hozzánk, hogy a rendezvényén a legnagyobb fővárosi fogyasztók jelen lesznek, az a tuti.”

„ez egy véleményformáló rendezvény-e, a helyi viszonyokat nézve.”

4. A TÁRSADALMI FELELŐSSÉG

A cégek számára a közvetlen hasznot szem előtt tartó szempont mellett egy-egy cégnél megfogalmazódik a **társadalmi felelősség** kérdése is:

„... a társadalom fejlesztése, és támogatása is kötelessége egy cégnek.... fontos, hogy lássák, hogy a szolgáltató vissza is ad valamit, felelősséget vállal. Ilyen tekintetben egy hosszútávú tevékenység, egy hosszútávú stratégia része.”

„Azt azonban nagyon fájlalnánk, ha egy hagyományos, nagy presztízsű ügy, a források biányában elhalna.”

„...ha egy cég egy bizonyos méretet túlnő az árbevételre nézve, akkor úgy gondoljuk, hogy vannak olyan társadalmi kötelezettségvállalásai, amiknek meg kell felelnie, és itt elsősorban a szegénység az egészségügy... A kultúráról azt gondoljuk, hogy a kultúrát támogatni egy megtisztelő feladat, a szegénységet meg az elesettséget meg kötelezettségnek gondoljuk. Talán emiatt, mivel ez egy kötelezettség, oda nagyobb erőket fordítunk, a kultúrára arányában kisebbet.”

5. EGYEDÜL VAGY MÁS CÉGEKKEL KÖZÖSEN?

Amint jeleztük, a kultúratámogatáson belül jellemzően **főtámogatói** státuszra törekszik mindenki, ezért olyan kategóriákban gondolkodnak, amelyekben ezt megengedhetik maguknak. A legnagyobbak egész fesztiválok főtámogatói lehetnek, viszont egy szinttel lejjebb már inkább távol marad a cég a fesztiváltól, ha a főtámogatói cím túl sokba kerül. Valamennyi szponzor gondosan megvizsgálja, hogy kik az adott esemény társ-támogatói, és ha akár csak érintőleges konkurenciát is talál köztük, eláll a támogatástól. Ugyanakkor az, ha egymást szerezésen kiegészítő üzletágak nagyságban hozzávetőleg hasonló képviselői vannak a támogatók között, húzó erőt gyakorolhat.

Az állami támogatások jelenléte nem fontos a számukra, de a regionális programokat támogató cégek számára iránymutató, ha a helyi önkormányzat is a projekt mögött áll.

„Amikor ilyet csinálunk az egyedi legyen és ne legyen összetéveszthető, és ne kerüljön bele egy szponzorerdőbe. Nyilván ez részben nem csak szabad választás kérdése, hanem nagyság kérdése is, tehát a ...(cégnév) megteheti, hogy kerülje a szponzorerdőt, nyilván a kisebb cégek, akiknek korlátozottabbak az anyagi lehetőségei, nem képesek erre.”

„Nem csak azt nézem, hogy milyen típusú dolgokba akarok beszállni, hanem azt is, hogy hogyan.

Az ember kizárólagosságra is törekszik, névadásra.”

„Mi mindig kizárólagosságot kérünk. Most nyáron megkerestek minket valami ál-rendezvénnel, leellenőriztük, és ez azonnal kiderült. Ebből a szempontból, ha mögötte áll az önkormányzat, az biztosíték, vagy ha nem nézi jó szemmel a dolgot, azt is megfontoljuk.”

Hozzá kell tenni, hogy a fesztiválok fő támogatói az összes költséget egyetlen esetben sem fedezik, mindig szükség van egyéb forrásokra is. A fogyasztási terméket értékesítő cégeknél viszont bevett gyakorlat, hogy akár maga a cég szervez kisebb fesztivált abba a régióba, ahol éppen a pozícióját erősíteni, vagy védeni érzi szükségesnek, ez esetben a teljes költséget vállalják.

A DÖNTÉSI FOLYAMAT

Nagy eltérés tapasztalható a támogatói döntések meghozásában. Az egyik véglet a marketing osztályon belüli kicsiny rendezvényes csoport döntési joggal rendelkező vezetője, a másik az első számú vezető kizárólagos igénye a támogatói döntések meghozására. A döntési folyamat értelemszerűen eltérő, minél inkább üzleti célokat szeretne szolgálni a cég támogatásaival, annál inkább helyezi a döntéshozást az erre a célra specializált — általában a marketing osztályon belül levő — szakmai osztály hatáskörébe. **A legjellemzőbb döntési folyamat a marketing vagy PR osztályon belüli csoport javaslattétele a marketing igazgató számára, akinek a döntését a felső vezetésnek kell jóváhagynia.** A büdzsét minden esetben a felső vezetés hagyja jóvá, ezen belül van aztán a marketingvezetőnek kisebb-nagyobb hatásköre támogatói döntéseket hozni.

A büdzsét és a stratégiát, — ahol van — általában **összel határozzák meg** a következő évre vonatkozóan. Ez változó, helyenként már **konkrét ügyeket** is tartalmaz, másol csak a támogatandó területeket, megint máshol szinte csak a **pénzügyi keretet**, és valamilyen általános irányelvet.

Jellemző, hogy egy-egy „bevált” eseményt, **szervezetet több éven át támogat** a szponzor, de általában egy évre szól a döntés, és az év végén megnézik, érdemes-e folytatni. Egyik interjúalany szerint általában három év a beérése egy-egy támogatásnak.

Mindez nem jelenti azt, hogy lehetetlen az utcáról, ismeretlenül is támogatáshoz jutni. Több cégnél előfordul, hogy hagynak **némi keret-tartalékot az év hátralevő** részére, de arra is láthatunk példát, hogy **negyedévi, vagy havi döntéshozatalokkal költik el a keretet**, a beérkező kérések támogatására.

A FESZTIVÁLOK TÁMOGATÁSÁNAK HASZNA

1. A fesztiválok támogatása mellett elsősorban a **nagy látogatottságuk** szól, és a **koncentrált reklám megjelenés** lehetősége adott helyen és időben. Ebből fakadóan egyes cégeknél a kulturális szponzorálás 100%-a fesztiváltámogatás, de jellemzően ez az arány 50% fölött van.

(A fesztiválok támogatása ellen szól az a korábban már említett tény, hogy a cégek szeretnek egyedül, főtámogatóként megjelenni, és egy nagyobb fesztivál esetében ez nagyon költséges. Néhányan ezért inkább távol maradnak.)

„...nagyleptékű országos rendezvényeket és inkább jelentős összeggel támogatunk, arra kevésbé volt példa, hogy kisebb helyi rendezvényt kisebb összeggel. Inkább nagyobb rendezvényeket nagy pénzzel és akkor volt megfelelő ellenérték is, remek reklámlehetőség.”

„Mi szívesebben támogatunk fesztivál-szerű dolgokat, egyszeri eseményeket, amiknek nagyobb publicitása van. Eseményeket, viszonylag rövid idő-intervallumú eseményeket támogatunk, mivel azok kommunikációja intenzívebb.”

„Más dolog egy intézmény vagy együttesek támogatása, mint egy fesztivál. Mi inkább a minőséget nézzük e téren, ha egy nagyon színvonalas fesztivál van szerveződobben, akkor mi arra figyelünk. Inkább

a már múlttal rendelkező, a folyamatos értéket képviselő, színvonalas fesztivált támogatunk.”

2. Reprezentáció, üzleti kapcsolatok erősítése, munkatársak lojalitásának erősítése

A támogatott kulturális eseményeket előszerezéssel használják **reprezentációra** a szponzorok. A cégvezetők többnyire megjelennek a rendezvényeken, és jellemző, hogy meghívják **legfontosabb üzleti partnereiket**. Néhány helyen már **belső PR-ra, és az alkalmazottak lojalitásának erősítésére** is használják a támogatott rendezvényeket. Ezeknél a cégeknél a döntések meghozásakor azt is tekintetbe veszik, hogy olyasmit támogassanak, amire maguk és a munkatársak is szívesen elmennek.

„Sokszor elmennek (a vezetők) a támogatott eseményekre, olyanokat támogatnak, amire szívesen el is mennek ők maguk és a munkatársak is. A kortárs képzőművészeti mecenatúra program pl. sikeres volt, de távol állt a munkatársak és a szélesebb társadalmi rétegek érdeklődésétől, ezért abba is hagyták.”

„A vezetők közül valaki megjelenik a sajtótájékoztatón, ünnepélyes megnyitón, és egyes produkciókat is megnézik. Ez inkább munka, mint élvezet. A legnagyobb fogyasztóinknak tiszteletjegyeket adunk.”

„A vezetők mindig elmennek, megpróbáljuk a lehető legjobban kihasználni a rendezvényeket.

Az adott régió belül meghívjuk a partnereinket és a helyi vezetőket.”

„...jó volt, amikor a ...(a fesztivál neve) vidéki helyszínein felzárslózhattuk a városokat céges zászlókkal. Jó érzés volt látni ezt, nagyban erősítette a munkatársak lojalitását, és ez különösen fontos, mert az értékesítői hálózatban nagy a fluktuáció.”

Fontos, hogy hogyan tudja a cég az együttműködést beemelni a **kommunikációjába**, hogyan tudja hasznosítani, megfeleltetni az üzleti stratégia céljainak.

„Minden cég minél kreatívabban próbálja felhasználni a támogatását. Én nem hiszek abban, hogy a legnagyobb a logó legyen. Termékstandot és prospektusokat nem helyezünk ki, legfeljebb a szlogent

tudjuk játékosan a rendezvény profiljától függően beszélni valahova.”

A szponzorálás hasznának mérése, kiutatása csak ritkán fordul elő (például a szponzorált esemény kapcsán megszerzett média-megjelenés értékét kiszámolják piaci áron), részben azért, mert úgy gondolják, hogy nem lehet mérni, számszerűsíteni az így megszerzett hasznot. Volt olyan cég, amelyik felvállalta, hogy nem is tudja, hogy hogy lehetne megmérni a hatékonyságot, ugyanakkor azt gondolja, hogy a jövőben biztos lesz erre igényük, hogy örülnének ilyen jellegű kutatásoknak.

MILYEN A JÓ PÁLYÁZÓ?

A szponzorok szerint ugyan javuló a tendencia, de még kevés a jó pályázó. **A jó pályázó előre tájékozódik a szponzorról, tudja, hogy mire van a szponzornak szüksége**, és kiszolgálja őt. A jó pályázatnak tartalmaznia kell nemcsak magának a rendezvénynek a tervét, hanem a **marketing és média tervet is**, valamint fontos a **többi szponzor feltüntetése is**. Előnyt élvez az a pályázó, aki **adatokkal tudja bizonyítani, hogy a közönsége megfelel a szponzor célcsoportjának**. Az ilyen adatok megléte a szervezők profizmusába vetett hitet is erősíti:

„Azt szoktuk kérni a támogatás igénylőktől, hogy minél strukturáltabban írják le hogy mi az, amire kérnek, próbálják meghatározni, hogy mennyit kérnek, ha ez egy szponzoráció, akkor mit tudnak adni, és az én részortom az, hogy ezeket a dolgokat összefogjam és egy döntéslélekészítő anyagot készítek az elnök-vezérigazgató részére”

„Ha jön egy új rendezvény, akkor előtte írásos megkeresés kell hogy legyen: mailen, faxon, levélben, itt általában azért telefonon előtte beszélünk és megmondjuk hogy mik azok a dolgok, amik nekünk nagyon fontosak. Nagyon egyszerűen megfogalmazza, mit kérnek és mit szeretnének, és mit tudnak adni ezért cserébe, azt szeretjük, ha egy marketing terv van, média tervvel mellette, egy vendéglátási terv, és magának a rendezvénynek a rövid leírása.”

„Megkérjük, hogy tüntesse föl a többi szponzort, mert az fontos, hogy egy márka milyen másik márka mellé kerül, hogy az tudja-e búzni, vagy nem búzza.”

„A ... (fesztivál neve) mellett szólt az is, hogy a szervezők gondos közvéleményfelméréssel rendelkeztek, tudták, hogy milyen a közönség összetétele, és nekünk ez a középkori, kisgyermekes réteg kell...”

A szponzorok elvárása egy üzleti viszonyhoz hasonlítható, ami a **megállapodások korrekt betartásában** nyilvánul meg. Ennek része a **visszajelzés** és a **hűség** is. A szponzoroknak olykor az a tapasztalatuk, hogy amíg nem utalják a pénzt, állandóan körülöttük nyüzsög az igénylő, azt követően pedig nem hallanak felőle, nem kapnak tájékoztatást a projekt megvalósításáról.

A MÉDIA SZEREPE

Valamennyi megkérdezett rendkívül károsnak, és a szponzorációt hátráltatónak érzi a köztelevízióra és rádióra vonatkozó média-törvény azon részét, amely gyakorlatilag nem teszi lehetővé kulturális műsorok szponzorálását, illetve a **kereskedelmi média** (írott és elektronikus) **negatív hozzáállását, a támogatók tudatos és következetes kiszervezését a támogatott eseményről szóló tudósításokból**. Egyesek szerint ezen a téren **nem beszélhetünk EU konformitásról**, soha nem tudhatják, hogy legújabb projektjük miatt büntetésre számíthatnak-e az ORTT-től, vagy nem.

„... Pedig tudhatnák, hogy ha feltüntetik, hogy ki a mecénás és milyen céllal támogatott valamit, azzal a kultúrát segítenék, hiszen akkor sokkal több kedvünk lenne adni. Hiszen ha ez a tágabb közönséghez is eljut és nem csak egy szűk szakértői réteghez, tehát ha van sajtója a dolognak akkor sokkal többet adnánk.”

„A média a kulcskérdés. Sajnálatos, hogy mind az állami, mind a kereskedelmi média elzárkózik a szponzorok megmutatásától, mindent megtesznek, hogy kivágják a szponzort az eseményről való tudó-

sításból. Még a névszponzort is levágják az esemény nevéből. Itt komoly szemléletváltásra lenne szükség.”

ÖSSZEGZÉS, KÖVETKEZTETÉSEK

Érdemes fesztiválokat támogatni, mert a fesztiválok támogatása révén mind a társadalom, mind a támogató nyer. A társadalom avval, hogy sok ember találkozik a kultúrával, a művészettel, a fesztivál a kultúrával való találkozás leghatékonyabb csatornája, egyben a kulturális egyenlőtlenség csökkentésének egyik legjobb eszköze. A fesztiválokkal nő a foglalkoztatottság szintje, a munkaalkalmak száma, nő a művészek fellépési lehetősége. A fesztiválok serkentőleg hatnak a művészeti életre, új produkciókat hoznak létre és a meglévőket széles körben terjesztik. Idegenforgalmi vonzerejük a látogatók addicionális költségein keresztül a helyi és a központi adók és járulékok révén az egész gazdaságot gyarapítják. A fesztivál-ipar a kreatív ipar része, mely növekvő részesedést jelez a fejlettebb országok gazdaságaiban is.

A fesztiválokat támogató szponzorok közvetlen haszna az ismertségnövelésben, a forgalomnövekedésben, az imázs javításában, szükség esetén megváltoztatásában nyilvánulhat meg. Emellett az üzleti kapcsolatok ápolásának valamint az alkalmazottak lojalitásának létrehozásában, megtartásában is fontos szerepet játszanak.

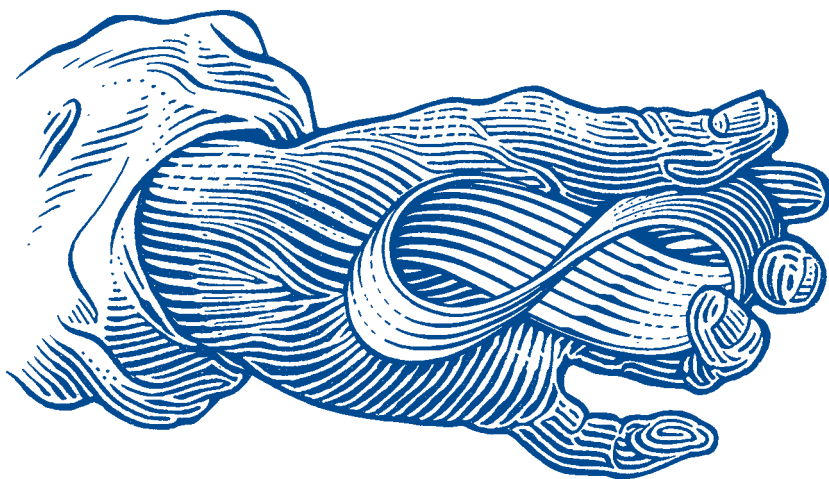
Ezekkel a hatásokkal a szponzorok egy része tudatosan számol, és marketing tevékenységének részét képezi a támogatások megtérülésének számbavétele, a hatás mérése is. Ez azonban ma inkább csak a legnagyobb támogatókra érvényes. A szponzorációs tevékenységnek mind a támogatók, mind az igénybevevők oldaláról még van hova fejlődnie, hiszen ma még sokszor a profizmus racionalitása helyett az érzelmek, az ismerettség, a kapcsolatok, esetleg az „ügyek” iránti elkötelezettség választja ki a szponzorálandó eseményt. Ez, az amúgy esetleg szimpatikus, de inkább a

mecenatúrára jellemző, ellenértéket nem okvetlenül váró hozzáállás eredményezi, hogy a szponzorációs pénzekért pályázók sem kényszerülnek rá a profi, üzletszerű hozzáállásra és szolgáltatásra.

De legyen bármennyire is szakszerű vagy szakszerűtlen a kérelmezési és a döntési pro-

cedúra, a szponzorok szerepe a fesztivál-ipar kialakulásában és fenntartásában igen jelentős: annak ellenére, hogy sem a médiatörvény, sem az adózási rendszer nem serkenti a szponzori tevékenységet, a fesztiválok megrendezéséhez szükséges költségvetésnek minden ötödik forintját a szponzorok biztosítják!

HÉT FONTOS PÉLDA



G. Németh György — Liptay Gabriella

HOGY VOLT? HOGY VAN MOST?

— *mecenatúra és szponzoráció a Westelnél és T-Mobile-nál*

NGGY: A mecenatúra, a támogatás és a szponzoráció egy multicégnél sosem lehet öncélú. Minden egyes mozzanat arról szól, hogy az üzleti stratégiát milyen módon képes támogatni, hogy a brand-érték alakításban vagy annak megerősítésében, a piaci versenyben, a kölcsönös előnyök alapján, milyen segítséget tud nyújtani. A vállalat megalakulása óta sok minden változott a társaság életében, a tulajdonosok körében is, az érték egy része azonban a kezdeti időkből származik. Azután számos olyan tapasztalatot halmoztuk fel, amit hozzá is tudtunk tenni a külföldi kultúrához, nem függetlenül az üzlettől. A szakmai kihívás a szakember számára ebben az, hogy miként tudja ezeket az eszközöket felhasználni Magyarországon, a sajátos kelet-közép Európai piaci, társadalmi környezetben. Vajon azok közvetlenül átültethetőek, vagy lehet-e, kell-e specializálódni, és ha igen akkor milyen irányban és mértékben. A másik kérdés, hogy ezeket a tapasztalatokat felhasználva, ki tud-e az ember olyat találni, amit más még nem csinált. Nagyon izgalmas kérdések, amelyet már az alakulás időszakában feltettünk magunknak. Tehát nem arról van szó, hogy azért támogatunk, azért szponzorálunk, mert ez a divat, vagy mert mindenki ezt csinálja, vagy mert a tulajdonos megköveteli tőlünk. A támogatás, a közösségi érdekek felkarolása olyan érték, amelynek segítségével az erősebb márkán és az elismertségen keresztül hozzá lehet járulni a cég sikeréhez is.

SPORT A FÓKUSZBAN

A mobilszolgáltatók esetében több bevált, követhető stratégiát tartanak számon. A kezdeti időszakban döntő kérdésnek számított, hogy egy ilyen felfutó iparágban – ahol gyakorlatilag a nulláról indultak a piac szereplői –, miként lehet gyorsan százzezreket, aztán milliókat elérni és magunk mellé állítani. A növekedési szakaszban egészen más eszközöket kellett használni, mint napjainkban, a piaci telítődés időszakában. A tömegek megszólításához, eléréséhez kiváló lehetőségnek kínálkozott a sport, amelynek – mint tudjuk – nincsenek nyelvi korlátai, népszerű, és átütő ereje a műfaj sajátosságánál fogva erős. Nem véletlen, hogy amikor a Westel megalakult, akkor a sport volt az, amit a cég a nemzetközi támogatói és szponzorációs kultúrából elsőként átvett. Más országokban ugyanis már kimunkálták, hogy miként lehet a sporton keresztül az üzleti életet segíteni, miképpen járhat jól mind a két fél. A cégnél az első kommunikációs vezető a sport világából érkezett. Szalay Péter sportismerete segített abban, hogy ez a filozófia része lett a cég életének. Ismerte és értette ennek a világnak a rezdülését, így természetes módon a népszerű nemzeti sportok támogatása a fókuszba került. Volt rendező elv, hiszen itt a cégnél az első perctől kezdve arra törekedtünk, hogy piacvezetők legyünk, akkor is, ha egyedül vagyunk, ha ketten, ha hárman, akárhányan leszünk is. A

másik igazodási pont a minőség. Amikor Európában még nem is beszéltek igazából a vállalatok minőségi kultúráról, akkor mi már az amerikai minőségi versenyek kritériumait tekintettük magunkénak, ránk nézve kötelezőnek. Innen jött az első pontja ennek a történetnek, hogy a minőség mentén alakítjuk ki a támogatást, a szponzorációt és a mecenatúrát is. Olimpikonokat, élsportolókat támogattunk, de olyanokat is, akik adott esetben nagy reménységnek számítottak, mert 16-17 évesen nem indulhattak még az olimpián, mégis úgy éreztük, van esélyük a nemzetközi bajnoki címre. Mert-hogy azt mondtuk: a minőséget a minőséggel kell összekötni, ezek függnek egymástól.

BELÉP A KULTÚRA

A kultúrában némiképp másként működik a szponzoráció és támogatási stratégia. Számtalan értékes és minőségi produkció jön létre, talán még több, mint a sportban. A kultúra átgondolt támogatása nélkülözhetetlen az emberek jelentős részének megnyeréséhez. A zenének különösen nagy szerepe lehet egy vállalat támogatói stratégiájában. A populáris zene földrészekén át tömegeket ér el, ma már szinte korlátok nélkül. Tíz éve döntöttünk egy jelentős vállalkozás mellett, akkor hoztuk létre a ma is oly népszerű *Kapcsolat Koncerteket*. A zene elfogadtatása nem ment könnyen, az első felvetések fogadtatása vegyes volt. Szerencsére segítőtársra akadtunk a Nokia cégben. Soha nem felejttem el, mikor Sugár András a vállalat vezérigazgatója meghívott Münchenbe a Nokia koncertjére. Joe Cocker volt a sztárvendég. Vele volt természetesen a zenekara is. Előtte Európa nagyvárosaiban, fővárosokban koncerteztek. Minden helyszínen együtt léptek fel az ottani könnyűzene kiválóságaival vagy például Münchenben a híres városi szimfonikus zenekarral és az egyetemi kórusral. Ott ültünk és néztük a világsztár műsorát, amelyhez kitűnő helyi művészek adták hozzá a tudásukat.

A Nokia neve és *brand*-je összekapcsolódott a zenével, s akkor fél Európa erről beszélt. Ott fogant meg a gondolat, miként lehetne a zenét beemelni a támogatások rendszerébe úgy, hogy a nagy tömegek számára elérhető legyen. Hazajöttünk, s hamarosan megbeszéltük, miként csinálhatnánk hasonlót. Ez, annak idején, amikor kialakult a szervezet, az építés, az ügyfelek szerzésének a rendkívül dinamikus időszakában, más célt szolgált, és nyilván más a rendeltetése manapság a Kapcsolat koncerteknek. Az elmúlt évtizedben sok minden megváltozott, s mióta T-Mobile lettünk, igazodnunk kell a csoport ezen a téren megfogalmazott elvárásaihoz is.

MINŐSÉGI ELVEK MENTÉN

A minőségi koncepció az első perctől Sugár András alap gondolata volt. Nem kevesebbet tűzött ki, mint azt, hogy „csináljuk meg Magyarország legjobb vállalatát”. Tudományosan tanulmányoztuk a szükséges elvárásokat és eljárásokat, felkészültünk arra, hogy megnyerhesük az Európai Minőségi Díjat. Amikor jelentkeztünk a nemzetközi megmérettetésre, elindult a külföldi auditorok zsongása, mi is nagyon sokat tanultunk. Bármilyen meglepő, a minőségnek része volt a szponzorációs támogatás és a társadalmi elkötelezettség kérdése is.

A tudatosságnak köszönhetően a tevékenység nálunk erre épült.

HOGYAN FESTETT MINDEZ KIVÜLRŐL?

LG: A Westel-el való kapcsolatom a szakmai vonalon túl, először a sporttámogatások területén bonakozott ki - évekkal ezelőtt, még az Ericsson kommunikációs igazgatójaként. Ha kívülről is, de beleláthattam és kapcsolódhattam a Westel támogatási tevékenységéhez. Az Ericsson - akkortájt - a Westel stratégiai partnereként és műszaki szállítójaként vett részt e

tevékenységben, társtámogatóként több közismert sportverseny megszervezésében és az un. Ericsson-Westel Team kitalálásában, elindításában. A kultúra területén is a Westellel közösen részt vettünk jó néhány közös támogatási projektben. Kívülről úgy tűnt, hogy a Westel az akkori multinacionális cégeknél is sokkal korszerűbben - a gazdasági megfontolások mentén - választotta ki támogatásait, az eredmények és a sikerek pedig mindig jöttek. Hogy mi lehetett a döntések hátterében? Mindig ugyanaz - a cég akkor is, most is megkereste azokat az értékeket, márkajellemzőket amelyeket kifejezni kívánt minden kommunikációs lépésével, így támogatási tevékenységével is: minőségi, piacvezető és innovatív vállalat. És hasonló értékek mentén hozta meg szponzorációs döntéseit. Ez kívülről is konzekvens, követhető és jól átlátható volt.

NÖVEKEDVE, VÁLTOZATLANUL

NGGY: Sokáig nem kellett változtatni, léteztek a fő elvek, és azok jól működtek. Amikor az első előfizetők tömeges megszerzésének első szakán túljutottunk, a célcsoport is szélesedett. Később, amikor milliók feletti lett az ügyfélszámunk, már sokkal inkább szegmentálni kellett lenni, differenciáltunk, hogy hatékonyabbak legyünk. Most, amikor négymillió fölötti előfizetővel piacvezetők vagyunk, ilyenkor a kérdés már egészen más, mint például öt éve. Nagy megfontoltságot igényel, hogy a rendelkezésünkre álló - (a beérkező kérésekhez, igényekhez képest) nem is olyan sok - pénz *jól* költjük el.

A mechanizmus úgy működik, hogy az elveink diktálta, gondosan eltervezett, éveken átívelő programokra költjük a rendelkezésre álló összeg kb. 90%-át. Aztán hetente érkezik be kb. 10-15 kérelem: szóban, írásban, lobbykörökön keresztül, s ezeknek a szortírozását követően elég kevés marad fenn a rostán. A vállalatvezetők közül álló zsűri havonta-kéthavonta ülésezik, akkor ezt a fennmaradó 10%-nyi összeget ítéljük meg.

Miközben az átgondolt üzleti stratégia megvalósítása folyik, mögötte a napi munkában kampányok sora zajlik. A kampányokhoz is kapcsolható sok támogatás és szponzoráció. Több, mint negyven üzletünk működik a vidéki régiókban, mindenhol vannak szponzorációs, támogatási igények, amelyek nagyon fontosak. Ugyanazt a célt szolgálják, mint a nagy központi kampányok, hogy erősítsék a társadalmi elkötelezettséget, adott esetben a céghez való tartozás pozitív imidzsét.

LG: Kívülről az is látszott: a Matáv-csoport leányvállalatai összehangolták támogatási politikájukat oly módon, hogy kiegészítették egymást. A Westel volt pl. a sport (és a populáris könnyűzene), a Matáv pedig a klasszikus zene és pl. a jazz események támogatója.

MÁRKAVÁLTÁS, SOKK NÉLKÜL

LG: A Westelnél valóban fontos volt, hogy a márka értékei kifejeződjenek a szponzorációs döntésekben, a márkaváltás során talán ez az igény még inkább kifejezésre került. A folyamat elején egyfajta „leltárt” készítettünk és megnéztük, hogy azok a márkaértékek, amelyeket eddig képviselt a cég, miképp tudnak majd az új márkába beépülni, áthagyományozódni - illetve, hogy az új márka értelmezésében kifejezésre kerülő márkaértékek hogyan viszonyulnak egymáshoz, és hogy mindez miképp változtatja meg a szponzorációs döntéseket és tevékenységet. A megfrissült márka kissé más irányba tolta el a fókuszokat, a márkaváltást követően az irány fiatalosabb, dinamikusabb, lendületesebb, kicsit talán könnyedebb lett - és ez tulajdonképpen a támogatási politikát úgy tudta befolyásolni, hogy megtartva a korábbi értékeket, a támogatási tevékenység is megfiatalodott, megújult.

Azt a támogatási „módszertant”, amit a Westel korábban követett, gyakorlatilag elfogadta a T-Mobile is, ugyanakkor a T-Mobile belevitt a hétköznapiainkba némi frissességet,

mindez valamelyest elmozdította az irányultságunkat. Néhány olyan sportág bekerült pl. a sporttámogatási portfólióba, amit a T-Mobile fontosnak tartott és tart (márka szempontból), néhány olyan zenei irány is bekerül a jövőben a zenei támogatási vonulatba, ami meg tudja „húzni” a márkát a dinamizmus és lendületeség irányába - és ami egyébként egy telített piacon és a jelenlegi piaci helyzetben - üzleti eredményeket is hozhat pl. a mobil zenei vonalon. A két cég márka-portfóliója közel áll egymáshoz. Az átmárkázási folyamat nem jelentett törést, hanem egészséges változást, formálódást indított el. Elmozdulást jelentett és nem teljes irányváltást. Az anyacégünk pedig feltétlenül gazdagodott azáltal, hogy a mi – messze-menőig gazdasági beállítottságú, de kulturálisan fogékony - szemléletünket is megismerte, később beépítette a nemzetközi látásmódjába.

NGY: Nagy bizonyítás volt nekünk ez a márkaváltás. Végül is sikerült megmutatni a T-Mobile-osoknak, ennek a nemzetközi nagy családnak, hogy vannak Magyarországnak olyan értékei ezen a területen is, amelyeket hozzá tudunk tenni a nagy nemzetközi kultúrához. Egy konkrét példát mondva: komoly „harcot” vívtunk például, hogy a márkaváltás betetőzését jelentő T-Mobile Napi Kapcsolat Koncertet mi rendezhessük. A T-Mobile nemzetközi vezetésének eleinte fenntartásai voltak, hogy meg tudják-e ezt a magyarok is csinálni, annak ellenére, hogy előtte szerveztünk már néhány koncertet. Elküldték az árajánlatot, hogy mennyi lenne ha ők adnak hangot, meg képet, meg erősítést, meg díszleteket, meg minden egyebet. Aztán az ajánlatból kiderült, hogy bizony többbe került volna a „segítség”, mint amennyiért mi „kihoztuk” volna saját erőből. Nehezen tudtuk elérni, hogy mi lehessünk a szervezők. Aztán azt mondták, hogy jól van, csináljátok meg, de nagyon megnézzük a folyamatokat. Ez tényleg így is volt. És hoztak még néhány száz T-Mobile-ost is, a nemzetközi családból, akik bizony nagytővel vizsgáltak mindent.

De nagy siker lett a vége. Hamarosan megérkezett a T-Mobile vezetés gratulációja. Elnézést kértek azért, hogy korábban kételkedtek, és a többi országok számára példaként állították később – majd „kopírozták” is - a *Kapcsolat Koncertet*. Sőt, mindenhol javasolták, hogy ilyeneket jó lenne csinálni, s a következőknél mi lehetünk a szakértők.

KARÖLTVE A TUDOMÁNNYAL

LG: Kiemelkedő területe a szponzorációs-támogatási stratégiának az oktatáshoz és tudományokhoz való kapcsolódás. Évek óta tart kapcsolatunk egy akadémiai kutatással, nevezetesen ez a mobilkommunikáció társadalmi hatásait kutató program. Ötödik éve tart, és mára már egy nemzetközi konferencia-sorozattá nőtt ki magát. Angol nyelven, több száz résztvevővel, két napos konferencia keretében zajlik évente a kutatási eredmények bemutatása. Ez egy valóban élenjáró területe a társadalmi kötelezettség vállalásának. 2005-ben 250 tudós vett részt a budapesti konferencián, Európa legnagyobb ilyen jellegű konferenciáját rendezhettük meg. Ez már sokkal több, mint támogatás. Úgy is nevezhetjük: értékkeremtés. A T-Mobile munkatársai, kollégáink, mérnökeink, informatikusaink nem egyszerűen résztvevői a kutatási projektnek, hanem hozzáadott értéket teremtenek a tudósokkal, kutatókkal közösen, messze a cégen túli felhasználási lehetőséggel. A tudásunkat is hozzá tesszük a programhoz - nem pusztán a pénzt adjuk.

Hovatovább a kutatások egy része beépül a marketingmunkánkba, termékeinkbe, ajánlatainkba, eszközeinkbe.

A TELEFONÁLÁSON TÚL

NGY: Versenytársunk eredményeit figyelünk és ismernünk kell. Ezek a helyzetek újra és újra arra inspirálnak minket, hogy az eddigieknél is jobbat és többet tegyünk, a verseny

nagy hajtóerő, minket is erősít. Úgy gondolom, hogy a mobilitásban, a nemzetköziségben van olyan tartalék, amit sokkal jobban ki kell tudnunk használni. A T-Mobile él is ezzel. A T-Mobile a foci VB és EB támogatóiként is eljut a sport-szeretőkhöz. Mi – többek között - a színházakat, illetve az Országos Széchényi Könyvtárat is támogatjuk. Olyan nemzeti kulturális intézményekről van szó, amelyek kiváló partnerek.

A következő időszakban nagyobb hangsúlyt kap majd az újabb értékek felfedezése és használatának lehetősége. Mi van a telefonáláson túl? Az úgynevezett nem hangalapú szolgáltatások, s szöveg mellett a képek kapnak nagyobb szerepet a mobil kommunikációban. Az új piaci célok új szponzorációs és támogatási feladatokat generálnak, újabb lehetőséget kínálnak a vállalatoknak a társadalmi felelősségvállalásból.

László Géza

AZ ANTENNA HUNGÁRIA RT. ÉS A ZEMPLÉNI FESZTIVÁL

A vállalat és Zemplén kapcsolata régi keletű. Több mint tíz évvel ezelőtt egyik elődöm és a Liszt Ferenc Kamarazenekar vezetője elhatározták, hogy egy olyan elsősorban komolyzenei rendezvénysorozatot hoznak létre a régióban, amely a méltatlanul elhanyagolt vidék és látogatói számára nem csak kulturális értéket teremt, hanem segíti az idegenforgalom fellendítését is. Az állam és az Antenna Hungária Rt. képviselő megállapodtak abban, hogy hasonló nagyságrendben támogatják e rendezvényeket. Jómagam 1998-ban ismertem meg a rendezvényt és annak támogatási rendszerét. Felismertük, hogy bár imázs szempontból önmagában nem elegendő súlyú és ismertségű a rendezvény, de mégis fontos, hogy kitartsunk a támogatás mellett, mint mecénás. Az sem mellékes szempont, hogy miután az Antenna Hungária Rt. ügyfelei elsősorban nagyvállalatok, ezért a rendezvény kiváló lehetőséget teremt ezek vezetőinek meghívására, egy kötetlenebb formájú kapcsolatépítésre, és az egymással és családjainkkal együtt töltött idő szervezetépítési szempontból is fontos.

A Zempléni Művészeti Napok főszervezője, Rolla János, a Liszt Ferenc Kamarazenekar vezetője és Merényi Judit az Óbudai Társaskör igazgatója, egyben pedig az LFKZ Alapítvány titkára volt. A Zempléni Fesztivál nemcsak színvonalával, hanem a régióban betöltött szerepével is kiemelkedik a hazai kulturális rendezvények közül, hiszen a térség számára óriási jelentősége van

gazdasági szempontból is. A kulturális rendezvények helyzete ma Magyarországon korántsem biztató, állandó küzdelem jellemzi őket a megmaradásért, holott olyan értékeket képviselnek, amelyek pénzben, számokban nehezen mérhetőek. Az elmúlt évek gombaként szaporodó helyi kezdeményezései és a „fűnyírás” a kultúratámogatásban fokozatosan csökkenti a nagy rendezvényekben az állami finanszírozást és így egyre több esemény lehetetlenül el. Nincs könnyű helyzetben a Zempléni Fesztivál sem, de az elmúlt év tapasztalatai azt mutatják, hogy csak a helyi erők bevonása és összefogása segíthet. Zemplénben csak így lehet majd továbblépni, csak így lesz lehetőség vállalati, állami és Európai források bevonására. A korábbi szervezők két évvel ezelőtt megelégtették a szélmalom harcát, és bár lett volna lehetőségünk az „elegáns távozásra”, de úgy döntöttünk, hogy kitartunk és nem engedjük összeomlani azt, amit annyi éven át építettünk. Az újjászületett fesztivál sikeréhez elengedhetetlen volt annak az ötagú testületnek a részvétele, amely a fesztivál művészeti koncepciójáért is felelős. A grémiumot, amely tevékenyen részt vesz a rendezvény szervezésében, a hazai zenei élet kiválóságai alkotják: Gőz László, Batta András, Héja Domonkos, Turjányi Miklós és Hollerung Gábor. Az Interkultur kht. és az Antenna Hungária Rt. szervezői megújították a rendezvényt. Rolla Jánosék sem hagyták cserben Zemplént, egy koncert erejéig részt vesznek azóta is a fesztiválon.

Az elmúlt években a fesztivál szerves részévé vált a határokon átívelő kapcsolat, melynek keretében olykor a fesztivál magyar vendégei látogattak Kassára, Mezőlaborcra, vagy hozzánk érkeztek vendégek Homonnáról, Beregszászról. Az Zempléni Fesztivál így bizonyítja Európa e régiójának kulturális egységét, s számunkra a határok – ha csak a fesztivál idejére is – már megszűntek. A másik fantasztikus élmény a nézők számára az, hogy a sokszor parányi falvak templomaiban, rétjein hangulatos és színvonalas előadások születnek. Egy szabadtéri koncert sokkal emberibb, személyesebb, nincs akkora szakadék az előadó és a hallgató között. Egyes helyszíneknek és előadóknak fantasztikus hangulatteremtő erejük van, és sokakat egy-egy zempléni koncert varázsa nyer meg a klasszikus zenének.

2004-ben sok más mellett átalakult a program szerkezete is. Bár továbbra is a komolyzene áll a középpontban, a fesztivál gazdagabbá, nyi-

tottabbá vált, s ma már számos, a rendezvényhez illő helyi előadás, koncert színesíti a programot. Az Antenna Hungária az utóbbi években aktív PR munkát is végez a fesztivál háttérének biztosítására, valamint a szponzoráción felül reklámkampánnyal segíti az esemény beharangozását. A híradásokat, sajtómegjelenéseket folyamatosan figyeljük, annak eredményeit több módszerrel mérjük, így a támogatás eredménye kézzelfogható, mérhető és bizonyosan felmérhető, így mindig tudjuk meddig mecénás és mettől haszonélvező a vállalatunk.

Remélem az elkövetkező években a szervezők tanulnak az eredményekből és az esetleges hibákból is, tovább erősödik a helyi támogatók, szervezők köre és egy olyan „intézmény” születik fejlődik ki, amely nem függ majd a pillanatnyi állapotoktól, amely varázsával, kiszámíthatóságával hosszú távú garanciát jelent mindenki számára.

Müller János

AZ MKB BANK ÉS A KULTÚRA TÁMOGATÁSA

— értékek teremtése, értékek megerősítése —

Nehéz a műfaj. Saját magunkról csak úgy szeretnék szólni, hogy elkerüljem akár a magamutogató dicsekvés, akár az álszerénység látszatát.

Manapság egyre több szó esik – úgy általában – a mecenatúráról, támogatásról és szponzorálásról.

A különböző véleményekben talán annyi közös, hogy minden támogatónak van valamilyen indíttatása, szándéka, ízlésvilága.

Annak, hogy ki mit, miért és mikor támogat, nem alakultak ki az íratlan szabályai és szokásai. Sok cég esetében a jótékonyság deklaráltan az üzleti érdek vagy az üzleti érdek által vezérelt személyes kapcsolatok építése miatt történik. Ma még nagyon sokszor a támogatók mindent a reklámnak rendelnek alá, azaz nem tesznek különbséget a reklám célú szponzoráció és pl. a karitatív tevékenység között. Tapasztalataink szerint napjainkban a magán szféra támogatási tevékenységre képes vállalatai a kemény profit követelmények miatt pénzükért „pénzt” akarnak, azaz szponzorációs költségei esetében is rövid távú megtérülést, „hozamot” várnak. Ez a hozam egyrészt termékeik, szolgáltatásaik reklámozásában, másrészt imázsuk, márkanévük erősítésében nyilvánul meg.

Ebben az összefüggésben mondhatjuk azt, hogy sajátos gazdasági és társadalmi helyzetünkben a vállalati szféra által nyújtott támogatások megtérülési követelményt támasz-

tanak, lassan alakul ki a tartós kapcsolatokra építő, hagyományt teremtő támogatások köre.

Ritkább az olyan gyakorlat, amikor egy vállalat vagy pénzintézet támogatási filozófiáját és gyakorlatát több évtized során kialakult imázsához, erős vállalati és márka identitáshoz igazítja.

Ez a néhány gondolat is arra utal, hogy a mai magyar mecenatúra helyzetéről szükséges és fontos véleményt cserélni.

Bankunk, az MKB Bank hosszú és hagyományokban gazdag múltra tekint vissza. Jogelődje az 1841-ben alapított Pesti Magyar Kereskedelmi Bank a legelső és így a legrégebb magyar kereskedelmi bank volt. A második világháború befejezése után 1947-48-ban a bankokat államosították, de röviddel ezt követően gazdasági és politikai kényszerűség volt egy új, részvénytársasági formában működő bank létrehozása. Így alakult meg 1950-ben a Magyar Külkereskedelmi Bank Rt., azaz az idén 55 éves MKB Bank Rt.

A közkeletű mondást kicsit módosítva azt lehet mondani, hogy a múlt és a név kötelez. Így van ez bankunk esetében is. Több mint másfél század, illetve az elmúlt 55 év során a bank mindig érzékeny volt a társadalmi problémák iránt és vallotta a kulturális értékek tiszteletét, az ilyen értékek megőrzésének fontosságát. Esetünkben tehát nem most kell kialakítani, megerősíteni a bank külső arcát,

imázsát, hanem a hagyományokat megőrizve, a ma igényeinek megfelelően kell felkarolni egyes kulturális területeket.

A kultúrára fordítható állami források szűkössége idején természetesen óriási az indokolt kérés és igény a támogatások iránt. Ebben a környezetben kell nekünk is nap, mint nap döntenünk. Kialakítottunk néhány olyan elvet, amelyek mintegy vezérfonalként segítik döntéseinket. Mindenekelőtt célunk, hogy megőrizzük döntéseink függetlenségét, saját értékítéletünkre támaszkodunk. Éves támogatási kereteink korlátossága miatt arra is törekszünk, hogy néhány jól kiválasztott cél támogatására fordítsuk anyagi lehetőségeink meghatározó hányadát. Fontos szempontunk, hogy pozitív tapasztalatok esetén adjunk biztonságot, kiszámíthatóságot az általunk kiválasztott támogatottak számára. Ez a megfontolás alakította ki azt a gyakorlatunkat, hogy a kultúra számos művelőjével sok éves bensőséges kapcsolatunk alakult ki. Napi gyakorlatunknak további fontos vezérelve, hogy ha támogatásunk karitatív jellegű, azt soha nem használjuk fel reklám célokra és a szó klasszikus értelmében vett mecenatúra sem eszköze harsány, magamutogató hirdetéseknek.

Arra is gondot fordítunk, hogy támogatási kereteink nagyobb hányadát mindig ma alkotó, kortárs művészek támogatására fordítsuk.

Most pedig tekintsük át, hogy a fenti elvek hogyan valósulnak meg a napi gyakorlatban.

Kezdjük a zenével. Ha megkérdeznénk sok embert, hogy az MKB Bankhoz milyen zenét társítanak, akkor a megkérdezettek többsége határozottan azt mondanák, hogy a komoly zenét. Bankunk több mint tizenöt éve fő támogatója a világhírű Liszt Ferenc Kamarazenekarnak. Ez a másfél évtized nem csak bensőséges kapcsolatot alakított ki közöttünk, hanem lehetővé tett olyan koncerteket, zenei eseményeket, amelyek a magyar és nemzetközi zenei élet élvonalában tartották a zenekar művészetét. A zenekar hívására olyan világhírű szólisták

jöttek hazánkba, akik korábban nem, vagy csak nagyon ritkán léptek fel magyar pódiumon. Ma már nemcsak karácsonyi koncertjeink jelentenek zenei csemegét, hanem hagyományt teremtettünk a Liszt Ferenc Kamarazenekar Szent Márton napi koncertjeivel a Pannonhalmi Főapátság Bazilikájában.

Közvetve a komolyzenét, de még inkább a zenei kultúrát kedvelő embereket támogatjuk akkor, amikor felkaroljuk az Operabarát Alapítvány tevékenységét, ahol együttműködésünk már több mint 10 éves múltra tekint vissza.

Klasszikusok természetesen más zenei ágakban is születnek, mint például a jazz világában. A zenei minőség, az előadók gondos kiválasztása és a lelkes szervezés inspirált bennünket, amikor elhatároztuk az évente megrendezésre kerülő nagykanizsai jazz fesztivál támogatását. Az évek során ez a fesztivál is rangos, közkedvelt zenei eseménnyé vált, és örülünk annak, hogy a siker részesei lehetünk.

A banküzem többnyire a rideg és konok számok világa. Ennek ellenére vagy talán éppen ezért a szépirodalmat is közelállónak tartjuk bankunkhoz. Öt évvel ezelőtt alapítói voltunk az első és mindmáig legrangosabb magyar irodalmi díjnak. E díjban többek között olyan jelentős kortárs írók részesültek, mint Esterházy Péter vagy Parti Nagy Lajos. A mai magyar irodalom előtt tisztelegtünk akkor is, amikor az elmúlt évben bankunkhoz kötődött a Szépírók Társaságának díja.

Talán furcsán hangzik, de a kultúra részének tekintjük szűkebb környezetünk arculatát és alakítását is. Ennek jegyében került felújításra a 90-es évek közepén bankunk székháza, közismertebb nevén a Tiszti Kaszinó. A XIX. század végén épült épület ma már eredeti szépségében látható, falait pedig bankunk gazdag képzőművészeti gyűjteménye díszíti. A gyűjtemény gyarapításakor fontos szempont, hogy a festmények vásárlása nem a kincsképzés eszköze. Az épület adottságait is figyelembe véve a XIX. századi nagy magyar festők alkotásait

vásároltuk meg, szabályként betartva, hogy kizárólag magyar festők képei kerüljenek a gyűjteménybe. Vannak olyan jelentős műalkotások, amelyeket a bank azért vásárolt meg, hogy tartósan az országban maradjanak. Így pl. Barabás Miklós és Székely Bertalan egy-egy jelentős alkotása a Magyar Nemzeti Galéria állandó kiállításán látható, és a képek mellett diszkrét felirat jelzi, hogy azok a bank tulajdonát képezik. Időrendi sorrendben a XIX. század után kezdtük el gyűjteni a XX. század első felében élő jelentős magyar festők műveit. A ma élő szobrászok közül kérésünkre született meg Melocco Miklós, Csíkszentmihályi Róbert, Sándor Antal, vagy Barabás Márton egy-egy szép alkotása.

Képzőművészeti gyűjteményünket, amely több nagy magyar festő fő művét is tartalmazza, szeretnénk a műkedvelő közönség számára is láthatóvá és élvezhetővé tenni. Ezért ez év októberében a KoGart Házban 6 héten keresztül láthatóak lesznek gyűjteményünk legszebb és legritkább darabjai.

Mint a bevezetőben is említettem, kultúra támogató tevékenységünk fontos elve az értékek megőrzése. Az értékeket csak az emberek őrizhetik meg és fontos számunkra, hogy a jövő generációi is fogékonyak legyenek a kulturális értékek iránt. Ezért hoztunk létre egy MKB ösztöndíjat, amelynek részesei az ország

minden területéről tehetséges, de szegény sorsú gyermekek lehetnek. Az általános iskola második osztályától pályázati úton befogadott gyermekeknek azt ígérjük, hogy az egyetemi vagy főiskolai diploma megszerzéséig támogatjuk tanulmányaikat. Ösztöndíjas „családunknak” ma már 105 diák a tagja és a 8 éve megkezdett program eredményeképpen ma már több egyetemre és főiskolára járó ösztöndíjasunk is van.

Hasonló szellemben gyűjtünk össze 1200 gyermeket az ország minden szegletéből a karácsony előtti vasárnapon és hagyományosan az Állami Operaházban egy Diótörő előadáson kerülhetnek életükben először kapcsolatba a zene és a helyszín varázásával.

Végül még két gondolat.

Kultúra támogató tevékenységünket széles körben és hangosan nem reklámozzuk, számunkra az értékek megőrzése és az értékalkotó folyamat támogatása a fontos. Hiszünk abban, hogy ez a szó igazi értelmében vett mecénatúra napi munkánkat is segíti, mert az önzetlen támogatás filozófiája részévé válik munkatársaink gondolkodásának is.

Teszünk annyit, amennyi saját erőnkéből telik. Úgy gondoljuk azonban, hogy bizonyos kulturális területeken egy előrelátható és kiszámítható állami szerepvállalás és a magánszféra összefogása sokkal több kulturális érték hatékony felkarolását tenné lehetővé.

Appelsboffer József

A STRABAG FESTÉSZETI DÍJ MÚLTJA ÉS JELENE

AZ ELSŐ ÉVEK

A kilencvenes évek közepén a Magyar Aszfalt Kft. életében megjelent egy új tulajdonos. Bauholding-nak hívták ezt a dinamikusan fejlődő céget, nagyon szimpatikus menedzsmenttel, Spittal székhellyel. Ők voltak azok, akik megvásárolták a Magyar Aszfalt Kft.-t és még több hasonló közútépítő vállalatot. A tulajdonos, Hans Peter Haselsteiner, maga is műkedvelő révén, már korábban is folytatott mecenatúrát Ausztriában, osztrák festőket támogatott szűkebb pátriájában. A magyarországi privatizációt követően megmaradt az az elve, filozófiája, hogy Magyarországon, bár osztrák a tulajdonos, a cég az magyar, magyar emberekkel, magyar dolgozókkal, tehát a magyar identitás erősítése az, ami számunkra és az ő számára is fontos. Ő adott engedélyt arra, hogy a díjat annak idején megalapítsuk, elindítsuk, hogy művészeti tevékenységet támogassunk. Mi a festészet támogatása mellett döntöttünk. A festészetet magam is szerettem, mindig is közel állt hozzám ez a művészeti ág.

A Strabag Festészeti Díj tehát 1997-ben, a Magyar Aszfalt Kft festészeti díjként indult útjára.

Éveken keresztül futott ezen a néven, annak ellenére, hogy a Kft. akkor már osztrák tulajdonban volt. Mi itt tulajdonképpen az osztrák műpártolás mintáját vettük át. Ha őszinték akarunk lenni, azt lehet mondani, hogy Magyarországon, mint állami tulajdonú vállalat, közel sem fektettünk ekkora energiát abba, hogy ilyen

fajta mecenatúrát folytassunk. A privatizációnak, amire lehet mondani jót is meg rosszat is, alapjában véve rengeteg pozitívuma és rengeteg hozadéka volt a gazdasági területeken túl. Természetessé vált, hogy egy privát cégnek, amely olyan nagyságrendű, mint a Magyar Aszfalt, vannak ilyenfajta feladatai, pontosabban kell, hogy legyenek ilyen feladatai, s ez a dolog egy nagyszerű célt, nagyon jó utat szolgál. Pedig így utólag visszatekintve, akkor még mi sem tudtuk, hogy milyen úton fog haladni, továbbfejlődni ez az ország.

EGY NÉVVÁLTOZÁS OKAI

A 2001-ben bekövetkezett névváltozásnak az egyetlen oka az volt, hogy időközben a Magyar Aszfalt Kft tulajdonosa, a Bauholding, amely egy osztrák érdekeltségű, tulajdonosú cégcsoport volt, megvásárolta a németországi Strabag Rt-t. Ennek a folyamatnak a gazdasági része igen érdekesen alakult.

Ahogy a világ fejlődik, változik, egyes vállalatok megerősödnek, mások pedig gyengülnek.

Németországban a Strabag, - amely egy nagyon nagy építőipari vállalkozás volt – megeroggyant, s az osztrák cégcsoport, a Bauholding képes volt megvenni a Strabagot. Bizonyára mindenki számára ismerősen hangzik az a hasonlat, amikor a kishal megeszi a nagyhalat. Szóval ez az osztrák kishal megette a németországi nagyhalat, aminek következtében több dolog is történt:

azonnal tulajdonába került az ausztriai Strabag, amely a német Strabag leányvállalata volt, az ausztriai Strabag után viszont kezébe került a magyarországi Strabag, mivelhogy a magyarországi Strabag pedig az ausztriai Strabag leányvállalataként működött. Kialakult tehát az a helyzet, hogy Magyarországon az új tulajdonosnak, illetve tulajdonosi körnek egyszerre két nagyvállalat volt a kezében: a Strabag és a Magyar Aszfalt.

Egy ideig egymás mellett működött a két cég, később azonban rájöttek, hogy ennek így nincs értelme. Ekkor döntöttek úgy, hogy egyesítik a két céget – bár, az igazat megvallva akkor ez nekünk itt nem nagyon tetszett. A fúziót követően az új cég neve a nemzetközileg jobban ismert, bejáratottabb Strabag Rt. lett.

Az ezt követő első évben még Magyar Aszfalt Díjat adtunk ki, utána azonban rájöttünk, hogy ez így elég furcsa helyzetet teremt és úgy döntöttünk, hogy a díjnak ezentúl Strabag Festészeti Díj lesz az elnevezése.

A Magyar Aszfalt cégnevet azonban megőriztük, mert egy leányvállalatunknak, az aszfaltkeverő cégnek ez a neve, és levédtük, hogy ezt a nevet ne tudja más használni.

HOGYAN ÉRDEMES KULTÚRÁT TÁMOGATNI?

Teljesen egyértelművé vált számunkra, hogy ha már támogatunk, akkor olyan módon támogassunk, hogy annak értelme, haszna legyen és segítsen. Ez egy olyan dolog, hogy segítsen egy családnak a beiskolázásnál, vagy egyszerűen csak adjam oda nekik a füzeteket készen, megvéve.

A Strabag Festészeti Díjban az a különleges, hogy minden elemét a lehető legmagasabb szakmai és művészeti szinten akarjuk tartani: a legjobb szakembereket kérjük fel, a legjobb zsűrit hívjuk meg.

Ez azért alakult így, mert mindig tisztában voltunk vele, hogy mi nem értünk ehhez. Az

ember legyen őszinte: mi nem vagyunk jártasak abban, hogy bizonyos szakértői szemmel a mai modern festészetben mi az, ami várhatóan nagyobb értéket fog képviselni, mint valami más. Ezért találtam ki, hogy vegyünk be egy olyan festőművészt, akiben megbízunk. Így kerültünk kapcsolatba Pincehelyi Sándorral, aki festőművész, tanár, és a Pécsi Galériában sok évig igazgató volt. Magát a festészeti díjat megalapítása és elindítása óta ő gondolja. A kezdetektől fogva az ő kezében van az irányítás, a lebonyolítás. Lényeges szerepe van abban is, hogy ilyen színvonalas a zsűri. Neki köszönhetjük továbbá, hogy sikerült felkerülnünk a Ludwig Múzeumba. Ez így nagyon jól működik, s azért követeljük meg a maximumot mindenben, mert azt mondjuk: mi egy nagynevű, megbízható, jó cég vagyunk, és ha valamit csinálunk, akkor annak is jónak és színvonalasnak kell lennie. Az általunk alapított díjnak olyanak kell lennie, amit ha átadunk a díjazottnak, annak felcsillanjon a szeme. Így sikerült az első pillanattól kezdve egy igen tisztes díjat elindítanunk.

Ami még nagyon fontos: pontosan meghatároztuk a célcsoportot. A díj kimondott célja az, hogy fiatal magyar festőket támogasson. A pályázónak fiatalabbnak kell lenni 40 évnél. Tagja kell, hogy legyen valamilyen képzőművészeti szakmai szervezetnek. A graduális képzésben részt vevő hallgatók nem indulhatnak a pályázaton. Egy pályázó egyszerre három képpel indulhat.

Az elmúlt kilenc évben pályázatunkon szép számmal vettek részt a művészek – a pályaműveket beadók száma évente 70-100 fő között mozgott – és reméljük, hogy ez a továbbiakban is így lesz.

A díj alapítása óta egyszer változtattunk a díjazási módszeren. 2000-ig a zsűri egy-egy első, második és harmadik díjat és egy külön díjat ítél oda. A különdíjas általában a pályakezdő fiatal művészek közül került ki. 2001-től a zsűri egy fődíjat és egy alkotói támogatást ítél oda. A díjjal járó pénzüsszeg változott, de nem csökkent. A Strabag vezetése a díjak odaítélésébe nem szól bele.

A beadást követő héten a zsűri dönt a pályaművekről. A díjazottaknak lehetőségük van részt venni egy kiállításon a Ludwig Múzeumban, továbbá katalógust készíteni a segítségével. A díjazott alkotások természetesen nem kerülnek a Strabag tulajdonába, de a nyertesektől a későbbiekben gyakran vásárolunk képeket. A díjazottak közül - és itt nem az első- illetve fődíjasokra gondolok elsősorban, - sokan ma már ismert, szép pályával rendelkező művészek. Ez azért külön öröm számunkra, mert azt gondoljuk, hogy valamilyen mértékben mi is hozzájárultunk sikereikhez.

A szakértői zsűri tagjai jelenleg: Néray Katalin, Kovalovszky Márta, Hegyi Lóránd és Pincehelyi Sándor. A zsűrit idén további két fővel bővítjük.

Az évek során számos festményt vásároltunk. Gyakorlatilag itt is ugyanaz a stílus, ugyanaz a korosztály a célcsoport, tehát a mai modern magyar festészet. Minden festmény alkotója magyar, legtöbbször fiatal, sok közülük indult festészeti díjakon és sok közülük díjazott is volt. Nagyon kevés olyan képet vettünk, amely nem ebbe a kategóriába tartozik. A vásárlás általában úgy történik, hogy Pincehelyi Sándor javasol képeket, de én is szívesen elmegyek az adott műterembe, ezután pedig együtt megnézzük és kiválasztjuk a nekünk legjobban tetsző festményeket. Mostanság egy kollégám és egy kolléganőm járják ezeket a helyeket, akik jó ízléssel válogatnak az ott lévő képekből. Ezt a tevékenységet szintén folytatni kívánjuk az elkövetkező időszakban. Évente mintegy 4-5 festmény megvásárlására van lehetőségünk.

A Strabag Rt. a festészeti díjon kívül működteti a Strabag Galériát is.

Gyűjteményünk jelenleg 45 festményből áll. Kicsit igazságtalanul használjuk a képeinket, mert zömmel a budapesti irodaházainkban vannak kiállítva, de hát nekünk ugyanekkora irodaházaink vannak Pécsen, Debrecenben, Győrben, Szegeden, nem is beszélve a kisebb irodákról. Úgyhogy ha a képek mennyisége egyszer - remélhetőleg minél hamarabb - meghaladja az iroda-

ház méretét, úgy lesz még elég hely ezek méltó elhelyezésére. Biztos vagyok benne ugyanakkor, hogy 20-25 év múlva kell majd rendezni egy állandó kiállítást a gyűjteményből.

A DÍJ HATÁSA A MÁRKAÉPÍTÉSRE

A Strabag Festészeti Díj pozitívuma, hogy olyan neve van már, hogy azok, akiket érdekel a művészet, figyelnek rá, és a Strabagról nemcsak az jut eszébe az embereknek, hogy egy nagy építőipari vállalat, vagy hogy itt rosszat, ott jót épített, hanem az, hogy van valami több is ebben a cégben, hogy lám, erre is képesek. Fontos megmutatni, hogy itt is olyan emberek dolgoznak, akik érdeklődnek más dolgok iránt is.

Az a pénz tehát, amelyet az általunk alapított díj finanszírozásába fektettünk be, márkaépítési szempontból rendkívüli előnyöket jelentett cégünknek, mert megtérült úgy, hogy közben a márkát is gazdagította.

Ha ugyanezt a pénzt egy kulturális intézménynek adtuk volna oda, egyszerűen elveszett volna annak költségvetésében, senki nem tudná pontosan mi történt vele.

A kulturális szponzorálásnál kevés olyan esetre láttam példát, hogy egy külföldről - jelen esetben Ausztriából - bejött, átvett példa ilyen jól működjön.

A Strabag bécsi irodája új épületének falain lévő képek az általuk - nyilván osztrák - festőktől vásárolt festmények, a tanácskozó termeket pedig hatalmas plasztikák díszítik. Úgy néz ki, hogy ebben a cégben ez a fajta szemlélet már nem fog háttérbe szorulni - a vezetőség „meg van fertőzve” ezzel a dologgal.

Szezonban 3500-4000 ember dolgozik nálunk - rengeteg fajta ember, kezdve a magasan kvalifikált mérnököktől, a közgazdászoktól, az egyszerűbb munkásokig.

Az igazat megvallva, az utóbbiakhoz sajnos kevesebb információ jut el cégünk kulturális

támogatásait illetően. Ennek két oka van. Egyrészt, mivel ezek az emberek nem járnak sokat a központi irodáinkban, nem látják, ha pl. egy művész jár nálunk, ha egy új kép kerül be a gyűjteménybe. Másrészt viszont, sajnos az építőipar, de más ipar sem arról híres, hogy az emberek hallatlanul műpártolók lennének.

Van a cégnek egy olyan része, egy kemény mag, aki szereti csinálni ezt a fajta dolgot, aki akarja, hogy ez legyen. És azért ez kivált valamiféle provokációt az emberekből, pro- vagy kontra. Megosztja a véleményeket, de azt kell mondanom, hogy ez is megéri. Mert amikor megáll egy kollégám és megszemlél egy képet, amelyet éppen akkor vettünk, és elkezd kritizálni, azt én úgy értékelem, hogy valami elindult. A kortárs, modern művészet befogadása nem könnyű. Nagyon örülök, és pozitívumnak veszem, ha valaki foglalkozik vele.

A festményeknél az, hogy tetszik-e egy adott mű, ízlés dolga. Ha gondolatban odáig eljutnak az emberek, hogy hogyan jöhetett létre maga a kép, tehát hogy nemcsak nekiállt festeni a művész valamit, hanem az agyában lejátszódott egy folyamat, amit ő vászonra akart vinni – szóval, ha idáig eljutunk, az már valami. Gyakran mondják, hogy a kreativitás egyre nagyobb érték a menedzsmentben, s a kultúra segíti ezt. Ebben én nagyon hiszek. Az, hogy megjelenik egy gondolat képi formátuma, ahhoz partnernek kell lenni a nézőnek is. Ha akar. Mert van olyan ember is, aki semmire sem hajlandó, aki direkt bezárja magát – egyszerűen nem hajlandó arra, hogy az agyát megtornáztassa. Sajnos rengeteg ilyen lehet látni. Az emberek bezárkóznak, és tulajdonképpen nem is tudják hogy miért.

Összegzésül azt lehet mondani, hogy az a topmenedzsment, amely elhatározta, és nagy kedvvel, szívvel-lélekkel gondolja ezt a dolgot, csak nyert. Kreatívabbá vált, és ezáltal „megmozgatta”, aktivizálta, kreatívvá tette az egész céget.

Ma már nagy örömmel látom, hogy több vállalkozás, vállalkozó is folytat hozzánk hasonló mecénási tevékenységet. Úgy gondolom, hogy

ez a fajta tevékenység, a művészetek ilyenformán való támogatása a későbbiekben növekedni fog. Jó, hogy mi már bent vagyunk ebben a körben.

AZ EDDIGI DÍJAZOTTAK LISTÁJA:

MAGYAR ASZFALT FESTÉSZETI DÍJ:

1997. I. díj Szűcs Attila, **II. díj** Köves Éva, **III. díj** Gál András, **Különdíj** Káldi Katalin.

1998. I. díj Baranyai Levente, **II. díj** Szurcsik József, **III. díj** Csáki Róbert, **Különdíj** Erdélyi Gábor.

1999. I. díj Hajdú Kinga, **II. díj** Braun András, **III. díj** Szalai Katalin, **Különdíj** Nagy Kriszta

2000. I. díj Wolsky András, **II. díj** Hecker Péter, **III. díj** Somody Péter, **Különdíj** Nemere Réka

STRABAG FESTÉSZETI DÍJ:

2001. Fődíj: Király András
Alkotói támogatás: Csurka Eszter, Für Emil, Nagy Gabriella, Vásárhelyi Zsolt

2002. Fődíj: Radák Eszter
Alkotói támogatás: Dániel András, Haász Katalin, iski Kocsis Tibor, Kupcsik Adrián

2003. Fődíj: Györfly László
Alkotói támogatás: Csiszér Zsuzsi, Ernszt András, Oláh Mátyás László, Páll Tibor Krisztián

2004. Fődíj: Kovács Lola
Alkotói támogatás: Chilf Mária, Juhász Dóra, Kapitány András, Szász Sándor

Szeszlér Vera

A MIRAI INTERACTIVE ÉS A KULTÚRA-TÁMOGATÁS

„Művészóriások óriásmetszetei” alcímmel mutatta be a Szépművészeti Múzeum Dürer és kortársai fametszeteit, amelyek a XVI. század elején, I. Miksa császár megrendelésére készültek. Az itthon teljességében először bemutatott metszet-sorozat interaktív bemutatóját és weboldalát a Mirai Interactive, a kiállítás támogatója készítette el. (<http://durer.szepmuveszeti.hu>, <http://durer.szepmuveszeti.hu>)

AZ INTERAKTÍV ÜGYNÖKSÉGI GYAKORLAT

Az interaktív ügynökségi piacon már csak azért sem beszélhetünk jól bejáratott szponzorációs gyakorlatról, mert ágazatunk meglehetősen fiatal piaci jelenség. Szakmánk, a digitális, interaktív marketing-kommunikáció, az elmúlt évek során különült el teljesen a marketing-szakma egyéb ágaitól, vált le másik oldalról az IT-ágazatról,



hogy vállalati megrendelők üzleti sikereihez komplex eszközeivel hozzájárulhasson.

A Mirai Interactive több mint nyolc éves működésének kezdete óta végez támogatói tevékenységet. 1999 óta dolgozik együtt az Unicef Magyar Nemzeti Bizottságával, amelynek webes megjelenését (<http://www.unicef.hu>) elkészítette, azt rendszeresen frissíti, és támogatói kampányokhoz is felkínálja segítségét. A Pro Minoritate Alapítvány megbízásából a 2004-ben kategóriájában az Év Honlapja díjat is megszerző csángó magyarok honlapját szintén kedvezményesen készítette el (www.csango.hu), és a Magyar Hospice Alapítvány szintén a Mirai segítségével, 2004-ben gazdagodott új webes megjelenéssel (<http://www.hospicehaz.hu>).

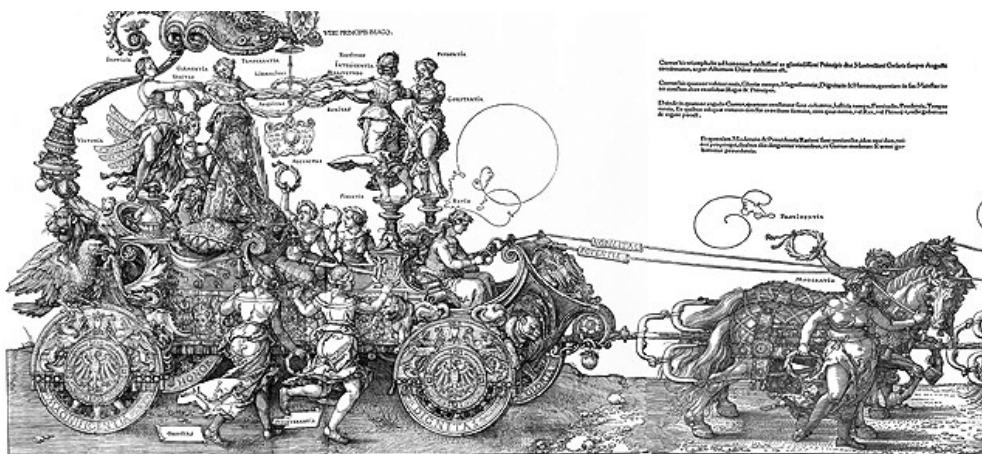
Kulturális támogatás, klasszikus szponzorációs tevékenység azonban először szerepel a Mirai Interactive hosszú távú befektetései között. Innovatív és hatékony megoldásai, elégedett ügyfelei és éves árbevételének emelkedése révén ezévre jutott abba a középvállalati kategóriába, amelyben egy vállalatnak már nemcsak célszerű, vagy „szép tőle”, hanem kötelessége is a kultúra támogatása. Jól felfogott saját érdeke, hogy célcsoportjai számára is meghatározza magát, jól felfogott közös társadalmi érdeke pedig az, hogy kivegye részét a kultúra támogatásából. Ahogy a támogatási kultúra fej-

lesztéséből is. Kommunikációjával nemcsak saját presztízsét növelheti, hanem leteszi a garast a művészet, a kultúra, és a támogatás szükségessége mellett is.

MIÉRT ÉPPEN DÜRER?

Marshall McLuhan kommunikáció-kutató klasszikus megállapítása szerint a médium maga az üzenet. Így a Mirai Interactive-nak sem volt más dolga, mint megválasztani az üzenete számára releváns médiumot.

A Mirai küldetése, hogy innovatív és hatékony digitális kommunikációs megoldásaival támogassa partnerei üzleti sikerét. Részleteiben vizsgálva, Dürer és kortársai innovatív fametszet-technikája - amely saját korában a lehető legmodernebb sokszorosítási szemlélet és eljárás volt - beszédes párhuzamot kínál az üzenet megfogalmazására. I. Miksa császár ugyanis azért hívta össze a művészeket, hogy diadalát a korában leghatékonyabb módon - a lehető legtöbb példányban reprodukálható formában, fametszeten ábrázolják, hogy aztán ő propagandát csinálhasson saját tevékenységének. Nyert csatát ábrázoló diadalmenetet és diadalkaput metszetett a mesterekkel, amit utána - ha nem szakította volna félbe tevékenységét elhalálozása - elküldött volna uralkodói udva-



rokba, könyvtárakba ajándékol. A XVI. századról lévén szó ez a fajta gondolkodás igencsak megelőzte korát. A Mirai Interactive által képviselt interaktív digitális kommunikációs megoldások a jelenkor üzleti életében hasonló innovativitásról, hatékonyságról tesznek tanúbizonyságot.

AZ EGYÜTTMŰKÖDÉS

Ideális megbízói-megbízotti viszonyban a megbízó valóban megbízik ügynökségében. A Szépművészeti és a Mirai együttműködésében egyértelműen érezhető volt, hogy a két fél hasonló célért dolgozik a közös projekten. A cél pedig: a kiállítás anyagához méltó bemutatót készíteni a kiállítótérben elhelyezett webterminálokon, és az interneten, a kiállítás weboldalán.

A létrehozott értéket pedig már az ügynökség ügyfeleinek is érdemes volt „továbbadni”. Élt a kínálókozó lehetőséggel, és a kiállítás megnyitását követően meghívta kulcsügyfeleit egy közös tárlatlátogatásra, melyen Dürer és kortársainak műveivel és a fametszés technikájával együtt ismerkedtek meg. A Múzeum munka-

társai által tartott, kifejezetten jó hangulatú tárlatvezetés után állófogadást is rendeztek a meghívottaknak, ami a szokásosnál személyesebb beszélgetésekre, ismerkedésre is alkalmat nyújtott, sőt, még egy ajándék-metszetet is hazavihetettek a vendégek emlékéül. Az egyikük által kellemes meglepetésként értékelt gesztus az ügyfélkapcsolatoknak is jót tett, és a Mirai munkatársai körében is népszerű volt a számukra rendezett hasonló tárlatlátogatás. Mindez „érzelmi síkon” erősítette meg azt a benyomást, hogy a művészet támogatása a felek kölcsönös elégedettségére, épülésére szolgálhat. Nemcsak hosszú távú, kommunikációs befektetésként tekintett tehát az ügynökség a szponzorációra, hanem rövidtávon is erősítette vele legfontosabb kapcsolatait.

A Szépművészeti Múzeum és a Mirai Interactive közös projektjének megvalósulásához természetesen elengedhetetlenül fontos volt az is, hogy a Múzeum főigazgatója, Dr. Baán László vadonatúj, nálunk még szokatlan elképzelésekkel állt neki a gondjaira bízott műintézmény felvirágoztatásának. Az intézmény közelmúltbéli, jól propagált és kivételesen népszerű kiállításaiából is arra következtethetünk, hogy a főigazgató művészeti elkötelezettsége mellett nem riad vissza attól sem, hogy üzleti szemléletben menedzselje intézményét. Ahogy a Mirai Interactive is elsődleges szempontnak tekinti azt, hogy a for-profit szféra egyik ágazatának egyik vezető cégeként ne csak a termelésnek, hanem a művészetnek is szenteljen figyelméből, erejéből.



Kovács Ildikó

ENERGIA A KULTÚRÁÉRT

Az E.ON Hungária csoport Magyarország vezető energiaszolgáltatójaként, mintegy 3 millió fogyasztót lát el elektromos árammal és gázzal, az ország 15 megyéjében.

A cégcsoport 1995 óta szereplője a magyar gazdaságnak és az elmúlt egy évtized alatt az ország 10 legnagyobb árbevétellel rendelkező cégeinek előkelő csoportjába került, beruházásait tekintve pedig az ötödik legnagyobb vállalat idehaza.

A gazdasági élet egyik meghatározó szereplőjeként az E.ON Hungária csoport tudatában van annak, hogy nemcsak gazdasági tevékenysége, de társadalmi szerepvállalása is fontos, s a „good corporate citizen” szerepét a cégcsoport igen komolyan veszi. Így szinte magától értetődő, hogy a társadalom, de akár csak a helyi közösségek számára fontos értékeket, hagyományokat és új kezdeményezéseket, tehetségeket egyaránt támogat a cégcsoport a kultúra, a tudományok, az oktatás és a sport területén.

A kulturális támogatások terén a cégcsoport számára kiemelkedően fontos, hogy aktuális energiaszolgáltatási területein létrejövő – azaz, jelenleg az Észak-és Dél-dunántúli régióban, valamint a Tiszántúlon, – olyan produkciókhoz, intézményekhez, rendezvényekhez adja támogatását, amelyek kimagasló művészi színvonalat képviselnek, s ez által az országos hírnevet is kiérdemelték, valamint hagyományaikban értéőrzők vagy éppen hagyományteremtő új kezdeményezést képviselnek.

További fontos szempont az E.ON Hungária számára, hogy olyan kulturális élmények létrejöttét támogassa, amelyek a régió lakosai közül sok embert, sokféleképpen szólítanak meg, s

amelyek a régiók életének gazdagításához és színesítéséhez hozzájárulnak.

A fenti elvek mentén az E.ON Hungária idén immár második alkalommal támogatta az egyik legrangosabb hazai zenei eseménysorozatot, a **Veszprémi Ünnepi Játékokat**. A VÜJ kezdeményezése révén nemcsak Budapestre látogatnak el a könnyű és komolyzenei világsztárok, hanem egy történelmi városba, annak is egy csodálatos helyszínére, a Veszprémi Várba is eljutnak a különleges produkciók.

A Fesztivál szervezésében léptek színpadra 2004-ben és 2005-ben többek között olyan világsztárok, mint Bobby McFerrin, José Cura, Al di Meola, Rost Andrea, és számos magyar zenei nagyság, akik a legszelebb közönség kedvencei.

Észak-dunántúli regionális kezdeményezésként indult, s mára az ország második legnagyobb szabadtéri eseménysorozatává nőtte ki magát a **Kapolcsi Művészetek Völgye**. Az egyhetes program során több tízezer látogató keresi fel a festői környezetben lévő kis településeket, melynek áramellátását az E.ON biztosítja.

Az idén 36. alkalommal kerül megrendezésre Debrecen legnagyobb hírű és egyben leglátványosabb köztéri rendezvénye, a **Debreceni Virágkarnevál**. A karnevál Európa egyetlen, ilyen méretű virágkompozíciókat felvonultató rendezvénye, melyen minden alkotás csakis élő virágokból készül. Az E.ON a virágkarnevál aktív támogatója, ami azt jelenti, hogy a vállalat saját virág-kocsival is képviselteti magát az országos hírű tradicionális nyári eseményen. Debrecenben a nagyhírű Csokonai Színház is részesül a helyi áramszolgáltató támogatásában.

A táncművészet egyik fővárosának számító Győrben, hosszú évek óta nyújt támogatást a világhírű **Győri Balett** produkcióinak megvalósításához az E.ON, illetve kiemelkedő művészi teljesítményével a **Pécsi Balett** is élvezi a vállalat támogatását. Szintén a dél-dunántúli régió egyedülálló kezdeményezése, a **Pécsi Napok**, mely nemcsak a helyieknek, de az ide látogató külföldieknek is tartalmas kapcsolódást jelent.

Szerencsés helyzetben van az E.ON, hiszen három szolgáltatási területének olyan központjai vannak – Pécs, Győr és Debrecen – amelyek Budapest mellett évszázadok óta meghatározó szereplői a magyarországi kulturális életnek. Nem véletlen, hogy mindhárom város pályázott az **Európa Kulturális Fővárosa 2010** címre.

OKTATÁS

A budapesti intézmények mellett számos városban immár hagyománya van az E.ON és a helyi felsőoktatási intézmények közötti szoros együttműködésnek. Álljon itt példaként az egyik legrégebbi, mintegy hat éve fennálló együttműködés: A dél-dunántúli régió kiemelkedő felsőoktatási intézményével, a **Pécsi Tudomány Egyetemmel** egymás kölcsönös segítésére vállalt kötelezettséget az E.ON, többretű együttműködés keretében:

- Az E.ON *Kutatói pályázat*ot írt ki az egyetem oktatóiból, kutatóiból és hallgatóiból alkotott csoportok számára. A kutatói pályázatok célja, hogy a résztvevők a gazdasági élet mindennapi kérdéseinek megoldásához tudományos munkával szolgáljanak. A programban a Közgazdaságtudományi Kar és a Pollack Mihály Műszaki Főiskolai Kar vesz részt.
- A szakember-utánpótlás érdekében két hallgató részére egyéves *hallgatói ösztöndíjat* alapítottunk.
- Az innováció elősegítése céljából e karokkal közvetlen együttműködést folytat, valamint részt vesz olyan kutatói programokban, amelyek ipari vállalatok bevonását igénylik.

- Az egyetem hallgatói számára *oktatási lehetőséget* biztosít a vállalat, melynek keretében megismerhetik a korszerű, SAP alapú vállalati informatikai rendszereket.

2003-ban került felavatásra Budapest legújabb, német tannyelvű egyeteme, az **Andrássy Egyetem**. Az oktatási intézmény könyvtárának megalapozásához nyújtott segítséget az E.ON, mintegy két és félezer könyvet adományozva a könyvtárnak, annak érdekében, hogy elősegítse az egyetem céljának megvalósítását, a közép - Európai térség integrációját az Európai Unióba. Ez a könyvadomány képi a bibliotéka alapját, mely az évek során további több száz kötettel bővül. Az egyetemen a német tannyelvű oktatás keretében vezetőket képeznek a térség számára, akik értik és megértik a régió különleges helyzetét.

A **Liszt Ferenc Zeneművészeti Főiskola** illetve a **Zeneakadémia** olyan értéket képviselnek, amelyekhez az E.ON szívesen adja nevét és támogatását. Az intézmény keretein belül olyan magas szintű oktatás folyik, amely világszerte méltán ismert és elismert. A vállalat által támogatott szakmai napok során az érdeklődőknek lehetősége van bepillantást nyerni a Zeneakadémia működésébe és az itt folyó szakmai munkába egyaránt, e mellett az együttműködés részét képezik koncertek, tehetség-programok és német-magyar csere-programok támogatása és megvalósítása is.

A NÉMET–MAGYAR KULTURÁLIS KAPCSOLATOK ERŐSÍTÉSE

Az E.ON Hungária és közvetlen tulajdonosa, a müncheni székhelyű E.ON Energie AG, valamint a düsseldorfi E.ON AG holdingközpont közötti kapcsolat korántsem csak jogi vagy gazdasági viszonyokon alapul, ezen túlmenően a nemzetközi cégcsoport tagjai a kultúra, sport és oktatás területén is igyekeznek kamatoztatni összetartozásukat.

A kultúra terén az E.ON Hungária különösen a közvetlen regionális – a cseh, szlovák és német - E.ON cégekkel való együttműködést szorgalmazza. A kulturális csereprogramok, a bajor-magyar, illetve a német-magyar kultu-

rális együttműködés bővítése a jelen és a jövő egyik még kiaknázandó lehetősége, amely a zene és képzőművészet területén egyaránt kínál izgalmas, embereket megmozgató programok és események számára teret.

Mari Markus Gömöri

GYERMEKKONCERTEK EGY BUSZVÁLLALAT TÁMOGATÁSÁVAL ANGLIÁBAN

— egy tízéves, kölcsönösen előnyös együttműködés részleteiről —

Gömöri Mari, 1956-os emigráns szülők lányaként, az angliai Cambridgeben nevelkedett. Édesapjának zeneszeretete Mari egész életére hatással volt — 1956-ban, a bécsi menekülttáborban eltöltött napok alatt, amíg a menekültek a Vörös Keresztnél élelemért és ruháért álltak sorban, Mari és édesapja a Bécsi Operánál próbált — sikerrel — jegyet szerezni a Varázsfuvolára.

Amikor 1989-ben Mari harmadik fia is elkezdte az iskolát, elindult a Mari Markus Gomori Concerts for Children koncertszervező vállalkozás, a gyermekközönséget megcélózva. Mára a MMCC az Egyesült Királyság 12 városában 90 koncertet hozott létre, amelyeken 80.000 gyermek és szüleik vettek részt. A koncerteknek mindig van egy központi témája, és az e köré válogatott műveket egy narrátor ismertetőivel kiegészítve, hivatásos zenekarok adják elő. A rendezvényeken sok lehetőséget teremtenek a szervezők, hogy a gyerekek aktívan bekapcsolódjanak az előadásba, hiszen a koncertek elsődleges célja, hogy megismertessék a gyerekeket a zenehallgatás örömeivel, és koncertlátogatóvá „neveljék” őket.

Esettanulmányában Gömöri Mari elmondja, hogyan tudott üzleti szponzoraival kölcsönös előnyök mentén együttműködni. A Mari Markus Gomori Concerts for Children és a Stage-

coach Citi Bus buszvállalat tízéves együttműködése a 2004 évi Arts&Business Award egyik jelöltje volt művészeti támogatás kategóriában.

Első koncertemet, a *Péter és a farkast* egy gyerekkórus megsegítésére rendeztük, és a pénzben kifejezhető siker mellett azzal a kellemes biztonságérzettel jutalmazott meg, hogy a rendelkezésemre áll egy támogató szülőkből álló kész közönség és egy kiváló zenekar, amely kész önköltségi áron játszani. Mindezen túl a koncertet követően találkozóra invitált az Acorn Computers igazgatója, és 3000 font értékben támogatást ígért a következő koncertre.

Őszintén bevallom, fogalmam sem volt arról, hogy cserébe mit várnak el, és az első koncert alkalmával csupán a cég logóját tüntettem fel a plakátokon és a szórólapokon, valamint elhelyeztem egy reklámot a műsorfüzetben. Úgy látom, sok művészeti intézmény még mindig azt gondolja, hogy csak ennyit várnak el tőlük a szponzorok.

A kezdeti sikerek az Acornnal arra bátorítottak, hogy más cégeket is felkeressek. Hét évig egy magán vasúti társasággal dolgoztam együtt, az utóbbi tíz évben pedig a Stagecoach busztársaság a főszponzorom. Erről a kapcsolatról szeretnék bővebben írni, különösen mivel számos alkalommal kaptunk támogatást az egyesült ki-

rályságbeli Arts & Business programtól, amelynek mintájára a Summa Artium is megalakult.

Ennek a hosszútávú kapcsolatnak a sikere különböző tényezőknek köszönhető. Elsősorban nagyon fontosnak tartom azt, hogy a támogatóval szorosban és személyesen együtt dolgozva mérjük fel azokat az előnyöket, PR és marketing lehetőségeket, amelyeket a koncert kínál, és hogy következetesen új lehetőségeket kínáljunk. Az Arts & Business minden alkalommal azzal a feltétellel nyújtott támogatást, hogy a támogató hasznát olyan plusz reklámlehetőségekkel, plusz koncertekkel vagy más művészeti tevékenységgel növeljük, amelyeket a szponzori támogatás nem fedez.

A Stagecoach társaságot először azért kerestem meg, hogy támogasson egy cambridge-i koncertet. Mivel az Arts & Business ígéretet tett az oxfordi plusz koncertek támogatására, a Stagecoach-ot rá tudtam venni, hogy rögtön egy három évre szóló szerződést kössünk.

A Stagecoach haszna kezdetben a következőkből származott:

- lehetőséget teremtett bemutatni, hogy a Stagecoach a helyi közösséget támogatja, amelynek alkalmazottai és utasai is tagjai,
- lehetőséget, hogy a Stagecoach a helyi zenekart támogassa és a város kulturális életében aktívan részt vegyen,
- közvetlenül elérje célközönségét és a gyerekeket, leendő utasait azáltal, hogy a koncerteken és a Gömöri Mari által szervezett különböző iskolai eseményeken jelen van,
- a Stagecoach logó 300 plakáton és 15.000 szórólapon lett feltüntetve, amelyeket szerte a városban és az iskolákban terjesztettek,
- egyoldalas hirdetés a műsorfüzetben,
- a koncerteken az előtérben való kitüntetett jelenlét, ahol a Stagecoach szórólapokat és menetrendeket osztogathatott,
- stagecoach transzparens a színpadon a zenekar mögött,
- stagecoach feliratú táskákat és pólókat kapott minden gyerek a koncerteken,

- az eseményeken alkalmazottak is részt vettek, mutatva ezzel a cég emberi arcát,
- az ügyvezető igazgató a közönséget a színpadról köszönti és elmondja, miért támogatják a koncerteket,
- Gömöri Mari által megszervezett vezető tudósítások a helyi sajtóban, rádióban és televízióban, lehetőséget biztosítva, hogy az ügyvezető igazgatóról számos, a koncerteken készült fénykép jelenjen meg,
- Gömöri Mari által szervezett versenyek a helyi médiában, a Stagecoach-csal és az utazással kapcsolatos nyereségekkel.

A gyerekeknek szóló koncerteken kívül, amelyek a Stagecoach számára az összes, fent említett előnyt nyújtották, az alábbiakban bemutatok néhány módot, amelyek az együttműködés során a Stagecoach jelentőségét még inkább növelték a helyi közösségben, és alkalmat adtak nekem arra, hogy belekezdhessek egyéb művészeti tevékenységbe.

Sok éven keresztül szerveztem akár 300 fős kirándulásokat cambridgeshire-i iskolásoknak a főbb londoni múzeumokba. A buszokat természetesen a Stagecoach bocsátotta ingyen rendelkezésre, és számos alkalommal szabadnapjaikon a cég menedzserei vezették azokat. Az iskolába visszatérve a gyerekek műalkotással foglalkoztak, a műveket aztán a buszokon és a helyi múzeumban „Stagecoach kiállítás” címmel kiállították, ezzel is még nagyobb publicitást adva a szponzornak.

A Stagecoach számára adott fényképes lehetőségek: a buszok indulása, a múzeumnál, visszaérkezés az iskolába, és természetesen amint az alkotás végül felkerül a buszok hátuljára.

Ebben az évben egy egész iskolát elvittünk a londoni Aquariumba, majd egy buszt a gyerekek munkáinak segítségével „akváriummal” alakítottunk.

Ez hír lett a helyi tévében, és körülbelül nyolc cikk és fotó jelent meg a sajtóban a Stagecoach szerepét mindig kiemelve.

A Stagecoach-csal szorosan együttműködve természetesen megismertem a társaság nehézségeit is, amelyek közül az egyik a sofőrök és a városi tanács képviselői közötti együttműködés hiánya volt.

A probléma megoldása érdekében az Arts & Businessnél sikeresen pályáztunk támogatásért a már meglévő koncerttámogatáson túl, hogy egy munkahelyi tréningre specializálódott kis színházi csoportot meghívjunk, hogy 30 sofőrnek és a városi tanács képviselőinek egynapos tréninget tartsanak. A szintársulat, miután alaposan megvizsgálta a problémát, egy körülbelül húszperces jelenetet adott elő, amelyben különböző problémákat vetettek fel. Ekkor abbahagyták és meghallgatták a közönség javaslatait, hogyan folytassák a „darabot”, hogy a problémák megoldódjanak. Attól kezdve a színészek csak azokat a szavakat használhatták, amelyeket a tréning résztvevői mondtak. Ezeken a tréningeken természetesen magam is részt veszek, hogy a Stagecoach-ot segítsem.

A projekt olyan sikeres volt, hogy úgy döntöttek, a cég más részlegeiben is alkalmazzák, saját költségükre.

A Stagecoach-csal való kapcsolat és támogatás fenntartása érdekében folyamatosan dolgozok ki új módokat arra, hogy a Stagecoach név a médiában és a helyi közösségben is eleven maradjon. Következő projektünk – amelyet szintén az Arts & Business támogat –, egy tíz költészeti műhelyfoglalkozásból álló sorozat

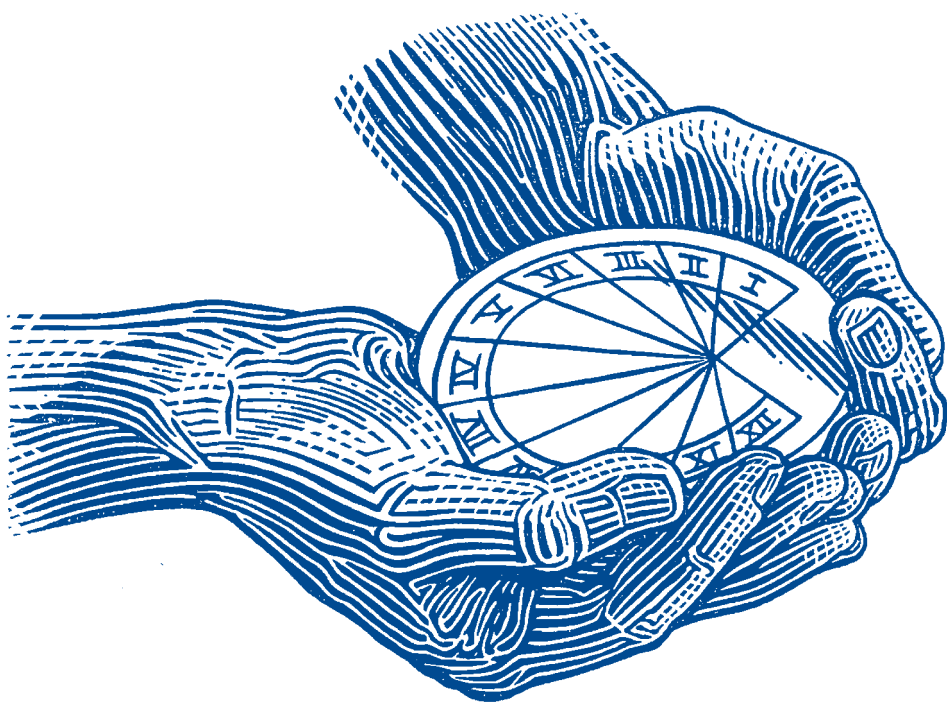
lesz helyi iskolákban, egy helyi költő vezetésével. A versek, amelyek témája a különböző korok közlekedése lesz, meg fognak jelenni a buszok oldalán, és egy „Stagecoach Gyermekvers-antológia” formájában is ki fogjuk adni őket. A projektben 41 helyi költő is részt fog venni, verseik a helyi Stagecoach buszok belsejében lesznek olvashatók. Azon túl, hogy a projekt új, a Stagecoach által támogatott művészeti tevékenységeket kínál fel helyi iskolásoknak és költőknek, újdonságnak számít a buszok felhasználása, a média érdeklődésének felkeltése és a fényképes megjelenés.

Megpróbáltam illusztrálni, hogy a pénzbeli támogatásra ne úgy gondoljunk, mint amit egy cég nagylelkűen felajánl egy művészettel foglalkozó szervezetnek, az nem jótékony adomány, hanem nagyon értékes, kétoldalú kapcsolat, amely mindkét félnek előnyös. A művészeti szervezet kreativitása a célfogyasztók elérésének eredeti módjait kínálja, és segíthet a cég problémáinak újszerű megközelítésében. A cég a szponzorálással nemcsak a művészeti partner napi tevékenységét támogatja, hanem abban is segíti, hogy a biztos pénztámogatásra támaszkodva előre tudjon tervezni.

A Stagecoach-csal való 10 éves együttműködésem során jelentősen hozzásegítettem a céget a főbb területeken betöltött szerepének növeléséhez.

Cambridge, 2005. június 18.

MI MICSODA



Arany János Alapítvány

Cím: 1062 Budapest, Bajza u. 18.

A Magyar Írószövetség 1989-es közgyűlése elhatározta, hogy alapítványt hoz létre régebbi s élő irodalmunk értékeinek védelmére, gondozására. Ez az elhatározás az írószövetség tagjainak adományából 1990 tavaszán Arany János Alapítvány néven került bejegyzésre.

ARTISJUS Magyar Szerzői Jogvédő

Iroda Egyesület

Cím: 1016 Budapest, Mészáros utca 15/17.

Web: www.artisjus.hu

Tevékenység: az Artisjus a zeneszerzők, szövegírók, zeneműkiadók és irodalmi szerzők egyesülete. Fő tevékenysége az ún. "közös jogkezelés": a zenei és irodalmi művek felhasználóitól jogdíjak beszedése és azok felosztása a szerzők között. Emellett az alkotók szolgáltatásban és érdekei védelmében más, kiegészítő feladatokat is ellát. Legfontosabb feladatának tekinti, hogy bizonyos szerzői jogok egy kézbe fogásával az alkotók megélhetését támogassa.

ARTISJUS Zenei Alapítvány

Cím: 1012 Budapest, Pálya utca 4-6.

Web: www.artisjus.hu

Tevékenység: a magyar zeneszerzői alkotó tevékenység ösztönzése és a magyar zenei repertoár közönséghez juttatásának támogatása. Legfontosabb feladatának tekinti a következőket: A magyar zeneszerzői alkotó tevékenység ösztönzése a zeneszerzők, zeneszövegírók széles körének nyújtandó pénzügyi támogatással.

A magyar zenei repertoár közönséghez juttatásának támogatása egyedi kérelmek alapján és a kortárs magyar zeneművek kiemelkedő előadóinak és ezen zeneművek terjesztésében eredményesen közreműködő más személyek jutalmazása.

A zenei és irodalmi közös jogkezeléssel érintett jogosultak önkéntes kölcsönös nyugdíjbiz-

tosító pénztára útján közvetett, valamint az arra rászorult zeneszerzők, zeneszövegírók, és meghatározott feltételekkel e személyek jogutódai számára közvetlen, szociális célú, rendszeres pénzügyi támogatás nyújtása

Ateliers Pro Arts / A.P.A.!

Cím: 1085 Budapest, Horánszky utca 5.

Web: <http://www.ateliers.hu/>

Tevékenység: támogatás

A John Warren Gotsch által alapított A.P.A.! 2001-ben kezdte meg működését. Legfőbb célja, hogy „műtermekkel és kiállítási lehetőségekkel támogassa és inspirálja a magyarországi és közép-Európai művészeket”. Hét műterem áll rendelkezésre a fiatal művészek számára, melyeket pályázat útján nyerhetnek el, a galéria pedig lehetőséget nyújt a műtermekben dolgozó művészek alkotásainak bemutatására is.

Béres Alapítvány

Cím: 1037 Budapest, Mikoviny utca 2-4.

Web: <http://www.beres.hu/alapitvany>

Tevékenység: támogatás

Az alapítványt 1993-ban hozta létre Dr. Béres József és a Béres Rt., betegségmegelőző és gyógyító, tudományos, kulturális, oktatási célok megvalósítására, idős, beteg emberek megsegítésére. Kiemelt figyelmet fordítanak a magyar kulturális értékek megőrzését, támogatását segítő művészekre és programokra.

Budapest Bank Budapestért Alapítvány

Cím: 1138 Budapest, Váci út 188.

Web: <http://www.budapestbank.hu>

Tevékenység: támogatás

Az 1991-ben létrehozott alapítvány évente kétszer pályázatot ír ki olyan kezdeményezések támogatására, amelyek hozzájárulnak a főváros fejlődéséhez, szellemi és kulturális értékeinek gyarapításához, a város és polgárai életének javításához.

Budapesti Kulturális Obszervatórium**Cím:** 1051 Budapest, Szent István tér 11/b.**Web:** <http://www.budobs.org/>**Tevékenység:** kutatás, információgyűjtés

A kicsiny nonprofit szervezet Európa-szerte feltűnést keltő havi hírlevélben szolgáltat információt a régió kulturális adatairól, folyamatairól. Gyűjti és elemzi a közép-kelet-Európai országok kulturális életéről szóló adatokat, elemzi az Európai pályázatokon való részvételt, dokumentálja a sikereket és a kudarokat. Igazgatója Inkei Péter, Európai konferenciák gyakran meghívott előadója.

CTF Alapítvány**(A Civil Társadalom Fejlesztésért Alapítvány)****Cím:** 1117 Budapest, Mészöly u. 4.**Web:** <http://www.ctf.hu/>**Tevékenység:** képzés, szervezetfejlesztés

Az alapítvány a nonprofit szervezetek és intézmények megerősítését és hatékonyságuk növelését tűzte ki céljául. Különböző szolgáltatásaikkal a civil társadalom fejlődését segítik elő. 1996 óta foglalkoznak nonprofit szervezetek menedzsment képzésével, a nonprofit menedzsment tudás terjesztésével, így segítve ezen szervezetek professzionális működését.

Déry Tibor Alapítvány**Cím:** 1012 Budapest, Pálya utca 4-6.

Legfontosabb feladata a kiemelkedő irodalmi tevékenység és a szép magyar nyelv ápolásának jutalmazása

Fiatalképzőművészek Stúdiója Egyesület**Cím:** 1077 Budapest, Rottenbiller utca 35.**Web:** <http://studio.c3.hu/>**Tevékenység:** támogatás, tájékoztatás

A Fiatalképzőművészek Stúdiója a pályakezdő magyar képzőművészek nonprofit szakmai szervezete, amely 1990 óta egyesületi és alapítványi formában működik. Célja az egyesület tagságát alkotó mintegy 300 művész, művészet-

történész és kritikus pálya-kezdésének, illetve a kulturális és művészeti életben való jelenlétének elősegítése, kiállításokon való szerepeltetése, információ nyújtása számukra, továbbá párbeszéd kezdeményezése és együttműködési lehetőségek keresése a nemzetközi képzőművészeti élet szereplőivel. Állandó kiállítóhelye, a Képiró u. 6. szám alatt működő Stúdió Galéria, amely lehetőséget nyújt a művészeknek önálló kiállítás megrendezésére.

Fővárosi Kulturális Alapok**Cím:** 1052 Budapest, Városház utca 9-11.**Web:** <http://www.fph.hu/~kultbiz/>**Tevékenység:** támogatás

A négy alap – a színházi, a zenei, a képzőművészeti, illetve a tudományos és közművelődési – az éves költségvetés jóváhagyása után általában minden év márciusában pályázati kiírásokat tesz közzé a főváros kulturális életének támogatására.

HUNGART**Vizuális Művészek Közös Jogkezelő****Társasága Egyesület****Cím:** 1055 Budapest, Falk Miksa utca 30.**Web:** www.kibernet.hu/hungart**Tevékenység:** támogatás

A HUNGART a képző-, ipar- és fotóművészek kollektív jogdíjbeszedő egyesülete. Az általuk beszedett jogdíjak és járulékok módot adnak arra, hogy pályázatokat hirdessenek meg az általuk képviselt szakmák művészei számára, így a nyertes pályázók művészeti ösztöndíjban részesülhetnek.

Illyés Közalapítvány**Cím:** 1131 Budapest,

Fiastyúk utca 4-8. V. emelet

Web: <http://www.ika.hu/>**Tevékenység:** támogatás

A Magyar Köztársaság Kormánya által alapított Illyés Közalapítvány legfőbb célja a határain-

kon túl élő magyar közösségek és a szórvány-magyarság alkukuratóriumi rendszerű támogatása, sajátos gondjaik megoldásának elősegítése. Támogatja a határainkon túl élő magyarság önazonosságának megőrzését, megerősödését, továbbá az anyanyelv ápolását, fejlesztését szolgáló kezdeményezéseket, a határainkon túl élő magyarságot érintő tudományos munkát, az anyanyelvű hitélet tárgyi és személyi feltételeinek javítását és a határon túli magyar kisebbségek hazai kulturális bemutatóit.

International Visegrad Fund

Cím: Szlovák Köztársaság,

811 02 Bratislava, Drotárska cesta 46.

Web: <http://www.visegradfund.org/>

Tevékenység: támogatás

Az International Visegrad Fund a cseh, a magyar, a lengyel és a szlovák kormány megegyezése alapján jött létre 2000. június 9-én Prágában. Célja a szorosabb együttműködés fejlesztésének és az országok Európai integrációjának pályázati úton való támogatása, továbbá a regionális együttműködés előmozdítása a visegrádi országok között közös kulturális, tudományos, oktatási projektek, fiatalok csereprogramjai és határon átnyúló együttműködések kialakítása révén.

Kovács Gábor Művészeti Alapítvány

Cím: 1062 Budapest, Andrássy út 112.

Web: <http://www.kogart.hu>

Tevékenység: támogatás

A Kovács Gábor által alapított KOGART Alapítvány a magyarországi kortárs képzőművészeti élet támogatására, élénkítésére jött létre. Legfőbb célja a művészek és a közönség, gyűjtők, illetve támogatók közötti párbeszéd elősegítése. Ösztöndíjakkal, pályázatokkal, kiállítási lehetőségekkel támogatja a hazai művészeket, és saját, meglévő gyűjteményét fejleszti, gyarapítja. Fenntartja a KOGART Házat, amelyben három kiállítóterem működik.

KultúrPont Iroda

Cím: 1075 Budapest, Kazinczy utca 24-26.

Web: <http://www.kulturpont.hu/>

Tevékenység: tájékoztatás

A KultúrPont Irodát a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma 2000. áprilisától azzal a céllal hozta létre, hogy az Európai Bizottság elvárásainak megfelelően működjön Magyarországon egy olyan ügynökség, amely az EU kulturális pályázataival kapcsolatos feladatokat végzi hazánkban. Az Európai gyakorlatnak megfelelően az Iroda nem a Minisztérium szervezeti rendszerében működik, hanem a Tárca egyik háttér-intézményének (Hungarofest Kht.) keretei között végzi tevékenységét.

Magyar Alkotóművészeti Közalapítvány

Cím: 1054 Budapest, Báthori utca 10.

Web: <http://www.alkotom.hu/>

Tevékenység: támogatás

A közalapítvány célja – az Alapító okiratban leírtak szerint – „támogatást nyújtani színvonalas alkotások létrehozásához a magyar irodalom, képzőművészet, iparművészet, ipari tervezőművészet, fotóművészet és zenei alkotóművészet területén, ideértve az ezen műfajokhoz kapcsolódó elméleti és kritikai alkotótevékenységet is, segíteni az alkotások belföldi és nemzetközi megismertetését, terjesztését és értékesítését az alapító vagyon megőrzésével és lehetőség szerinti gyarapításával. E célok elérése érdekében az irodalommal, képzőművészettel, iparművészettel, ipari tervezőművészettel, fotóművészettel és zenei alkotóművészettel foglalkozó alkotóművészek részére biztosítani törekszik alkotómunkájuk és szociális biztonságuk anyagi feltételeit.” Ennek érdekében alkotóházakat tart fenn, támogatásokat nyújt, és nyugdíjakat folyósít.

Magyar Könyv Alapítvány

Cím: 1146 Budapest, Hermina út 57-59.

Web: <http://www.konyvalapitvany.hu>

Tevékenység: támogatás

Az alapítványt a művelődési miniszter alapította 1992-ben, amely azóta pályázati úton, a kiadókon keresztül támogatja kortárs és klasszikus szépirodalom és ismeretterjesztő munkák közreadását, valamint magyar irodalmi művek idegen nyelvre fordítását.

Magyar Mozgóképek Közalapítvány

Cím: 1068 Budapest, Városligeti fasor 38.

Web: <http://mmk.editor.ivy.hu>

Tevékenység: támogatás

A Magyar Mozgóképek Közalapítvány 1998-ban jött létre a Magyar Mozgóképek Alapítvány jogutódjaként. Alapítói a Magyar Köztársaság Kormánya és a filmszakma 26 szervezete. Alapvető céljai között szerepel magyar filmek elkészítésének támogatása, valamint a magyar és az egyetemes filmművészet magyarországi és külföldi terjesztésének elősegítése.

Magyar Művelődési Intézet

Cím: 1011 Budapest, Corvin tér 8.

Web: <http://www.mmi.hu>

Tevékenység: tájékoztatás, kutatás

A Magyar Művelődési Intézet legfontosabb feladata országos közművelődési tanácsadás és szolgáltatás biztosítása a helyi közművelődési tevékenységek és a megyei, illetve a fővárosi feladatok segítése érdekében. További feladatai a nem hivatásos művészeti mozgalmak segítése, az előadó- és vizuális művészeti rendezvények koordinálása, a szakági képzések és vizsgáztatások rendszerének kialakítása, azok lebonyolítása, fesztiválok, konferenciák szervezése. A népi iparművészeti alkotások minősítése, a népi iparművészeti gyűjtemény kezelése, kiállítások rendezése, mesterséghelyzetek meghirdetése, gondozása. A nemzeti-

ségek és az etnikai csoportok kulturális hagyományainak, társadalmi szokásainak, művészeti értékeinek gondozása, ápolása. Szakemberek képzése, állami feladatként vizsgabizottságok működtetése, továbbképzések biztosítása. Szakmai, szakági kiadványok, közművelődési periodikák megjelentetése.

Magyar Történelmi Film Alapítvány

Cím: 1014 Budapest, Kapisztrán tér 2-4.

(Hadtörténelmi Intézet és Múzeum)

Web: <http://www.mtfa.hu/>

Tevékenység: támogatás

Az alapítványt a Művelődési és Közoktatási Miniszter alapította 1993-ban.

„Célja: a magyarság sorsának alakulásában meghatározó jelentőségű események kutatása és filmes feldolgozása; az 1956-os forradalomhoz vezető, majd a leverése nyomán, illetve ellenére végbement történelmi folyamatok és a forradalom eseményeinek a feltárása; a határaink túloldalán és az emigrációban élő magyarság sorskérdéseinek ábrázolása dokumentum- és játékfilmen; a jelenbe futó történelmi folyamatok, dokumentumok, amatőrök által is készített és gyűjtött anyagok megőrzésének, gondozásának és feldolgozásának támogatása.” (részlet az Alapító okirat szövegéből)

Magyar Turizmus Rt.

Cím: 1012 Budapest, Vérmező út 4.

Web: <http://www.hungarytourism.hu>

Tevékenység: támogatás

Az Ipari és Kereskedelmi Minisztérium tulajdonában levő Magyar Turizmus Rt. fő tevékenysége a turisztikai szolgáltatások, a hazai és nemzetközi turisztikai piackutatás, termékfejlesztés, kiadvány és multimédiaterjesztés, valamint kiállításszervezés feladatainak ellátása. Ezek mellett pályázati kiírások útján támogatja a turisztikailag vonzó kulturális eseményeket.

Magyarország Európában Alapítvány**Web:** <http://www.maoe.hu/>**Tevékenység:** támogatás

Az alapítvány, amelyet tíz piacvezető cég alapított, azért jött létre, hogy megerősítse a Magyarország és Európa közötti társadalmi, történelmi és kulturális kapcsolatokat és minden évben átadja az általa létrehozott Magyar Irodalmi Díjat, amelyet egy szakzsűri által kiválasztott szépirodalmi mű alkotója kap meg. A szervezet így kíván teret adni az igazi tehetségeknek és a maradandó értékeknek.

Millenniumi Intézet**Cím:** 1061 Budapest, Jókai tér 8.**Web:** www.mial.hu**Tevékenység:** projektfejlesztés

A 2000-ben alapított, magánalapítványként működő Millenniumi Intézet, egy stratégiai intézet kezdeménye. „Célja, hogy Magyarország hosszú távú jövőképből gondolkodjék, ezért a részére jutott adományokból, bevételekből olyan kutatásokat, képzéseket, publikációk megjelentetését és kulturális fejlesztéseket támogat, amelyek ezt a célt szolgálják.” Az intézet pályázatfigyeléssel és pályázatírással is foglalkozik.

Műhely Alapítvány**Cím:** 1094 Budapest, Liliom utca 41.**Web:** <http://www.wsf.hu/>**Tevékenység:** tájékoztatás, támogatás

Az 1993-ban létrejött Műhely Alapítvány elsődleges célja a hazai kortárs előadóművészet – ezen belül kiemelten a kortárs táncművészet – támogatása, fejlesztése. Tevékenységük három területre bontható: produkciós segítség, képzési programok és szakmai tevékenység. Ez utóbbin belül 2004-től az Alapítvány egy ún. „Help Desk” funkciót fog ellátni, melyben az alkotók, táncosok, koreográfusok különböző csoportjainak különböző mértékben, ingyenesen nyújt szolgáltatásokat. Ezek mellett az alapítvány a

kortárs előadóművészetet érintő, átfogóbb, szakmai programokban is aktív kezdeményező szerepet vállal. Tanácsadóként tagja a hazai táncművészet helyzetének rendezésére életre hívott Táncművészeti Kerekasztalnak.

Művészeti és Szabadművelődési Alapítvány**Cím:** 1064 Budapest, Vörösmarty u. 47/a.**Web:** <http://www.vigado.hu/msza>**Tevékenység:** támogatás, rendezvényszervezés

Az alapítványt a Művelődési és Köznevelési Miniszter hozta létre 1992-ben – az alapítvány saját megfogalmazása szerint – „az állampolgárok művelődő közösségei, a kultúra területén szerveződő civil társadalom, a zenekultúrát és más művészeti ágakat gazdagító tevékenységek támogatására”. Az alapítvány elsősorban művészeti célú hasznosításra megkapta a Pesti Vigadó épületének használati jogát és a Vörösmarty téri irodaház tulajdonjogát – utóbbit 2003-ban eladta. 1998-tól saját forrásaira alapozva új pályázati rendszert alakított ki, amelynek keretében a művészet és a közművelődés területén működő civil szervezetek számára nyújt támogatást.

Nemzeti Civil Alapprogram**Cím:** 1051 Budapest, Vigadó utca 6.**Web:** <http://www.nca.hu/>**Tevékenység:** támogatás

„A Nemzeti Civil Alapprogram célja a civil társadalom erősítése, a civil szervezetek társadalmi szerepvállalásának segítése, a kormányzat és a civil társadalom közötti partneri viszony és munkamegosztás előmozdítása az állami, önkormányzati közfeladatok hatékonyabb ellátása érdekében.” (részlet a 2003. évi L. törvényből)

Nemzeti Kulturális Alapprogram és Igazgatósága

Cím: 1085 Budapest, Gyulai Pál utca 13.

Web: <http://www.nka.hu/>

Tevékenység: támogatás

Az egész világon párját ritkító intézmény forrása az ún. kulturális járulék, amely egyenesen a Magyar Államkincstárnál vezetett NKA számlára folyik be. 1993-ban alapította az Országgyűlés, az NKA-ról szóló törvénnyel, és 1994. január 1-jén kezdte meg működését. Pályázatai csak projektekre szólnak, a támogatások nem fordíthatók beruházásra vagy intézményfenntartásra. A 16 állandó „szakmai kollégium” területei:

Építőművészet / Fotóművészet / Iparművészet / Ismeretterjesztés és Környezetkultúra / Képzőművészet / Könyvtár / Közművelődés / Levéltár / Mozgókép / Múzeum / Műemlék és Régészet / Népművészet / Szépirodalom / Színház / Táncművészet / Zene.

Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma és Intézményei

Cím: 1077 Budapest, Wesselényi utca 20-22.

Web: <http://www.nkom.hu/>

Tevékenység: támogatás, tájékoztatás

NIOK

(Nonprofit Információs és Oktató Központ) Alapítvány

Cím: 1024 Budapest, Margit krt 43-45.

Web: <http://www.niok.hu/>

Tevékenység: tájékoztatás

A NIOK célja a magyarországi civil társadalom megerősítése, a szervezetek és a szektorok közötti kommunikáció segítése különböző programok működtetése által, továbbá egy háttérbázis kialakítása a nonprofit szervezetek hosszú távú működésének elősegítésére.

Palládium Alapítvány

Cím: 1111 Budapest, Lágymányosi utca 17/b.

Web: www.palladiumalapitvany.hu

Tevékenység: támogatás

A 2001 óta működő alapítvány minden évben az előző év kiemelkedő szépirodalmának két, társadalomtudományának, képzőművészetének pedig egy-egy kiemelkedő alkotóját részesíti elismerésben. A 2003-tól átadásra kerülő különdíjat minden évben a legkimagaslóbbnak ítélt tanulmánykötet szerzője kapja meg. Céljuk, hogy e díjjal hagyományt teremtsenek, továbbá működésükkel elősegítsék a pénzügyi és a kulturális szféra egymáshoz való közeledését, egymás közti párbeszédét.

Pro Cultura Urbis Közalapítvány

Cím: 1052 Budapest, Városház utca 9-11.

Web: fejlesztés alatt

Tevékenység: támogatás

A Pro Cultura Urbis Közalapítványt a Fővárosi Önkormányzat hozta létre abból a célból, hogy egyedi támogatások, ösztöndíjak adományozásával, valamint a kulturális életben kiemelkedő munkát végző személyek és intézmények tevékenységének elismerésére a Pro Cultura Urbis díjak évenkénti odaítélésével támogassa a főváros kulturális értékeinek védelmét, illetve új értékek létrehozását.

Pro Renovanda Cultura Hungariae Alapítvány

Cím: 1146 Budapest, Ajtósi Dürer sor 19-21.

Web: <http://www.prof.iif.hu/prc/>

Tevékenység: támogatás

Az 1990-ben, a Művelődési és Közoktatási Miniszter által közérdekű célok megvalósítására létrehozott alapítvány legfőbb célja a közoktatás, felsőoktatás, kutatás, kultúra, közművelődés, valamint a művészetek különböző ágainak támogatása, megújítása. Az alapítvány céljait a tizenkét szakalapítványhoz benyújtható pályázatok útján valósítják meg.

Soros Alapítvány

Cím: 1051 Budapest, Szent István tér 11/b.

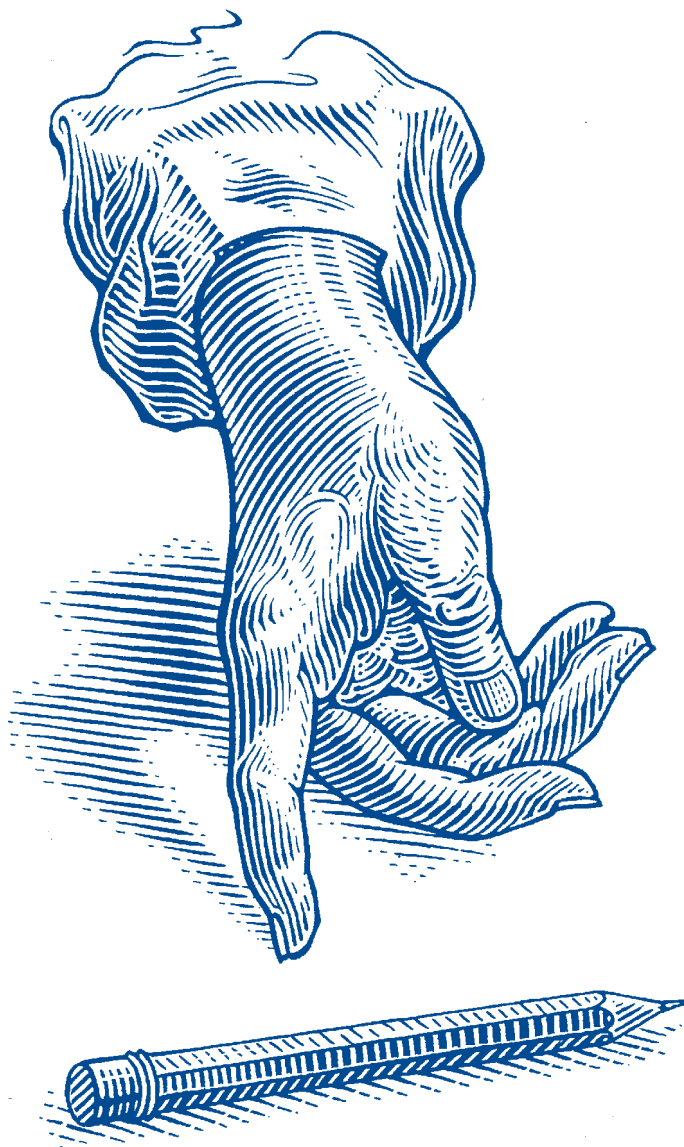
Web: <http://www.soros.hu/>

Tevékenység: támogatás

Soros György 1984-ben alapította meg a Magyar Soros Alapítvány elődjét Magyar Tudományos Akadémia – Soros Alapítvány Bizottság néven, melyet az alapítványok hosszú sora követett. A Soros Alapítványok hálózata a

Soros György által létrehozott alapítványok, programok és intézetek összessége, amelynek célja a nyílt társadalmak létrehozása és fejlesztése világszerte. Az alapítvány az emberi jogokért és a korrupció ellen küzdő, a roma ügyeknek elkötelezett és a civil szféra fejlesztése érdekében működő szervezetek támogatását tartja legfőbb céljának Magyarországon. Kulturális pályázatait 2003-ban befejezték.

KI KICSODA



Arató András*üzletember, mecénás* (1953, Budapest)

Tanulmányait a Budapesti Műszaki Egyetemen, (1977) valamint a Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetemen végezte. 1977-87-ig a FŐMTERV híd-műtárgy irodájánál dolgozott tervezőként, később irányító tervezőként. 1989-től a DUNAHOLDING Rt. munkatársa, 2001 óta elnök-vezérigazgató. A Monográf Rt. elnöke. 2002-től a MAV Rt. igazgatóságának a tagja. 1994-95, a VOSZ társelnöke, 2000-től 2004-ig a Magyar Asztaltenisz Szövetség elnöke. A KLUBRÁDIÓ alapítója. Fenntartja a Komédiium Színházat, figyelemre méltó fotográfiai tevékenységet folytat.

Elérhetőség: Dunaholding Rt.,
1037 Bp., Bokor u. 1-3-5.

Arnold István*történész, kulturális menedzser* (1969, Pécs)

Tanulmányait a pécsi Janus Pannonius Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar, történelem-angol szakán (1989-94), a Közép Európai Egyetemen (1992-94) és az ELTE BTK Kulturális Menedzserképző Programján (1999-2000) végezte. 1994-1995-ben a University of London, School of Slavonic and East European Studies egyetemi tanár-segédje. Magyarországra hazatérve rövid ideig szabadúszóként dolgozik – egy non-profit jogvédő szervezetet segít PR és fundraising munkával, angolt tanít, fordít. 1996-2004 között a Soros Alapítvány kulturális és művészeti programvezetője, 2004. februárjától a Summa Artium Kht. igazgatóhelyettese.

Elérhetőség: istvan.arnold@summa-artium.hu

Baán László Dr.*múzeumigazgató* (1961, Budapest)

Felsőfokú tanulmányait a Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetemen (1980-85) és az ELTE BTK Filozófia szakán folytatta (1981-1987), egyetemi doktori címet 1989-ben szerzett. A nyolcvanas évek végén az MTA tudományos ösztöndíjasa volt. Pályáját a Társadalom-

tudományi Intézet tudományos munkatársaként kezdte, majd 1990-től fővárosi képviselőként a Kulturális Bizottság elnöke volt. 1995-től a főváros kulturális biztosaként dolgozott, 1998-tól a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumában gazdasági helyettes államtitkári és közigazgatási államtitkári beosztásokban dolgozott. 2004. decemberétől a Szépművészeti Múzeum főigazgatója. A kultúra finanszírozásának tárgyában több publikációja jelent meg angol és magyar nyelven.

Elérhetőség: Szépművészeti Múzeum,

1146 Dózsa György út 41.

laszlo.baan@szepmuveszeti.hu

Belia Anna*(1949, Budapest)*

Tanulmányait az ELTE Bölcsészettudományi Kar, francia-spanyol szakán végezte (1967-72). 1972 és 90 között a Magyar Színházi Intézetben lektor, a József Attila Színházban és az MTV-ben dramaturg, később az Interpress Magazin olvasószerkesztője. 1990-től két évig egy New York-i középiskolában franciatanár, később szabadúszó mű-fordító. 1994-95-ig a művelődési és közoktatási minisztérium titkárságának vezetője. 1996-tól a Soros Alapítvány munkatársa, 2001-től pedig az alapítvány igazgatója.

Elérhetőség: Soros Alapítvány,

1051 Budapest, Szent István tér 11/b.

Bence Ottó*művelődésszervező, író*, (1965, Budapest)

Tanulmányait az ELTE Bölcsészettudományi Kar történelem szakán (1987-92), az ELTE Kulturális és kommunikációs menedzsmint képzésén végezte (1999). Ösztöndíjasként a Freie Universität és az Európai Akadémia médiaelméleti képzésén vett részt 2002-2003 folyamán Berlinben. Egyetemi éve alatt a Törökfürdő c. irodalmi, kulturális lap alapító főszerkesztője, később az MTV szerkesztő-riportere. 1998 és 99 között a Publikum c. kulturális magazin műsorvezetője, 1999-2000-ig a MAX c. életmódmagazin vezető szerkesztője, majd 2000 és 2002 között a Lauf &

Lore Kommunikációs Ügynökség tulajdonosaként és vezetőjeként tevékenykedik. 2000 és 2003 között a Szépírók Társasága alelnöki posztját tölti be. 2003-2005 a Hungarofest Nemzeti Rendezvényszervező Kht. igazgatója. Jelenleg a Magyar Televízió kulturális főszerkesztője. Főbb irodalmi művei: Mesebeszéd (novellások, 1999). Látvány körút – Budapest az ezredfordulón (2003).

Elérhetőség: bence.otto@hungarofest.hu

Bencsik Barnabás

művészettörténész, kurátor, kulturális menedzser (1964, Budapest)

Magyar – történelem szakon (1988), majd később művészettörténelemből (1999) szerzett diplomát az ELTE-n, miközben jogi tanulmányait az államvizsgáig folytatta a szegedi JATE-n (2000). A kortárs magyar képzőművészeti gondolkodást és intézményi infrastruktúrát megújítani akaró kurátori középnemzedék egyik sokat próbált kulcsfigurája, aki kiváló kapcsolatokkal rendelkezik Európa-szerte. 1988-tól két éven át az Országos Pedagógiai Intézet kutatásszervező és kiadványszerkesztő munkatársa. 1990-től kilenc éven át a Fiatal Képzőművészek Stúdiója Egyesület (FKSE) kiállítóhelyének, a Stúdió Galériának vezetője, a Gallery by Night egyéjszakás kiállítás-sorozatok kezdeményezője. 1993-95 között a Soros Alapítvány Kortárs Művészeti Központ munkatársa is. 1999-től a Trafó Galéria vezetője, majd a Műcsarnokban, főkurátorként dolgozott a 49. Velencei Biennále magyar kiállításának megvalósításán. 2001-es megalapításától a MEO-Kortárs Művészeti Gyűjtemény művészeti igazgatója. 2002-től szabadúszó kurátor és kiállításszervező, többek között a Hollandiai Magyar Évad nagy sikert aratott (2004 második felében több mint 30 kiállítást magában foglaló) programsorozatának autonóm megalkotója és megszervezője. 2003-tól az AICA Magyar Tagozat elnöke. Elérhetőség: bbencsik@gmail.com

Bíró Csilla

kulturális menedzser, szponzorációs szakember (1966, Budapest)

A Liszt Ferenc Zeneművészeti Főiskola zongoraművész-tanár szakának elvégzését követően Kaliforniában a Kodály módszer alapjaira épülő zeneoktatási intézményt hozott létre és működtetett (1989-1999). Ez időszak alatt nemcsak saját koncertjeinek előadásával, hanem azok szervezésével, valamint fiatal előadóművészek impresszálsával is foglalkozott. Élénk érdeklődése a zenevilág szervezése és menedzselése iránt indította arra, hogy a tárgykörben 1997-1999 között posztgraduális tanulmányokat folytasson először a UCLA-n, majd a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetemen, ahol diplomáját 1999-ben védte meg.

Az elmúlt években a Budapesti Fesztiválzenekar szponzormenedzsere. A Liszt Ferenc Zeneakadémia Baráti Körének elnökségi tagjaként közreműködik tehetséges fiatalok pályakezdésében. Elérhetőség: szponzor@bfz.hu

Bíró Péter Dr.

marketingszakértő (1948)

Tanulmányait a közgazdasági egyetemen végezte (1971), utána a Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetem pécsi tagozatának marketing tanszékén tanársegéd. Később az idegenforgalomban, marketing területen dolgozik, 1976-84-ig Brüsszelben idegenforgalmi újságíró, 1989 és 97 között a Hungexpo valamint a McDonald's gyorsétterem lánc marketing igazgatója. 1997-2005 a magyarországi Siemens Csoport marketingkommunikációs igazgatója. Jelenleg a MÁV személyszállítási üzletágának marketing igazgatója. Marketinget tanít felsőoktatási intézményekben.

Főbb művei: Külkereskedelmi ismeretek (1974), Kiállítók kézikönyve (1995), Marketing almanach (szerk., 1998.)

Elérhetőség: biro.peter@szesza.mavrt.hu

Bojár Iván András

művészettörténész, építészeti kritikus, lapkiadó, mozgalomszervező (1964, Budapest)

Budapesten szerzett művészettörténész diplomát. 1989-1994-ig a Magyar Narancs című lap alapító szerkesztője, 1990-91 során főszerkesztője. Egészen 1999-ig szerteágazó tevékenységet folytatott az elektronikus média kulturális műsoraiban, pl. a Meztől, Helló Magyarország, Mélyvíz, Repeta, Kézirat, Múzsza, Publikum című műsorokban volt műsorvezető, illetve szerkesztő. 1992-2000 a Café Babel című társadalomtudományi folyóirat szerkesztője.

1992-1997 óraadó, majd adjunktus a Színház- és Filmművészeti Egyetem Film Tanszakán. 1998-tól az OCTOGON folyóirat alapítója és főszerkesztője. 1999-ben létrehozta az Octogon Építészettörténelmi Műhelyt. 2003-ban megalapította az Építészeti Hónapja fesztivált. 2004-ben életre hívta a Szeretem Budapestet Mozgalmat. 2005-ben a Budapest2010 Európa Kulturális Fővárosa projektigazgatója.

Elérhetőség: ivan.bojar@octogon.hu

Boros Géza

művészettörténész, minisztériumi tisztviselő (1960)

Tanulmányait az ELTE jogi karán (1986), illetve a bölcsészkar művészettörténet-esztétika szakán végezte (1988). 1989-től a kulturális minisztériumban képzőművészeti szakreferens, 2005-től a művészeti főosztály helyettes vezetője. 1995 óta publikál kortárs képzőművészeti kritikákat, tanulmányokat. Kutatási területe az 1945 utáni köztéri szobrászat, politikai emlékművek. 1992-2000-ig a Kritika folyóirat szerkesztője. 1994-1997 és 2002-2005 között az NKA fotóművészeti kollégiumának tagja. Jelentős szerepe volt a Magyar Fotográfusok Háza létrejöttében. Elismerések: Táncsics Mihály-alapítvány képzőművészeti-kritikusi díja (1992), Nagy Imre-emlékplakett (1998), Bánffy Miklós-díj (2003). Mozgó Világ-nívódíj (2003).

Főbb művei: Emlékművek '56-nak (1997), Bu-

dapest köztéri szobrai és emléktáblái 1985-1998 (társszerkesztő, 1998), Emlék/mű. Művészet – Köztér – Vizualitás a rendszerváltozástól a Millenniumig (2001). Szoborpark (2002.)

Elérhetőség: bg@index.hu

Bozóki András Dr.

társadalomtudós, publicista (1959, Budapest)

Az ELTE Állam- és Jogtudományi Karán jogi doktorátust szerzett 1983-ban. 1980 és 1985 között szociológiát hallgatott az ELTE Szociológiai Intézetében. 1992-től a politikatudományok kandidátusa. 1983 őszétől az ELTE Állam- és Jogtudományi Karán tanít. Emellett több hazai, európai és tengeren túli felsőoktatási intézetben tanít, előad. 1982 óta publikál. Tanulmányai jelentek meg csaknem valamennyi magyar társadalomtudományi folyóiratban, valamint amerikai, német és más európai folyóiratokban, több jelentős könyv szerzője, szerkesztője. 1991-ben Erdei Ferenc díj. A Magyar Politikatudományi Társaság elnöke (2003-2005). 1989-ben egyik alapítója a Magyar Narancs című lapnak, ahol 1989-92 között szerkesztőként, 1992-96 között pedig főmunkatársként dolgozott. 2005. februártól kulturális miniszter.

Bujdosó Dezső

kultúrákutató, egyetemi oktató, közíró (1942)

Tanulmányait az ELTE Bölcsészettudományi Kar népművelés-magyar-filozófia szakán végezte (1967, 1973). 1968 és 74 között a Filmtudományi Intézetben dolgozik, majd 1974-től az ELTE Bölcsészettudományi Karának docense. 1996-2004-ig a Magyar Hírlapban publikál.

Kutatási területe: kulturális és filozófiai antropológia, kultúraelmélet. 2004-től empirikus kultúrákutásokat folytat a tanítványaiival Budapest VIII. kerületében a városrehabilitáció emberi vonatkozásairól Kalitkák a Szigony utcában címmel.

A filozófiai tudomány kandidátusa (1988). Főbb művei: Társadalmi lét és kultúra (1988), Zombik kora (1993), Német kultúraelméleti

tanulmányok I-III. (1999), Bevezetés a kulturális antropológiába. I. (2002)
Elérhetőség: bujdoso@ludens.elte.hu

Danks Emese (Ejtsd „denksz”.)

Az Állami Balettintézetben végzett, de mégsem lett belőle balerina. A Külkereskedelmi Főiskolán szerzett diplomát, de mégsem lett belőle külkereskedő. Élt Frankfurtban, — ahol a Pan-American légitársaságnál, később egy kommunikációs ügynökségnél dolgozott, San Franciscóban — ahol Magyar-Amerikai Kereskedelmi Kamarát alapított. Hazatérése után a TV3 televíziós társaság PR vezetője lett. 2000-ben a Magyar Televízió Sajtófőosztályát vezette. 2001-től egy évig a Malév kommunikációs igazgatója volt. 2002 óta a magyarországi Tesco áruházak PR igazgatója. A cég tagja a Szépművészeti Múzeum Baráti Körének, támogatja — többek között — a Veszprémi Nyári Fesztivált és a Miskolci Operafesztivált. Elkötelezett híve a CSR tevékenységek magyarországi megismertetésének. A Brit-Magyar Kereskedelmi Kamara Tanácsának tagja.
Elérhetőség: Tesco Globál Rt.
2040 Budaörs Kinizsi út 1-3.

Demján Sándor

üzletember; ingatlanfejlesztő, mecénás
(1943, Börvely)

Tanulmányait a Kereskedelmi és Vendéglátóipari Főiskolán folytatta (1965). Első munkahelye a gárdonyi ÁFÉSZ karbantartó részlegvezetői posztja volt. 1968-ban már a Gorsium ÁFÉSZ elnöke. A budapesti Skála Áruház megalapítója, 1973-79-ig vezetője. 1979-87 között a Skála-Coop vezérigazgatója. 1987-90-ig a Magyar Hitelbank elnök vezérigazgatója, 1991-ben a Közép-európai Beruházási Társaság elnök-vezérigazgatójává nevezik ki. 1998-ban a TriGránit Rt. elnöke lesz, majd 2000-ben a Vállalkozók Országos Szövetségének ügyvezető elnöke.
Elismerések: Az év menedzsere (1988), Az év vállalkozója (1996), Aschner Lipót-díj (1997),

Magyar Üzleti Díj (1998), Az évtized menedzsere (2000), a XV. kerület díszpolgára (2001), a Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem dísz-doktora (2003.) 2003. elején alapította a Prima Primissima díjat, melynek költségeit 10 évre vállalta.

Délceg Katalin

művészettörténész, galériavezető

(1955, Budapest)

Tanulmányait Budapesten, az ELTE BTK-n végezte, francia, orosz és művészettörténész szakon (1975-82.) Később ugyanitt felsőfokú kulturális menedzseri képzést is szerzett. 1983 és 88 között a Generalart főmunkatársa, 1986-tól két éven át a Művészeti Alapnak is munkatársa. 1988-ban alapítja meg saját cégét, a Dovin Művészeti Kft-t. Névnek saját walesi dédapja nevét választotta. 1993-ban nyitotta meg első fizikai formában is létező galériáját, a Haris közben, mely később végleges helyére, a Galamb utcába költözött. Jelenleg három szobrász és öt festőművész képviselétét látja el. Rendszeres látogatója a nagy európai művészeti vásároknak, jelentős katalógusok kiadója. Kiállítás-megnyitóin a társművészetek jelentős személyiségei mondanak megnyitó beszédet. Tanácsadóként szerepet játszik egyes cégek gyűjtési politikájának alakításában.

Elérhetőség: Dovin Galéria,
1052 Budapest, Galamb u. 6.

Drevenka Edit

PR igazgató,

AEGON Magyarország Általános Biztosító Rt.

Drevenka Edit 1997-ben csatlakozott az egyik legnagyobb hazai biztosító, az AEGON csapathoz. Az évek során számos olyan projektben dolgozott, amelynek nagy jelentősége volt egy nagy múltú állami gyökerekkel bíró nagyvállalat sikeres átalakításában. Munkája jelentős részét a vállalat külső és belső kommunikációs stratégiájának kialakítása és menedzselése teszi ki. Ezen belül az egyik legfontosabb feladata a

vállalat támogatási irányvonalainak kidolgozása. Az elmúlt években jelentős szerepet kapott a multinacionális vállalatcsoport társadalmi felelősségvállalási stratégiájának kialakításában, az Etikai Kódex magyarországi bevezetésében. Jelenleg a marketing team tagjaként a vállalat új kommunikációs kampányán dolgozik. Szabadidejét legszívesebben utazással, barangolással és olvasással tölti.

Elérhetőség: pr@aegon.hu

Feldmájer Sándor

szponzorációs igazgató, Szerencsejáték Rt.

(1949, Nagykovács)

1970-től a moziipar különböző területein dolgozott. Foglalkozott a fővárosi mozik műsorszerkesztésével, középszintű igazgatóként vezetett 13 (akkor még működő) belterületi nagy mozit, marketingfőnök volt egy osztrák filmforgalmazó cégnél, majd évekig a Budapest Film Rt. tanácsadója. 2002 nyarától szponzorációs igazgató a Szerencsejáték Rt.-nél. 1989 óta a Vörösmarty art-mozit működtető kft. társtulajdonosa. A Filmforgalmazók Egyesületének alelnöke. A Magyarországi Videókiadók egyesületének titkára.

Elérhetőség:

sandor.feldmayer@mail.datanet.hu

sandor@szerencsejatek.hu

Ferencz I. Szabolcs

közgazdász, kommunikációs szakember

(1967, Temesvár)

Temesváron nőtt fel, Bajorországban végezte iskoláit és szerzett közgazdász diplomát, mielőtt Budapestre – állítása szerint – hazaérkezett. A Századvég Politikai Iskola és egy amerikai ösztöndíj után kommunikációs szakterületen dolgozott. 1998-tól a Miniszterelnöki Hivatal Kommunikációs Központjának vezetője. A kormányfő személyes kommunikációjának előkészítésén kívül a kormányzati kommunikáció koordinációja és a nagyobb állami rendezvények szervezése is feladatai közé tartozott. 2000-től a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának kabinetfőnö-

keként bekapcsolódott a szakmai döntéshozatalba, közelről ismeri a kultúrafinanszírozás szépségeit és buktatóit. E területen szerzett tapasztalatait 2003-tól Közép-Európa egyik legnagyobb vállalata, a MOL-csoport kommunikációs igazgatójaként kamatoztatja. Azon kevesek közé tartozik, akik nem csak hazánk, hanem szomszédaink kulturális értékeit is ismerik és támogatják.

Elérhetőség: MOL Rt.,

1117 Budapest, Október 23. u. 18.

Fodor Péter

nép művelő, könyvtáros, történész

(1946, Nyíregyháza)

Tanulmányait a Debreceni Tanítóképző Főiskolán (1966-69), majd Budapesten, az ELTE BTK-n, történelem szakon folytatta (1970-73), bölcsész doktorátusát 1984-ben szerezte. 1969-től a Balmazújvárosi Művelődési Központ igazgatója; 1975-77 a debreceni Déry Múzeum igazgató-helyettese. Ezután az MSZMP Hajdú-Bihar Megyei Bizottságának, majd az MSZMP KB kulturális osztály munkatársa (1979-86). 1986-90 a Művelődési Minisztérium főosztály-vezetője, a Közművelődési Tanács titkára. 1990-95 a Vita Kiadó és Nyomda ügyvezetője, 1996-97 a Civil Antenna Kft. ügyvezetője. 1998-tól a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár főigazgatója — a rekonstrukció levezénylője, a centenáriumi ünnepségek megszervezője. 1990-től a Kultúrákövetők Társaságának alapító alelnöke, 2004-től elnöke; 1997-től a Füstölők Társaságának alapító elnöke; 2003-tól az Informatikai és Könyvtári Szövetség elnöke. 2002-ben Wlassics Gyula-díjat kapott. Elérhetőség: Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár, 1088 Budapest, Szabó Ervin tér 1.

Tel: 4115001

Gárdos Bernadett

kulturális menedzser (1974, Budapest)

Tanulmányait a szegedi József Attila Tudományegyetem magyar-kommunikáció szakán végezte. Magyarot tanított a budapesti Fazekas Mihály

Gyakorlóiskolában, és protokollt, valamint rendezvényszervezést az Atalanta Üzleti Szakiskolában. Kulturális menedzseri tevékenységét az Europália '99 Hungária Kormánybiztosi Irodában kezdte 1999-ben, majd 2000-tól a Hungarofest Nemzeti Rendezvényszervező Kht. munkatársa, 2004-től programigazgatója. Jelenleg a Millenium Intézet igazgatóhelyettese. Elérhetőség: gardosbernadett@yahoo.com

Gáspár Máté

színházvezető (1973, Budapest)

Gimnáziumi diákszínházi élmények hatására 1991-93 között a párizsi VIII. számú egyetemen színházi tanulmányokat folytat, majd hazatérve drámatanári képzést szerez. Miközben itthon és külföldön (többek között Ariane Mnouchkine és Valló Péter mellett) szakmai gyakorlatokon vesz részt, és maga is továbbképzéseket tart franciátanárook számára, egykori iskolájában, a Trefortban vezet színházi köröket és hoz létre előadásokat. Egyetemi tanulmányaival párhuzamosan (ELTE BTK magyar-francia) megalapítja a Pesti Est színházi programmagazinját, a Sűgőt, melynek hat éven át főszerkesztője, majd lapigazgatója. 1998-ban találkozik Schilling Árpáddal, és csatlakozik a Krétakör Színház történetéhez. Előbb produkciós vezetőként majd ügyvezetőként dolgozik. Az alapítványi formában működő független társulat tucatnyi előadásának létrejötté, hazai és nemzetközi megismertetése körül bábáskodik. Előbb kritikusként, majd Schillinggel közösen a szakmai helyzet elemzőjeként publikál. 2004 óta az NKA Színházi Kuratóriumának tagja.

Elérhetőség: gaspar.mate@kretakor.hu
gaspar.mate@kretakor.hu

Gerendai Károly

művelődésszervező, üzletember
(1970, Budapest)

1987-88-ig a Belvárosi és Józsefvárosi Művelődési Ház alkalmazottjaként dolgozik. 1988 és 91 között a Krokodil Kft. munkatársa,

1991-92-ig a Magneoton Kiadónál rendezvényszervezőként, hanglemelterjesztőként, valamint a Lord zenekar menedzsereként tevékenykedik. 1992-től két évig az Extraton Kiadó kiadói menedzsere, a Sziámi Zenekar menedzsere, 1993-tól a Sziget Kft. alapítója és ügyvezető igazgatója, és a Sziget-Csoport Kulturális Egyesületnek az elnöke. 1998-ban megalapítja és ügyvezetője a Sziget Invest Kft.-nek, 2000-től pedig az Ifjúsági Rendezvényszervező Kht. ügyvezető igazgatója. Nagyobb rendezvényei: Sziget Fesztivál, Budapest Parádé, Sportsziget, Gyereksziget, VOLT-fesztivál. Egyéb tevékenységei: a BUENA VISTA Kávézó működtetése, a WAN2 Magazin lapkiadója (1995-), a 99-Broadway Egyesület társelnöke, valamint 2002 óta a Multiplex Művelődési Központ üzemeltetője.

Elismerések: Budapestért érdemérem (2000), Arany Titán díj (2001), Magyar Köztársaság Érdemrend Lovagkeresztje (2002).

Elérhetőség: 1117 Budapest, Orlay u. 5-7.,
e-mail: info@sziget.hu

Gondáné Fischer Zsófia

kommunikációs szakember

Pályája az IPV-nél indult, ahol idegenforgalmi PR-rel foglalkozott. Később marketing-vezető a Pannónia Szálloda Vállalatnál, majd alapító ügyvezetője a Magyar Kongresszusi Irodának. Ez utóbbi szervezet országmarketing-tevékenységet folytatott. 1993-tól a Malév reklám- és sajtóosztályát vezeti, majd 1995-től a Raiffeisen Bank marketingvezetője. Ebben a munkakörben nyílt lehetősége elfogadott koncepció mentén többek között a Bank mecénási és kulturális szponzorációs tevékenységét is irányítani. Legnagyobb büszkesége ezen a területen a Raiffeisen Kortárs Képző-művészeti Gyűjtemény, a Raiffeisen Galéria, a Raiffeisen Jazz Klub és a Filharmónia Raiffeisen komolyzenei bérletek az ország tizenhét városában.

Elérhetőség: zsfischer@raiffeisen.hu

Gyertyánfy Péter Dr.*szerzői jogi szakjogász* (1944, Budapest)

Az ELTE Jogtudományi Kar elvégzése után (1968) tíz évig nemzetközi pénzügyi szakterületen dolgozott (Magyar Nemzeti Bank, Pénzintézeti Központ, Pénzügyminisztérium Nemzetközi Pénzügyek Főosztálya). 1979-től a Szerzői Jogvédő Hivatal munkatársa lett. 1992-től főigazgató az intézménynél, amely az ő irányításával alakult át 1997-98 -ban a zenei és irodalmi szerzők közös jogkezelő egyesületévé, az ARTISJUS Magyar Szerző Jogvédő Iroda Egyesületté. Az ARTISJUS a Zenei Alapítványán keresztül a magyar zeneszerzők művei közönséghez juttatásának egyik fontos támogatója. Az ELTE Jogtudományi Kara Polgári Jogi Tanácskén 1983 óta óraadó volt, majd ugyanennek az egyetemnek címzetes egyetemi docense lett 1990-ben. Kandidátusi tudományos fokozatát abban az évben védte meg „A számítógépi programok és az elektronikus adattárak szerzői joga” c. disszertációjával. Nyolc szerzői jogi témájú könyv szerzője, társszerzője illetve szerkesztője, több mint nyolcvan jogi szakcikk írója.

A szerzői jogi közös jogkezelők nemzetközi konföderációja, a CISAC Igazgató Tanácsának tagja, ugyane szervezet Európai Bizottságának elnöke. A magyar Szerzői Jogi Szakértői Testület Elnökségének tagja, a Magyar-Német Jogász Egyesület alelnöke, a Déry Tibor Alapítvány titkára.

Elérhetőség: ARTISJUS, 1116 Budapest,

Mészáros u. 15 -17.

e-mail: pgyertyanfy@artisjus.com

Halász János*közművelődési szakember, kultúrpolitikus* (1963, Cibakháza)

Tanulmányait a KLTE Természettudományi Kar, matematikus-kibernetikus szakán (1982-87), valamint a Bölcsészettudományi Kar, művelődési és felnőttképzési menedzser szakán végezte (1993-96). 1987-90-ig a debreceni Ifjúsági Információs Iroda alapító munkatársa, később az

Újkerti Községi Ház munkatársa, majd igazgatója. 1993-ban a derecskei Jóléti Szolgálat Alapítvány igazgatójává nevezik ki. 1992-96 az első debreceni közösségi rádió, a Szóla Rádió Alapítvány alapító elnöke. 1993 óta „Civil szervezeti ismeretek” témakörben vendégoktató a Debreceni Egyetemen. 1995-től három évig debreceni önkormányzati képviselő, a kulturális bizottság alelnöke (Fidesz). 1998-tól országgyűlési képviselő (Debrecen), 2000-től a Fidesz-frakció szóvivője, 2001-től frakcióvezető helyettes. 2002-ben a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának politikai államtitkára. 2002-ben Debrecenben ismét országgyűlési képviselővé választják, a parlament Kulturális és Sajtó Bizottságának alelnöke. A Fidesz Kulturális Kabinetének vezetője, frakció-szóvivő, frakcióvezető helyettes. Nős (1989), felesége Mojzes Edit, könyvtáros-szociális munkás. Gyermekük: Dániel (2000), Barnabás (2001), Magdolna (2003). Elérhetőség: janos.halasz@parlament.hu

Harsányi László Dr.*közgazdász, kultúrpolitikus* (1947, Budapest)

Tanulmányok: Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetem, 1968-72. 1972-73-ig a Zrínyi Nyomdában helyezkedik el, mint közgazdász, 1973-74-ig a Könnyűipari Minisztérium tervezői osztályának munkatársa, 1974-től a Központi Statisztikai Hivatal munkaügyi statisztikai osztály főelőadója, majd a népgazdasági mérleg osztályvezetője. 1986 és 1989 között az MSZMP Központi Bizottság tudományos, kulturális és közoktatási osztályának munkatársa, később osztályvezető helyettese. 1990-94 a Gazdasági Kutató Intézet igazgatója, a Nonprofit kutatócsoport vezetője (ez utóbbi a mai napig), 1994-95 a Népjóléti Minisztérium közigazgatási államtitkára, 1995-2002 a Szonda Ipsos igazgatója. 2002-től a Nemzeti Kulturális Alapprogram Bizottságának elnöke.

2003-2005-ben a magyar Holocausttal kapcsolatos megemlékezések miniszteri biztosa; valamint szintén 2003-tól a Nemzeti Kulturális

Örökség Minisztérium Stratégiai Tanácsa elnöke, majd (máig) tagja. Több éve a Budapesti Corvinus Egyetem tanára.

Elérhetőség: 1062 Budapest, Bajza utca 32.;
elnok@nka.hu

Hunyadi Zsuzsa

szociológus (1955, Budapest)

1978-ban végeztem a Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetemen, majd posztgraduális képzés keretében az ELTE Szociológia szakán. Első munkahelyem a Társadalomtudományi Intézet volt, ahol az a szerencse ért, hogy részt vehettem a 80-as évek legnagyobb empirikus társadalom kutatásában. Ma már elképzelhetetlenül nagy mintán, 10 ezer fő megkérdezésével zajlott a Kolosi Tamás által vezetett, a társadalom rétegződését feltáró vizsgálat. A kutató csoport tagja volt többek között Gombár Csaba, Papp Zsolt, Baráth Etele, Róbert Péter, Utasi Ágnes. A 90-es éveket a Szonda-Ipsos Média-, Vélemény- és Piackutató Intézetnél töltöttem, ahol kezdetben sokféle kutatás átment a kezem alatt, egyik nap csipkefüggönyt, másik nap a K+F helyzetét vagy a politikai szimpátia alakulását elemeztük. Később a médiakutatás lett a szakterületem. Az utóbbi 1-2 évben a Magyar Művelődési Intézetben különböző kultúrával kapcsolatos kutatásokkal foglalkozom.

Inkei Péter

kulturális szakértő (1945, Budapest)

Tanulmányait az ELTE Bölcsészettudományi Kar, angol-spanyol szakán végezte (1963-68). 1967 és 76 között angoltanítási tananyagszerző. 1970-től a Magyar UNESCO Bizottság titkárságán dolgozik, majd az MTA Pedagógiai Kutató csoport tudományos munkatársa, titkára. 1979-től öt éven át pedig a Pedagógiai Kutató országos koordinátora. 1984-87-ig az Akadémiai Kiadó és Nyomda főigazgató helyettese, majd a Kiadói Főigazgatóság fősztályvezetője. 1992-95 között könyvimporttal foglalkozik, 1994-ben a Dabasi Nyomda Rt. elnökévé választják. 1996-98-ig a

Művelődési és Közoktatási Minisztérium kulturális helyettes államtitkára. 1998-tól független szakértő, a Bp.-i Kulturális Observatórium igazgatója, a CEU Press igazgató helyettese.

Elérhetőség: 2040 Budaörs, Öntő u. 3.,
e-mail: inkei@axelero.hu

Kardos József

A soproni Erdészeti és Faipari Egyetemen 1988-ban szerezte diplomáját, mint okleveles erdőmérnök, de végzettsége ellenére mindig a kulturális terület mellett kötött ki. Három évig a Soproni Egyetem közművelődési titkáráként, majd újabb három évig a Soproni Színház Fesztiválirodájában programszervezőként dolgozott. Ezt követően az Országgyűlési Irodaház alkalmazottjaként Szájer József országgyűlési képviselő személyi titkára volt 1995-től 1998-ig. 1998-tól a Sziget Fesztivál programigazgatója. A Sziget Fesztivál a tizenegy éves története során Európa egyik legnagyobb multikulturális rendezvényévé nőtte ki magát. A fesztivál egy hét alatt több mint 360.000 külföldi és magyar látogatót fogad be és több mint 1000 kulturális programot nyújt 50 különböző helyszínen.

Mint a Sziget Fesztivál programigazgatója részt vett a 2001-es Franciaországi Magyar Szezon (MagyArt) és a 2002-es olaszországi Magyar Kulturális Év szervezésében, és a 2004-es Hollandiai Magyar Kulturális Évad népzenei és könnyűzenei programjainak kurátora volt.

Károlyi Dóra

kulturális menedzser (1953, Budapest)

A szegedi egyetemen szerzett német-francia szakos diplomát 1977-ben, ezután az Akadémiai Kiadóban volt segédszerkesztő (itt tanult meg angolul). Doktori disszertációját férje és három gyermeke helyettesíti. Tizenhat évig dolgozott a Könyv- és Irodalmi Ügynökségen, mely a Szerzői Jogvédő Hivatal keretein belül működött 1995-ig. 1997-ben a Kulturális Minisztérium megbízta a Magyar Könyv Alapítványon belül egy Fordítástámogatási Alap megszer-

vezésével és felépítésével. Itt pályázati alapon külföldi kiadóknak térítik meg a fordítás költségeinek egy részét. Irodalmi információk irodaként is működnek, kétnyelvű tájékoztatót adnak ki az új magyar könyvekről, irodalmi honlapot és a magyarból készült fordítások adatbázisát tartják karban. 2005. júliustól a Magyar Könyv Alapítvány igazgatója. Elérhetőség: dora.karolyi@axelero.hu

Kiss Imre

művészeti menedzser, fesztiváligazgató
(1943, Budapest)

Tanulmányait a Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolán, a Közgazdaságtudományi Egyetemen, valamint a szegedi Jogi Tudományi Egyetemen (1962-72) végezte. 1965 és 1990 között a Budapesti Tavasz Fesztivál alapító igazgatója. 1990-91-ig az Országos Filharmónia ügyvezető igazgatója, 1994-től pedig a Klub Aliga mb. kormánybiztosa. 1996 és 2001 között a Magyar Állami Operaház ügyvezető igazgatója, majd főigazgatója. 2001-től a Vígyszínház ügyvezető igazgatója. 2003-tól a Művészetek Palotája vezérigazgatója.

Elérhetőség: info@muveszetekpalotaja.hu

Koncz Erika

főbivatalnok, népművelő
(1955, Sajószentpéter)

Tanulmányait Debrecenben, a Tanítóképző Főiskolán és az ELTE népművelés szakán végezte Budapesten. 1989-ben került a Művelődési és Közoktatási Minisztériumba, ahol több poszt után a Művészeti Főosztályt vezette (1996-98). Legfontosabb feladatai: nemzeti alapintézményi kategória kialakítása, non-profit szervezeti formában történő intézményátalakítás. 1999 és 2002 között a budapesti Főpolgármesteri Hivatal kulturális ügyosztályát vezette. 2002 júliusa óta Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma, kulturális örökségi és közművelődési helyettes államtitkár. E posztján a múzeumi szervezet modernizációját, a nemzetközi

együttműködés felgyorsítását, valamint a közművelődési esélyegyenlőtlenség mérséklését tekinti legfontosabb feladatának.

Elérhetőség: NKÖM,
1077 Budapest, Wesselényi utca 20-22.

Koncz Gábor

kulturális szakértő és menedzser
(1950, Sátoraljaújhely)

Tanulmányait a Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetem népgazdasági tervező-elemző szakán végezte (1969-74). 1980-ban közgazdasági doktor. 1974-80-ig a Népművelési Intézet, Művelődéskutató Intézet munkatársa, művelődés-gazdaságtani kutatások elindítója. 1975-től Kultúra és Közösség c. folyóirat, szerkesztő-helyettese, az UNESCO által felkért szakértő. 1980-tól a Művelődési Minisztérium, Művelődés-politikai Főosztályán osztályvezető helyettes. 1974 és 85 között számos kutatási projekt résztvevője és szervezője, a Művelődési Minisztérium Vezetőképző és Tovább-képző Intézet (MMVTI) igazgató helyettese. 1994-től Magyar Kultúra Alapítvány igazgatója, közreműködött a Magyar Kulturális Szövetség és több más civil szervződés, nonprofit szervezet létrehozásában.

Elérhetőség: Magyar Kultúra Alapítvány,
1014 Budapest, Szentháromság tér 6.

Kovács Gábor

üzletember, mecénás (1957, Orosháza)

Tanulmányait a Nemzetközi Kapcsolatok Főiskoláján végezte Moszkvában, nemzetközi gazdasági kapcsolatok szakon (1975-80). 1980 és 85 között a MNB devizagazdálkodási főosztály nemzetközi osztályának munkatársa, skandináv referens. 1985-89-ig a Citibank Budapest Rt. ügyvezető-igazgatója. 1989-től két évig Londonban a Citibank N. A. alelnöke. 1991-től vezeti a Bankár Kft-t, amely mostanra az ország egyik legsikeresebb vállalkozásává vált. A Bankár Holding Rt. cégcsoporthoz tartozik egyebek közt a Sasad Rt., a Bakony Művek és

a Telki Magánkórház. 2003-ban létrehozta a Kovács Gábor Művészeti Alapítványt 3 milliárd forint adománnyal. 2004. áprilisában megnyitotta a Kogart Házat.

Elérhetőség: 1062 Bp., Andrássy út 112.

e-mail: info@kogart.hu

Kovács Géza

kulturális menedzser, intendáns (1955, Tura)

Tanulmányait az Esztergomi Tanítóképző Főiskola ének-zene, népművelés szakán (1977-80), a Zeneművészeti Főiskola kihelyezett karnagyképző szakán, a British Council és a Londoni Szimfonikusok zenekari menedzserképző iskolájában, valamint az ELTE Bölcsészettudományi Kar kulturális menedzserképző szakán végezte. 1975 és 77 között a 25. Színház előadóművésze, később művészeti titkár. 1985-89 SZOT Kulturális Osztály művészeti előadója.

1989-től a MÁV Szimfonikusok, az Állami Hangversenyzenekar, majd a Nemzeti Filharmonikusok igazgatója. Több zenei tárgyú dokumentumfilm rendezője, szerkesztője, riportere, egyetemi jegyzetek társszerzője. A Magyar Zenei Tanács alelnöke, a Simf. Zkari Szöv. Társelnöke, az EU Előadóműv. Különbiz. és az Európai Előadóműv. Szöv./PEARLE/ elnökségi tagja. Elismerések: Kiváló népművelő (1987), Széchenyi oklevél (1995).

Elérhetőség: Nemzeti Filharmonikus Kht.,

e-mail: kovacs.g@filharmonikusok.hu

Kovács Ildikó

kommunikációs igazgató, E.ON Hungária (1969.)

Németországi tanulmányokat követően közgazdászként végzett 1988-ban a Budapesti Közgazdasági Egyetemen nemzetközi marketing specializációval. Az InterCom marketing igazgatójaként nemzetközi és magyar filmes produkciók és forgalmazásuk támogatási rendszerét dolgozta ki, tíz éves tevékenysége alatt számos céget vont be a film, mint kulturális termék támogatói körébe. Az E.ON Hungária kommu-

nikációs igazgatójaként 2004-től a cégcsoport kulturális tevékenységét kibővítette, először regionális kulturális fesztiválok és művészeti együttések, intézmények támogatását előtérbe helyezve, illetve a német- magyar kulturális együttműködést erősítve a nemzetközi cégcsoporton belül. A Ludwig Múzeum támogató tagja.

Körmendy Ferenc

kultúrpolitikus, szerkesztő, brácsaművész (1954, Budapest)

Tanulmányait az ELTE Bölcsészettudományi Kar történelem-közművelődés szakán végezte (1981). A 180-as Csoportban és Szabados György együttesében játszik kortárs zenét és dzsesszt. 1985-től a Magyar Rádiónál dolgozik, mint zenei szerkesztő, majd a Bartók Rádió programfőszerkesztője. 1994. márciusában elbocsátják, azonban augusztustól ismét programfőszerkesztő. 1997-2000 művészeti tanácsadóként dolgozik. 1990-től a Fővárosi Kögyűlés tagja (SZDSZ), majd 1996-ban a Kulturális Bizottság elnöke lesz. A Budapesti őszi Fesztivál Művészeti Tanácsának alapító elnöke, 1992-1999 között a Budapesti Fesztiválzenei kuratóriumának tagja.

Elérhetőség: kormendyf@budapest.hu

Körner Tamás

(Budapest, 1946)

Középiskolai tanulmányait a Spiró György írásaiból ismert legendás „Bada tanár úr” osztályában végezte a Bolyai Gimnáziumban, majd az ELTE Bölcsészettudományi Karán angol-néprajz szakon szerzett diplomát. Az IBUSZ-nál idegenvezetőként eltöltött évek után 1975-től a Kulturális Kapcsolatok Intézetében, majd utódjánál, a Nemzetközi Kulturális Intézetben dolgozott. Részt vett számos bilaterális kulturális, illetve műszaki-tudományos csereprogram beindításában, így a német Deutsche Forschungsgemeinschaft és az amerikai National Science Foundation magyar programjainak létrehozásában. 1989-től a párizsi

Magyar Kulturális Intézet munkatársa. 1992-ben Fischer Iván felkérésére visszatér Magyarországra, hogy átvegye az akkor, a főváros zenekaraként állandósuló Budapesti Fesztiválzenekar igazgatását. A BFZ-t működtető Alapítvány ügyvezető igazgatója.

Elérhetőség: korner@bfz.hu

Kuti Éva

kutató, főiskolai tanár (1951, Erdőbénye)

Szakmai pályája a Művelődéskutató Intézetben indult, ahol főleg a kultúrafinanszírozás, ezen belül az állami és a magánmecenatúra kérdéseivel foglalkozott. 1982-ben a francia Kulturális Minisztérium, 1989-ben a Johns Hopkins University ösztöndíjasa volt. Részt vett a Nonprofit Kutatócsoport azon programjaiban, amelyeket az egyesület a lakossági jótekonyság, az 1%-os felajánlások, valamint a vállalati adományok feltérképezése érdekében indított. A KSH munkatársaként szerepet játszott a nonprofit statisztika kiépítésében. Tanított a Sorbonne-on és a Georgetown University-n. Jelenleg főiskolai tanárként dolgozik az Általános Vállalkozási Főiskolán. Tagja a Voluntas és a Civil Szemle szerkesztő bizottságának. Utolsó könyvei: Kinek a pénze? Kinek a döntése? és (szerkesztőként) A jótekonyság vállalati stratégiája, Nonprofit Kutatócsoport, 2003 illetve 2005.

Elérhetőség: info@nonprofitkutatas.hu

Liptay Gabriella

közgazdász-szociológus (1963, Budapest)

Pályáját szociológusként kezdte a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Szociológia tanszékén kutatóként, majd oktatóként. Később a Szezám Reklám Kft-ben folytatta tevékenységét, kommunikációs auditok és programok teljes kialakításában és kivitelezésében dolgozott. 1998-tól az Ericsson Magyarország PR managere, majd kommunikációs igazgatója. Az ő segítségével honosodott meg a cég új támogatási kultúrája, amely éppúgy fontos szerepet foglal el a munkatársak életében (pl.

Ericsson Képzőművészeti Galéria), mint amennyire érzékelhető és hangsúlyos a külvilágban is (pl. Ericsson-díjak tanárok részére, sokrétű kulturális és oktatás-támogatási tevékenység). 2004 februárjától a T-Mobile Magyarország Rt. kommunikációs igazgatóhelyettese, a márkaváltás egyik főszereplője. Munkájának ma meghatározó hányada a magyarországi arculati- és reklámkampányok menedzselése, valamint nemzetközi koordinációs feladatok a kommunikációs igazgatóság tevékenységének teljes spektrumában.

Elérhetőség: liptayg@t-mobile.hu

Lőrinczy György

zenei-színházi menedzser, impresszárió

(1967, Budapest)

Tanulmányait a JPTE művelődésszervező szakán végezte. 1985-86 Almásy téri Szabadidő Központban közönségszervező, majd a Jókai Művelődési Központban népművelő. 1990 és 95 között a Magyar Állami Operaház sajtótitkára, valamint kreatív tanácsadó (Burson Marsteller). Később a düsseldorfi Ténnyek ügynökség menedzserasszisztense, majd a Pentaton Koncertügynökség ügyvezető igazgatója. 1996-98-ig a Szentendrei Teátrum produkciós menedzsere, a Budapesti Carreras és Pavarotti koncert egyik szervezője, az Elisabeth, a Mozart és a Rómeó és Júlia c. musicalek producere, lemezeinek kiadója.

2001-től a Millenáris Rendezvényközpont nyitó rendezvénysorozatának programigazgatója, számos kormányzati, fővárosi és céges rendezvény, fesztivál, külföldi turné szervezője.

Elérhetőség: Pentaton Kft.,

1053 Budapest, Egyetem tér 5.

e-mail: lorinczy@pentaton.hu

Magács László

rendező, színiigazgató (1959, Budapest)

A főiskola elvégzése után, 1991-től öt éves szerződéssel a Nemzeti Színház rendezője. Ezzel párhuzamosan a Merlin Nemzetközi Színház

egyik alapító tagja. 1992-től az Angol Szekció vezetője. 2003-tól a színház igazgatója, közben az International Buda Stage – Angol Nyelvű Színház művészeti vezetője. Rendezett Romániában, Angliában, Németországban, Magyarországon. A Merlin Nemzetközi Színház Edinburgh-i, indiai és hollandiai vendégjátékai során a legfontosabb magyar színdarabok angol nyelvű előadásait rendezte. (Madách Imre: Az ember tragédiája, Balázs Béla: Kékszakállú herceg vára, Vörösmarty Mihály: Csongor és Tünde.) Előadásaiban a tánc, a zene és a színház egyenrangú szerepet kap. 2003-óta a Merlin valódi nemzetközi központtá vált. A Merlin Nemzetközi Színház igazgatójaként művészeti vezetője volt a színház 2004/2005-ös évedjében a bEUgró fesztiválnak, mely 20 országból több mint ezer művészt mutatott be a Merlinben, illetve a csatlakozás napján egy megafesztivál keretében a Dózsa György úton felállított cirkuszi sátorban. 2005-ben a színház angol nyelvű Hamlet előadásának rendezője.

Elérhetőség: magacs.laszlo@merlinszinhaz.hu

Magi István

köztisztviselő, színházi szakember
(1944, Debrecen)

Tanárból lett köztisztviselő Debrecenben, majd diplomát szerzett a Színház- és Film-művészeti Főiskola színházelméleti szakán. 1981-1987-ig a debreceni Csokonai Színház ügyvezető igazgatója. A kulturális tárcánál jelenleg a Művészeti Főosztály vezetője. Kiemelten foglalkozott a művészeti intézmények – elsősorban a színházak – működésének jogi háttérével és finanszírozási rendszerével. Folyamatosan dolgozik a művészeti alkotó munka állami támogatása formáinak bővítésén és korszerűsítésén. Munkája lényegének tekinti az önkormányzatok intézményfenntartó tevékenységének megsegítését, a szakmai és érdekvédelmi szervezetekkel történő érdemi együttműködést.

Elérhetőség: istvan.magi@nkom.gov.hu

Marschall Miklós

közgazdász, alapítványi elnök (1953, Rajka)

Tanulmányok: Közgazdaságtudományi Egyetem, 1973-77. A Magyar Kereskedelmi Kamara munkatársa, a New Hungarian Exporter szerkesztője, 1979 és 91 között a Művelődéskutató Intézet tudományos munkatársa, majd főmunkatársa. 1988-tól Fulbright-ösztöndíjasként egy évet a Yale Egyetemen tölt. Kutatási területe: a kultúra finanszírozása. 1990-94-ig a Fővárosi Közgyűlés tagja (SZDSZ), 1991 és 94 között Budapest oktatási, kulturális és idegenforgalmi ügyeiért felelős főpolgármester-helyettese.

Nevéhez fűződik a Budapesti Fesztiválzenekar állandósítása, a Merlin Színház magala-pítása. 1994-98-ig a Civicus washingtoni alapítványi központ, majd 1999-től a Transparency International nemzetközi civil szervezet kelet-közép-európai igazgatója lesz. 1998 óta a Budapesti Fesztiválzenekar Alapítványának elnöke. Elérhetőség: marschall@compuserve.com

Márta István

zeneszerző, színiigazgató, kulturális szervező
(1952, Budapest)

Tanulmányait a Zeneművészeti Főiskolán végezte (1972-78). 1976-tól Witold Lutos-lawski zeneszerzői kurzusát végzi Jugoszláviában, majd a Fiatal Zeneszerzők Csoportjának vezetője lesz. 1980-tól a Mandel-kvartett tagja. 1988-tól a veszprémi Petőfi Színház zenei vezetője, 1989-ben megalakítja a Kapolcsi Kulturális és Természetvédelmi Egyletet. 1990-91 a Nemzeti Színház, 1994-96 az Új Színház zenei vezetője, majd igazgatója. 2002-től a Magyar Fesztiválok Szövetségének elnökségi tagja.

Elismerések: Tribune Internationale des Compositeurs (Párizs, 1982, 1987), Erkel Ferenc-díj (1987), Déry János-díj (1994), Pro Régió-díj (2001).

Elérhetőség: ujszinhaz@ujszinhaz.hu

Máté Péter*fesztiválszervező* (1951, Budapest)

Debreceni és budapesti bölcsésztanulmányok után, 1977-től az alakuló Népszínházban művészeti, majd közművelődési titkár és rendező-asszisztens. 1980-82-ben a Művelődési Minisztérium Vezetőképző Intézetének hallgatója, 1983-89 között a Magyar Színházművészeti Szövetség munkatársa. 1992-es indulásától 2002-ig a Budapesti őszi Fesztivált, a legnagyobb magyarországi kortárs művészeti fesztivált, valamint 1996-2003 között a Soros Stúdiószínházi Napokat szervezte. 2001-től a Pécsi Országos Színházi Találkozó OFF (Országos Fesztiválmelletti Fesztivál) programjainak szervezője. 2003-tól független szakértő, fesztiválszervező. Jelenleg több független kortárs művészeti, színházi és multikulturális fesztivál munkatársa, tanácsadója. Elérhetőség: matep@c3.hu

Megyeri László*színigazgató, művelődésgazdász* (1956, Jászapáti)

Tanulmányait a Közgazdaságtudományi Egyetem pénzügyi szakán végezte (1979-ben), 1982-től a Rock Színház, majd a budapesti Kamara Színház, Arizona, Művész és a Thália Színház gazdasági igazgatója. 1996-tól a Thália Színház igazgatója. Cikkei: A bűvös pénzmaradvány összetevői és manipulálása (Színház folyóirat, 1987), Kinek az asztala (1995), Társaság a köz hasznára (1995), Könyvei: Mr. Producer (1993), Ha engem a Főpolgármester felkérne (2000). Elérhetőség: Thália Színház, 1065 Budapest, Nagymező u. 22-24.

Merényi Judit

kulturális menedzser, előadóművész (1946, Szeged) Tanulmányait a szegedi JATE Jogtudományi Karán végezte, (1970). 1966-70 között a keszthelyi Művelődési Ház klubelőadójaként kezdte a pályáját, majd az Óbudai Művelődési Központ művészeti előadója, majd 1977-től igazgatója. (Óbudai Társaskör). 1971 óta rendszeresen

fellép hivatásos előadóművészként irodalmi esztelen, a Magyar Rádióban és a Magyar Televízióban. 1992-2003 között a Zempléni Művészeti Napok titkára. 2002-től a Magyar Művészeti Fesztiválok Szövetsége elnökségi tagja.

Elismerések: Bessenyei György Emlékérem (1985), Fehér Rózsa-díj, Budapestért Díj, Magyar Köztársasági Érdemérem Kiskereszt (1997), a Művelődés Szolgálatáért (2000), a III. kerület díszpolgára (2000).

Elérhetőség: Óbudai Társaskör, 1036 Budapest, Kiskorona u. 7.

e-mail: otk@kszki.obuda.hu, Tel: (1) 250-0288

Moldovai Viktor*közgazdász, művelődésszervező* (1957, Budapest)

Tanulmányai idején részt vett a Közgáz Klub, valamint a határon túli magyarság művészeti- és sorskérdéseivel foglalkozó Közép Európa Kör szervezésében. Ezután a vállalkozási szféra és a vállalati hierarchia különféle területein tevékenykedett. 1995-ben vezetői információs rendszer képzés keretében Middlesbrough-ban NVQ menedzser tanúsítványt szerzett.

A kultúra gazdaságtanával 2000 áprilisától foglalkozik intenzívebben, amióta a Hungarofest Nemzeti Rendezvényszervező Kht. pénzügyi területét igazgatja. E minőségében vett ill. vesz részt - többek között - a 2001. évi franciaországi, a 2002. évi olaszországi, a 2004. évi hollandiai, a 2005. évi oroszországi és a 2006. évi németországi magyar kulturális évadok előkészítésében és megvalósításában. Jelenleg a Kht. megbízott igazgatója.

Elérhetőség: moldovai.viktor@hungarofest.hu

Nagy Bálint Dr.*kommunikációs igazgató,**Magyar Telekom Csoport* (1961, Budapest)

Jogász végzettségű, pályáját 1985-ben a Malévnél kezdte. 1988-ban az országban elsőként nyomtatták névjegyére az „arculati menedzser” címet, és kezdte meg a légitársaság arcu-

latának átformálását. 1991-ben elvállalta a BBDO amerikai reklám-ügynökség hazai meg-alapítását és vezetését. 1992-ben az IBM „va-dásztá le”, közel négy évig a magyarországi vállalat marketing kommunikációs igazgatója volt. 1993-ban kezdeményezésére és ötlete alapján az IBM az ÁHZ-val (ma NFZ) zongora-versenyt rendezett, amit az azóta Kossuth-díjas Bogányi Gergely nyert meg. A vállalati oldalról indult és megszervezett kulturális kezdemé-nyezés azóta is példa nélküli a honi mecena-túrában. 1995-től a Matáv kommunikációs igazgatója. Kidolgozta a Matáv szponzorálási stratégiáját, mely szerint a cég az ország legje-lentősebb kulturális szponzorává válik. E stratégiát lassan 10 éve megvalósítva, világhíres-ségek tucatja járt Budapesten (Maazel, Muti, Perahia, Kennedy, Chick Corea, Bobby McFerrin, José Cura és sokan mások), kul-turális rendezvények hosszú sora valósulhatott meg, és a Matáv Szimfonikus Zenekar az or-szág egyik legkiválóbb együttesévé vált. Irányí-tása alatt a Magyar Telekom évente sokszáz millió forintot költ kultúratámogatásra. 1995 óta az International Business School vezető mar-ke-tting kommunikáció szakos tanára. 2003-ban Szabó Gyulával közösen jegyzetet írt a szpon-zorálásról, 2004-ben az integrált kommuniká-cióról. 2003 tavasza óta klasszikus zenei műsort szerkeszt és vezet a RadioCafé-én. 2005-ben a Matáv csoport márkaváltásának irányítójaként 6 márkát vezetett be a magyar piacra, megva-lósítva ezzel Magyarország történetének leg-nagyobb márkaváltását.

Elérhetőség: Magyar Telekom Rt.
1540 Budapest

Perlik Pál

üzemgazdász, okleveles könyvvizsgáló

(1945 Viss, Borsod megye)

Valaha egyedül, kapcsolatok nélkül jött fel kis falujából Budapestre, ahol munka- és tanulási lehetőséget keresett. 1971-től a mindenkori kultuszminisztériumban pénzügyi munkatárs-

ként dolgozik. A rendszerváltás első éveiben (1990-1993) a gazdaság alaptörvényeinek kiala-kításában képviselte a tárca érdekeit. A kul-turális ágazat elszegénye-dése miatt irányításával, koordinálásával előkészítették a Nemzeti Kul-turális Alap (NKA) törvényét, amelyet a Parla-ment 1993. április 1-i hatályba lépéssel elfo-gadott. Még ebben az évben megbízást kapott az NKA működtetési, pályáztatási feltételeinek kialakítására, amely eredményesnek bizonyult. Törekvései közé tartozik a pályáztatás minél egyszerűbb, de szak- (és jog-) szerű feltétele-inek kialakítása, a pályázók segítése tanács-adással, a működés nyilvánosságának biztosí-tása, a jogszabályi előírások betartása.

Elérhetőség: Nemzeti Kulturális
Alapprogram, 1062 Bp., Bajza utca 38.,
www.nka.hu

Pető Iván

kultúrpolitikus, történész, levéltáros

(1946, Budapest)

Tanulmányait az ELTE Bölcsészettudományi Kar, magyar-történelem szakán végezte (1965-70), 1970 és 90 között az Új Magyar Központi Levéltárban dolgozik, majd tudományos fő-munkatárs, 1989-90 a Holmi szerkesztői bizott-ság tagja, a Szabad Kezdeményezések Háló-zata egyik kezdeményezője, az SZDSZ pro-gramjának egyik szerkesztője, szerzője. A három-oldalú politikai tárgyalásokon, ill. az Ellenzéki Kerekasztalnál az SZDSZ egyik képviselője, később az SZDSZ ügyvivője. 1992-97 az SZDSZ elnöke 1994-97 a Liberális Internacio-nálé alelnöke 1990-től országgyűlési képviselő. 1998-tól a kulturális és sajtóbizottság alelnöke, 2002-től elnöke.

Főbb művei: A magyar szénbányászat a felsza-badulástól a hároméves terv végéig (Erdmann Gyulával, 1977), Dokumentumok a magyar szénbányászat történetéből (1945-1949) (Erd-mann Gyulával, 1975), A hazai gazdaság négy évtizedének története 1945-1985 I. (Szakács Sándorral, 1985), Befejezetlen szocializmus

(Gerő Andrással, 1998), Politikai curriculum vitae (cikkek, interjúk, beszédek, 2000).
Elérhetőség: Országgyűlési Irodaház, SZDSZ-frakció, 1054 Bp., Széchenyi rkp. 19.,
ivan.peto@parlament.hu

Rubovszky Rita

kulturális menedzser (1965, Budapest)

Tanulmányait a JATE, magyar-francia összehasonlító irodalomtudományi szakán végezte (1983-88). Az egyetem elvégzése után az oktatásban dolgozott. 1998 és 2000 között a brüsszeli Europalia magyar programigazgatója. 2000-2003 a Hungarofest Nemzeti Rendezvény-szervező Kht. ügyvezető igazgatója. Érdeklődési területe a modern kulturális export, a kulturális külpolitika. 2003-tól az általa alapított Millennium Intézet igazgatója, melynek keretében 2004-től a Várostudás Kollégium előadássorozatát szervezi. Jelenleg az Europtimus Rt. PR-igazgatója is. Ez a magyar-francia részvénytársaság non-profit és civil szervezetek számára nyújt kommunikációs és marketing tanácsadást.

Könyvei: Irodalmi Vázlatok (1994-98), Németh László Breviárium (1999), francia szaklapokban tanulmányokat publikál.

Elismerések: Francia Köztársaság Kultúra és Bölcsészettudományok Lovagja (2002).

Elérhetőség: Millennium Intézet,

1061 Budapest Jókai tér 8.

Europtimus Rt.,

1124 Budapest Németvölgyi út 62.

e-mail: rubovszky.rita@europtimus.hu

Schiffer János Dr.

várospolitikus, jogász (1948, Budapest)

Tanulmányait az ELTE Jogtudományi Karán, (1969-74), majd a Bécsi Egyetem nemzetközi ismeretek szakán vendéghallgatóként végezte (1974-75). 1974-78 között az Országos Közművelődési Tanács titkárságának főelőadója, majd 1978-86-ig osztályvezetője. 1986-90-ig a Művelődési Minisztérium közművelődési

főosztályának osztályvezetője. 1980-tól tíz éven át a II. Ker. Tanács és a Fővárosi Tanács, valamint a Végrehajtó Bizottság, majd a Magyar Kulturális Kamara választmányának tagja. 1979 és 89 között az MSZMP, majd 1989-től az MSZP tagja. 1991-től az országos választmány tagja. 1990-1998 országgyűlési képviselő 1991-94-ig az önkormányzati, közigazgatási, belbiztonsági és rendőrségi bizottság, 1994-98-ig a kulturális és sajtó-bizottság tagja. 1994-től a Fővárosi Közgyűlés tagja és Budapest főpolgármester-helyettese. Szerepe volt a Kortárs Művészetek Házának /Trafó/ létrejöttében, a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár rekonstrukciójában, bővítésében, a Zenei Könyvtár létrehozásában, az új Levéltár megépítésében, valamint a kulturális intézmények – különös tekintettel a színházak – működőképességének megtartásában, illetve a stabilabb gazdasági alapok kialakításában, továbbá a kulturális vállalkozások új típusú támogatási rendszerének megvalósításában. 1990-től a Tamasz Alapítvány kuratóriumának elnöke.

Elismerések: Radnóti Miklós-díj (2001).

Elérhetőség: Főpolgármesteri Hivatal,

1052 Bp., Városház u. 9-11.

e-mail: schiffer@budapest.hu

Schneider Erika

az Inter-Európa Bank Rt. főosztályvezetője

(1968)

A Külkereskedelmi Főiskola után két évnyi németországi ösztöndíjas élet következett, utána a Hypo-Bank magyarországi leánycégnél kezdett el dolgozni. 1993-1999 között a Bank kortárs képzőművészeti alkotásokat tartalmazó gyűjteményt állított össze, s egyik alapítója lett a budapesti Ludwig Múzeumnak. Tanácsára a bank zenei eseményeket is támogatott, pl. egy Varázsfuvola előadást, Rost Andrea főszereplésével.

1999 óta vezeti és irányítja az Inter-Európa Bank Marketing és Kommunikációs főosztályát. 2000-ben az IEB volt a főszponzora a városligeti tavon nemzetközi elismerést keltő

„Művészettel az új évezredbe” című szoborkiállításnak, támogatta a Szépművészeti Múzeumban rendezett Miro emlékkiállítást. Elérte, hogy az IEB bankkártyáin Nádler István festményei láthatók. 2003-ban a bank főtámogatója volt a nagyszabású Örömkoncertnek, a Hősök terén. 2004-2005 a Ludwig Múzeum baráti körének elnöke.

Elérhetőség: Inter-Európa Bank
1054 Budapest, Szabadság tér 15.

Schneider Márta Dr.

művelődésszociológus, főtisztviselő

(1954, Budapest)

Tanulmányait az ELTE népművelés, illetve szociológia szakán végezte, ugyanitt később doktori címet szerzett. (A külföldi magyar intézetek története és a külföldi ösztöndíjasok a két világháború között). 1975-től a Kossuth Lajos Katonai Főiskolán, könyvtárvezető, majd a honvédség népművelési előadója. 1979-1987 a KISZ KB Kulturális Osztályán, munkatárs. Eközben több szociológiai kutatás részese (Társadalmi beilleszkedési zavarok, Munkafegyelem-történeti kutatások, TS-5 művelődéskutatások). 1987-1990 a Magyarságkutató Intézet, tudományos ösztöndíjasa. 1989-ben DAAD ösztöndíjjal Hamburgban, Berlinben és Göttingenben járt. 1991-1994 az Országgyűlési Hivatalnál kulturális szakértő. 1994-1995-ben a Művelődési és Közoktatási Minisztériumban főosztályvezető. 1995-2002 a Fővárosi Önkormányzat Kulturális és Oktatási Főpolgármester-helyettesi Irodájának irodavezetője. Jelenleg a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumában a művészeti és nemzetközi kapcsolatok helyettes államtitkára. Az intézményi modernizáció mellett nagy jelentőséget tulajdonít a külföldi magyar évadokon keresztül megvalósítható országkép-modernizációnak.

Elérhetőség: NKÖM,
1077 Budapest, Wesselényi utca 20-22.

Sebők Marcell

történész, kultúraszervező és tanácsadó

(1967, Budapest)

Zeneiskolai tanulmányok és gondtalan gimnáziumi évek után néhány évet a könyvek világában töltött (könyvtár, könyvesbolt, könyvexport), majd az ELTE Bölcsészkarán hallgatott történelmet, szociológiát és antropológiát. 1992-ben történész végzettségével fogott hozzá doktori tanulmányainak, illetve a CEU medievisztika tanszékének megalapozásához. 1996/97-ben Berkeleyben és Los Angelesben időzött, 1998-ban Hollandiában bűvárkodott könyvtárakban, majd 1999-ben a Collegium Budapestben mélyítette el humántudományi stúdiumait, hogy az év végére végre az asztalra tegye egy 16. századi protestáns humanistáról szóló doktoriját, amit talán 2005-ben könyv formájában is publikálni fog. Emellett közel tucatnyi könyvet szerkesztett a szívének kedves reneszánsz vagy a magyar modern társadalomfejlődés körében; hasonló lendülettel gründolt internetes honlapokat – mint például a kulturális KonTextus.hu-t és a 2005-ben Pulitzer-díjas irodalmi litera.hu-t. Ez évtől kezdve a kormányzati ciklus harmadik kulturális miniszterének lett elsőszámú főtanácsadója, és a magyar kulturális stratégiát kidolgozó tanács vezetője.

Elérhetőség: sebokm@ceu.hu

Soros György

üzletember (1930, Budapest)

Tanulmányok: London School of Economics 1952-ben. 1947 és 56 között Nagy-Britanniában, majd 1956-tól az USA-ban él. 10 évig egy tőzsdecégnél bróker és elező, külföldi értékpapírokkal, 1962 és 65 között filozófiával, majd belföldi értékpapírokkal foglalkozik. 1969-ben megalapítja a Quantum Beruházási Alapot, majd három év elteltével 1972-ben a Nyitott Társadalom Alapot. 1983-ban létrehozza a Soros Alapítványt, melyet 1984-ben Magyarországra is kiterjeszt, s amely több mint 50 országban működik.

Elismerések: a Magyar Kulturális Kamara tiszteletbeli elnöke (1989). A BKE díszdoktora (1991).

Az amerikai jogászok emberi jogi díja (1990), Átalakulásért-díj (1995), Hannah Arendt-díj (1999). Főbb művei: *The Alchemy of Finance* (1987), (magyarul: *A pénz alkímiája*, 1996), *Opening the Soviet System* (1990), (magyarul: *A lehetetlen megkísértése*, 1991), *Under-writing Democracy* (1991), *G. Soros im Gespräch mit Krisztina Koenen* (magyarul: *ő a Soros!*, 1994), *The Crisis of Global Capitalism: Open Society Endangered* (1998), (magyarul: *A globális kapitalizmus válsága*, 1999), *Open Society: Reforming Global Capitalism* (2000).

Elérhetőség: 888 7th Avenue,
3300 New York, NY 10106, USA

Strém Kálmán

zeneszociológus, hangversenyrendező

(1934, Nagykanizsa)

Tanulmányait Budapesten, az ELTE BTK-n végezte (1960-64). 1952-től 78-ig az Országos Filharmóniánál először előadó, majd osztályvezető. Itt kialakította az ifjúsági hangversenyek tematikus-didaktikus turnéinak rendszerét, ezek száma a 70-es évekre már ezres nagyságrendűre nőtt. Elindította a „Korunk Zenéje” hangversenysorozatok rendezését Pécsen, Szegeden, Debrecenben, Győrött, Szombathelyen és Miskolcon. 1978-82 a Magyar Zeneművészeti Szövetség Ügyvezető titkára, 1982-91 a Művészeti Alap zenei szakosztályának igazgatója, 1991-94-ig a Madách Kft. Ügyvezetője. 1975 és 1991 között a Muzsika rovatvezetője, 1977-88 a Művelődéskutató Intézet tudományos munkatársa. 1992-2000 a Magyar Alkotóművészek Országos Egyesülete zenei tagozatának titkára. Közreműködésével valósultak meg idegenforgalmi koncertek, fesztiválok Tihanyban, Keszthelyen, Kőröshegyen, Martonvásáron, Vácrátótton, Nyírbátorban és Fertődön. 1996-tól 2005-ig 10 alkalommal rendezte meg a Földvári Napok kortárs zenei eseménysorozatát, 1995-től pedig hangversenyeket és fesztiválokat rendez Fertőd-Eszterházában. Kezdeményezte a Magyar Haydn Társaság megalakítását. Főbb művei: *Hol vannak*

a magyar vonósok? (1977), Ifjúsági hangversenyek hatása (1982), *Vitairat* a zenei művelődésről (1988). 1997-től a Strém Koncert Kft. ügyvezetője.

Elérhetőség: k.strem@chello.hu

Szabó Eszter

közgazdász

A GE regionális corporate kommunikációs és PR igazgatója (Közép- és Kelet-Európa). Felsővezetői tapasztalattal rendelkezik a szervezeti kommunikáció területén az állam-igazgatási és a magánszektorban. Az elmúlt 14 év alatt a sikeres és költséghatékony vállalati és kormányzati kommunikáció, valamint nagyszabású projektek irányítása során bebizonyította, hogy e régióban is ki lehet fejleszteni globálisan elismert, innovatív kommunikációs gyakorlatokat. Kidolgozta a cég regionális társadalmi szerepvállalási stratégiáját, ami a CSR (Corporate Social Responsibility) kiemelten fontos eleme az átalakulásban levő országokban. Több társadalmi szervezetnek – pl. AMCHAM, JAM – ad PR tanácsokat. Előad főiskolákon, egyetemeken. Két főiskolai és a BKE-n szerzett közgazdász diplomával rendelkezik. Részt vett a Georgetown egyetemen (Washington D.C.) szervezett Pew Economic Freedom Fellow programon. Férje újságíró, két tinédzserkorú gyermekük van. (*)

Szabó György

művelődésszervező, közgazdász

(1959, Budapest)

Tanulmányok: Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetem 1979-82. 1983 és 85 között az Ifjúsági Rendező Iroda, majd 1985-96-ig a Petőfi Csarnok munkatársa, 1998-ban kinevezik a Kortárs Művészetek Házának (Trafó) igazgatójává. Az intézmény egy-csapásra átalakította Budapest kulturális színterét: bekapcsolta a világ vérkeringésébe. Újító gondolatai megtermékenyítették az alternatív szcéna egészét. Kiterjedt kapcsolatokkal bír messze Európán túl is. Jelentős elméleti munkásságot is folytat.

Elismerések: Hevesi Sándor-díj (1999),

Bánffy Miklós-díj (2001).

Elérhetőség: Kortárs Művészetek Háza,
1094 Bp., Liliom u. 14., Tel.: (1) 456-2040

Szabó Gyula

kommunikációs igazgatóhelyettes,

Magyar Telekom Csoport (1967, Barcs)

1991-ben a Külkereskedelmi Főiskola elvégzése után rögtön diplomájának megfelelő állást vállalt - az első hazai jazzklub plakátragasztója lett. Szakmai kötődése a kultúrához kisebb megszakításokkal azóta is megmaradt, legfeljebb más fontos beosztásokban. A Merlin Jazz Klub szervezési és PR feladatai után kis kitérőt tett a környezetvédelem területén, majd 1992-től az MMC Records, 1993-tól a Magyar PolyGram hanglemez-kiadó marketing menedzsere. Innen került 1996-ban jelenlegi munkahelyére. Itt először szponzor menedzserként, majd osztályvezetőként, 2002 óta igazgató-helyettesként a Matáv, illetve 2005-től a Magyar Telekom Csoport támogatási és márkasztratégiai tevékenységének szakmai irányítója. 2002-ben Nagy Bálinttal közösen jelentették meg a PR-mappa sorozatban „A támogatások fajtái és szerepe a kommunikációs tevékenységben” című kiadványt. Elérhetőség: szabó.gyula@telekom.hu

Szabó István

művelődésgazdász, policymaker

(1950, Budapest)

Műegyetemi tanulmányai, majd az ott eltöltött évek alapozták meg jelenlegi tevékenységét. További filozófiatanári végzettségétől eltekintve lényegében autodidakta. Hosszú tanulási folyamatban lett főfoglalkozású néző. Eközben több politikai-társadalmi, állami szervezet és hivatal munkatársaként szolgált jó (és kevésbé jó) ügyeket. Többszörös kulturális minisztériumi (fő)osztályvezető. Nevéhez fűződik az 1996 óta érvényes színházfinanszírozási rendszer. A Szkéné, a Rocksínház és a Bárka gründolásában tevékenyen vett részt. Az Erzsébet téren a magyar színházépítészeti korszakos kudarcának

részesége. Gyakran ad elő a színházak menedzseléséről, olykor közönségvizsgálatokban leli örömét. Cikkeivel színházi szakfolyóiratokban, személyével a Színházi Intézet igazgatóhelyettesi irodájában lehet találkozni.

Elérhetőség: szam55@hotmail.com

Tőkész László

történész, publicista, alapítványi elnök

(1951, Szikszó)

A debreceni (1970-1972) és a budapesti (1972-75) bölcsészkaron történelem-német szakos tanári oklevelet szerzett. 1975 és 1978 között gimnáziumban tanított, majd pedagógiai kutató. 1989 óta az ELTE Művelődéstörténeti tanszékének oktatója. Kandidátusi értekezését a Bethlen-kormány közoktatáspolitikájáról készítette. 1991 óta a Hítel szerkesztője, 1994 óta a Valóság főszerkesztője. Elnöke a Magyar Könyv Alapítvány kuratóriumának.

Elérhetőség: ELTE Művelődéstörténeti Tanszék, 1088 Bp., Múzeum krt. 6-8.

Török András

kulturális menedzser, művelődéstörténész

(1954, Budapest)

Tanulmányait az ELTE angol-történelem-új-görög szakán végezte (1972-79). 1979-83 a Nemzeti, illetve a Katona József Színháznál tipográfus, plakáttervező, később angol-tanárként, valamint műfordítóként tevékenykedik. 1989-94-ig a 2000 c. havilap szerkesztője, tipográfusa. 1994-95 a Művelődési és Közoktatási Minisztérium kulturális helyettes államtitkára, 1994-98 a Nemzeti Kulturális Alap elnöke, a Digitális Halhatatlanok program kezdeményezője. 1998-2003 a Magyar Fotográfusok Házának (Mai Manó Ház) alapító igazgatója. 2003/4 a Hollandiai Magyar Kulturális Évad főkurátora, koordinátora. 2004-től a Summa Artium Kht. igazgatója. Tagja az amsterdami European Cultural Foundation kuratóriumának.

Főbb művei: Mark Twain világa (1982), Oscar Wilde világa (1989), Budapest: A Critical Guide

(először 1989, németül, franciául, olaszul is), Nagy Budapest Könyv (1998), tárcák, plakátok, folyóirat- és könyvtervek.

Elérhetőség: Summa Artium Kht.,
1052 Budapest, Deák Ferenc u. 10.
e-mail: andras.torok@summa-artium.hu

Varga Koppány

művészeti menedzser, művészettörténész
(1968, Pécs)

Tanulmányait az ELTE BTK művészettörténet-latin szakán (1988-94), valamint Bécsben az Institut für Kulturwissenschaft múzeumi menedzsmet szakán végezte (1996-98). 1994-ben a Paksi Képtár, majd a Novus Ars Hungarica Művészeti Szakközépiskola alapító munkatársa. 1997-től a CCC + Bogner társtulajdonosa, társigazgatója. Közreműködött az örökségvédelmi intézményrendszer átalakításában, a Szent Korona parlamenti elhelyezésének műtárgyvédelmi kidolgozásában, a Ludwig Múzeum Művészetek Palotája-beli új épületének kialakításában. A Szépművészeti Múzeum intézményfejlesztési tanácsadója.

Elérhetőség: CCC + Bogner,
1061 Budapest, Jókai tér 8.
e-mail: info@cccogner.hu

Vass Lajos

kultúrpolitikus, színházi szakember
(1955, Szolnok)

Tanulmányait a Juhász Gyula Tanárképző Főiskolán, (1976-80), az ELTE Bölcsészettudományi Kar filozófia szakán, (1983-87), valamint a Színház- és Filmművészeti Főiskolán (1988-91) végezte. 1986 és 89 között a Szolnok Megyei Tanács művelődési osztályvezető-helyettese, majd osztályvezetője. 1990-92-ig a szolnoki Szigligeti Színház Szervező Irodájának vezetője, majd 1992-96-ig menedzser-igazgatója. 1996-2000-ig a szolnoki Városi Művelődési és Zenei Központ Kht. ügyvezető igazgatójává, 2000-től pedig a Szigligeti Színház igazgatójává nevezik ki. 1996-2000 között a Magyar Rádió ellenőrző tes-

tületének tagja. 2002-2003-ig a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma közigazgatási államtitkára, 2003-tól ugyanitt politikai államtitkár. Elismerések: Fehér Rózsa-díj (1996), Szolnok Város Kulturális Díja (2000), Év Vállalkozója-díj (2001), Ezüst Pelikán-díj (2004)

Elérhetőség: NKÖM,
1077 Budapest, Wesselényi u. 20-22.

Venczel Sándor Dr.

szakíró, művelődésgazdász, tanácsadó
(1954, Nagykanizsa)

Budapesti közgazdasági tanulmányok után (iparmarketing) az ország legfiatalabb gazdasági igazgatójaként, 25 évesen kezdi pályáját a kaposvári színházban, Babarczy László mellett. Két éven át a boglárlellel Vörös Kápolna mellett Nyári Színház igazgatója. 1983-tól az Operettszínház, 1990-től az Operaház gazdasági igazgatója. 1985-ben elsőként doktorál színházgazdaságból. (Zsinórpaddás – bevezetés a színház gazdaság-tanába). 1987-1988-ban az Objektív Filmstúdió Vállalat megalapítója és igazgatója. 1988-ban színházelméleti diplomát szerez Budapesten. 2001-től saját tanácsadó cége – Flave, a kultúramentő – vezető alkalmazottja. 1996-ban egyik alapító tulajdonosa a Palatinus Könyvkiadónak. Nagy tisztelője Krúdynak, szerkesztőként sok kötetet gondozott. Színházgazdasági tárgyú műve a neten is elérhető: www.szhaz.hu/paholypotszek. Színházi illetve kulturális menedzsmet tárgyat tanít a Színház- és Filmművészeti Egyetemen, a Modern Üzleti Tudományok Főiskoláján és a Veszprémi Egyetemen.

Elérhetőség: flave@index.hu

Vitányi Iván

kultúrpolitikus, szociológus, esztéta
(1925, Debrecen)

Tanulmányait az ELTE filozófia- esztétika szakán végezte, Lukács György tanítványa (1949-50). 1943 és 44 között népzenei tanul és gyűjt. 1944-ben antifasiszta ellenálló, a Görgey-zász-

lőalj tagja, a Gestapo és a nyilasok Sopronkőhidán bebörtönzik. 1945-47-ig a Magyar Népi Ének-, Tánc- és Játékegyüttes titkára, 1946-tól a Magyar Színjátszók Egyesület titkára, majd a Tánc- és Kórusművészeti Kollégium titkára. 1949 és 52 között a Színház- és Filmművészeti Főiskolán tánc történetet tanít. 1950-57-ig a Népművelési Minisztérium zenei főosztályának munkatársa, 1956. októberben az Értelmiség Forradalmi Bizottságának tagja, ezért 1957-ben elveszti állását. Az 1960-as évektől publikál, 1958-64-ig a Muzsika, 1964-72-ig pedig a Valóság c. folyóiratok munkatársa. 1972-80-ig a Népművelési Intézet, 1980-86-ig a Művelődéskutató Intézet igazgatója, majd az Országos Közművelődési Központ főigazgatója, 1992-95 az MTA Szociológiai Intézet tudományos igazgatóhelyettese, 1990-től országgyűlési képviselő. A pszichológiai tudományok kandidátusa (1971), a szociológiai tudományok doktora (1980). Több, mint húsz jelentős könyv szerzője. Szóbeli és írásbeli szintetizáló képessége egyedülálló, továbbá kiváló, igen suggesztív szónok. Elérhetőség: Országgyűlési Irodaház, MSZP-frakció, 1054 Bp., Széchenyi rkp. 19.

Zelnik József

etnográfus, kultúrpolitikus, médiaszakember
(1949, Gyula)

1973-tól a Népművelési Intézet munkatársa, később több periodika szerkesztője. 1986-tól a Közművelődési Információs Vállalat igazgatója. 1988-tól az Iparművészeti Főiskola docense. 1992-től az Ökotáj, 1998-tól pedig a Magyar Kultúra főszerkesztője 1992-93-ig a Duna Tv igazgatóságának elnöke, később az ORTT tagja (KDNP). 1992-ben a Művelődési Minisztérium alapította Művészeti és Szabadművelődési Alapítvány elnökévé nevezik ki, ezt a tisztelet azóta is betölti. Jelentős szerepe volt abban, hogy az alapítvány kezelésébe került a Vigadó, és tulajdonba kapta a Vigadó irodaházat a Vörösmarty téren, amit 2003-ban eladott az ING Banknak. 2002-től a Magyar Művészeti Akadémia tiszteletbeli tagja.

Elérhetőség: Kép Kulturális Szolgáltató Kft., 1033 Bp., Miklós tér 1., Tel.: 368-9489

Zimányi Zsófia

kulturális menedzser

Tanulmányait az ELTE Bölcsészettudományi Karán végezte. 1970 és 89 között a Nemzetközi Koncert igazgatóságon előadó, főelőadó, osztályvezető, majd főosztályvezető. 1989-ben megalapítja az első magyar művészeti magánügynökséget, Pentaton Kft. néven. 1996-tól a Budapesti Fesztiválközpont Kht. ügyvezető igazgatója, melynek legfontosabb visszatérő rendezvényei a Budapesti Tavasz Fesztivál, a Budapesti Búcsú és a Budapesti őszi Fesztivál. Elérhetőség: Budapesti Fesztiválközpont Kht., 1053 Bp., Egyetem tér 5.

e-mail: zimanyi@fesztivalvaros.hu

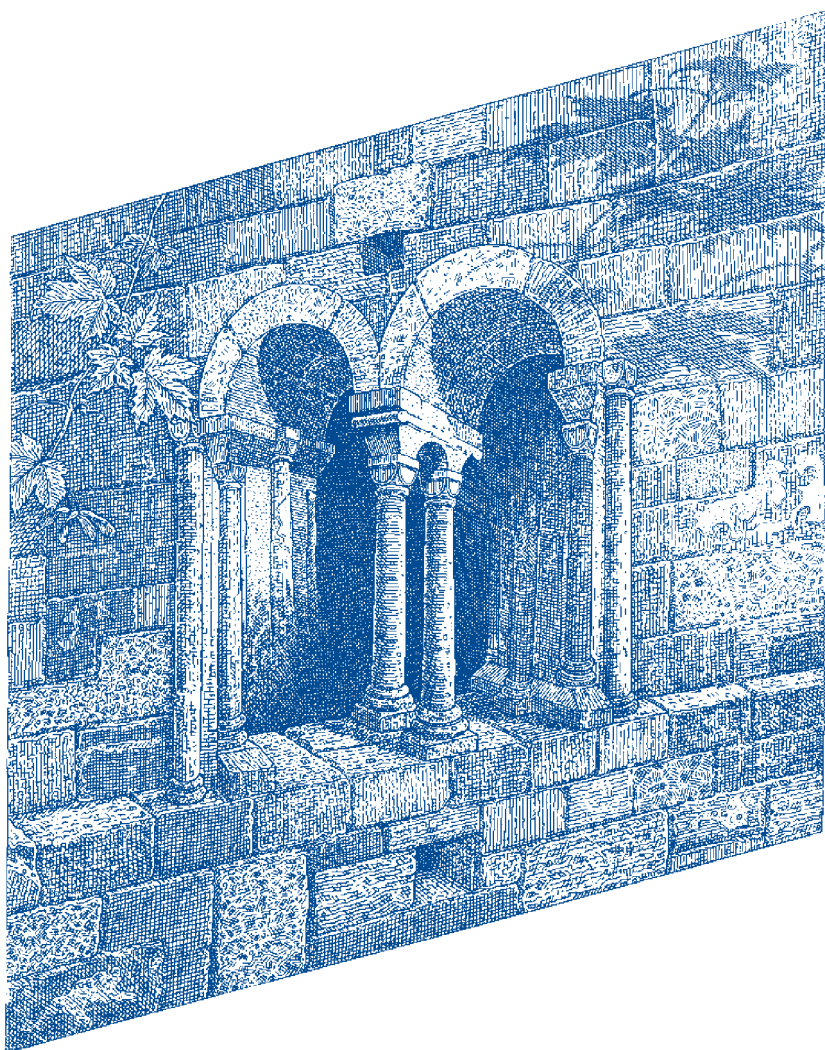
Zongor Attila

kulturális menedzser, társadalomkutató
(1975, Budapest)

Nemzetközi kapcsolatok és EU tanulmányok szakon végzett a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetemen 2000-ben, ugyanitt kezdett doktori disszertációjába. Az UNESCO Információs Társadalom és Trendkutató Központ kutatója, majd a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának munkatársa, ahol európai integrációval és pénzügyekkel foglalkozott. 2000-től, létrehozásától vezetője a KultúrPont Irodának, amely uniós információkkal hivatott ellátni a magyar kulturális életet. Itt, ha kell irodavezető, hírlevél-szerkesztő, honlap- és kiadványkészítő, tanfolyamvezető, előadó, lektor, pályázati író vagy sofőr. Több Európai Unióval és kultúrával kapcsolatos munka írója illetve szerkesztője, 2004-től az európai uniós szakértőket tömörítő Team Europe Magyarország tagja. Hobbija a kórusmuzsika, amelyet szintén komolyan vesz: a Zeneakadémián szolfézszenelmélet-karvezetés szakon is szerzett diplomát (2001), több kórus karnagya.

Elérhetőség: zongor@kulturpont.hu

KI VOLT KICSODA?



A mecénás szó eredete egészen az ókori római időkig nyúlik vissza, amikor Gaius Cilnius Maecenas (Kr. e. 74/64 — Kr. e. 8) római lovag a művészetek pártfogásával bírta fel magára kortársai figyelmét. A hálás utókor ugyanis több mint kétezer évvel halála után is mecénásnak nevezi a művészeteket, a kultúrát és a tudományt önzetlenül támogatókat.

Maecenas tehát mecénás volt — nyilván nem az első a történelem folyamán, de kétségkívül a legbíresebb. Korának művészei, mint Horatius, Vergilius és Propertius — hogy csak a legismertebbeket említsük, — igen sokat köszönhettek az általa nyújtott támogatásnak, melyet egyrészt önzetlen anyagi juttatások, másrészt kapcsolati tőke formájában biztosított számukra. Birtokot, házat adományozott nekik, ezzel gondoskodott anyagi függetlenségükről, és bevezette őket a korabeli társadalmi-politikai elit világába. Így tette lehetővé, hogy pártfogoltjai minden energiájukat csak a művészeteknek szentelhesék, és műveik széles körben ismertté váljanak.

Voltak olyan korszakok a magyar történelemben, amikor szinte természetes volt, hogy aki megtehetette, ilyen módon segített tehetséges embertársain. Ezekben az időkben divatos dolog volt mecénásnak lenni — akár nyíltan, akár elrejtőzve a nyilvánosság elől. Főpapok, főurak és nagypolgárok gyakran karoltak fel egy-egy művészt vagy akár egy eszmét, így pártfogolva annak érvényesülését, kibontakozását.

Eredeti értelemben a mecénatúra ugyanis kizárólag a kultúra és művészet támogatását jelentette, manapság azonban gyakran használják a különböző nem kulturális jótékony, karitatív célú támogatások megnevezésére is. Érdekes módon Angliában és angol nyelvterületen a szó alig ismert. A Summa Artium angol testvérszervezete, az A&B 2004-től több költséges reklámkampánnyal igyekezett a kifejezést az angol nyelvterületre bevezetni, még nem tudni pontosan milyen eredménnyel.

Andrássy Dénes, gróf

(Krasznahorkahosszúrét, 1835. nov. 19. – Palermo, 1913. febr. 23.)

főrendiházi tag, műpártoló

Magánúton végzett tanulmányait követően kancelláriai fogalmazó. 1865-ben megházasodott és visszavonult a közélettől. Grazban és Döblingben élt. Ismert műpártoló volt, neje, Hablawetz Franciska halála után, 1902-ben Münchenből hazaszállított képeiből Krasznahorkahosszúréten megalapította a Franciska-ereklyemúzeumot. Életében a képzőművészek támogatására a Magyarországon létező legnagyobb alapítványt tette, végrendeletében óriási összeget kitevő vagyont hagyományozott az Országos Magyar Képzőművészeti Társulatra, amelynek kamatait a hazai múzeumok számára értékes műalkotások vásárlására, valamint művészeti díjakra kellett fordítani. Andrássy régebbi alapítványából, amelyet az állam kezelt, évente két, művészileg ki-forrott ember egyenként 4200 koronás ösztöndíjat kapott, amely lehetővé tette számukra a gondtalan alkotómunkát.

Barkóczy Ferenc, gróf

(Csicsva, 1710. okt. 15. – Pozsony, 1765. jún. 18.)

esztergomi érsek, hercegprímás

A teológiát Rómában végezte. 1730-ban iváncai prépost, majd egri kanonok és a város plébánosa lett. 1744-től egri püspök, 1761-ben esztergomi érsek, 1762-ben pedig valamennyi magyarországi oktatási intézet főfelügyelője lett. Nagy pártolója volt a tudományoknak. Barkóczy célja az volt, hogy egyházmegyéjét Észak-Magyarország szellemi központjává fejlessze. Segítette az oktatási intézményeket, megalapította Eger első állandó nyomdáját, saját költségén könyveket adatott ki. A püspököknek ajánlott könyvek tanúskodnak széles körű irodalmi mecénatúrájáról. Tevékenysége lehetővé tette, hogy utódai az általa elért eredményekre alapozva, tovább folytassák Eger szellemi életének magas szinten tartását.

Baumgarten Ferenc Ferdinánd

(Budapest, 1880. nov. 6. –

Ótátrafüred, Sary-Smokovec, 1927. jan. 18.)

esztéta, kritikus, mecénás

A budapesti, strassburgi és heidelbergi egyetemen tanult. 1909-ben Németországban telepedett le, és felváltva Münchenben és Berlinben élt. Főleg esztétikai és színháztudományi munkásságával szerzett ismertséget. Végrendeletében a magyar írók támogatására jelentős alapítványt tett (Baumgarten-díj).

Deák Dénes

(Budapest, 1931. máj. 7.–

Budapest, 1993. aug. 23.)

műgyűjtő

Egyetemi évei alatt két évig lakott Füst Milán-nál, akit szellemi atyjának tekintett. Plakátragasztóként, segédmunkásként, majd egy vendéglőben elhelyezett könyvtár vezetőjeként dolgozott, végül a hatvanas évek elején baráti ajánlásra került az Írószövetség könyvtárába. Ekkoriban kezdett műgyűjtéssel foglalkozni, szakmai tanácsokkal kezdetben Dévényi Iván művészettörténész segítette. Írószövetségbeli állását 1975-ben elvesztette, ettől kezdve csak műgyűjtéssel foglalkozott. Az 1980-as évek elején gyűjteménye számára igyekezett végleges helyet keresni. A Deák gyűjtemény megnyitására 1988. augusztus 19-én került sor. Halála után a kollekció a végrendeletileg Székesfehérvárnak adományozott festményekkel, kisplasztikákkal és érmekkel, mintegy hatszáz alkotással bővült ki. 1990-ben a Magyar Régészeti és Művészettörténeti Társulat kuratóriuma mecénási tevékenységéért Henszlmann Imre-diplomával jutalmazta. 1993 augusztusában Székesfehérvár Díszpolgára kitüntetésben részesült.

Déri Frigyes

(Bécs, 1852. dec. 10. – Bécs, 1924. okt. 27.)

gyáros, műgyűjtő, mecénás

Bécsben kereskedelmi érettségit tett, textilipari szakiskolát végzett. Tirolban és a Morva-vidé-

ken selyemgyárat alapított. Szenvedélye a vadászat és a műgyűjtés volt; műkincseit bécsi lakásán és stájerországi vadászkastélyában halmozta fel. Felesége, Brix Lujza halálát követően (1910) gyűjteményét jelentősen fejlesztette, és tudatosan munkálkodott annak közgyűjteménnyé tételén. Az I. világháborút követően elhatározta, hogy gyűjteményét Debrecennek adományozza. A megfelelő épület felépítésére 1700 millió korona értékű értékpapírját ajánlotta fel. A múzeum alapkövét 1923-ban tették le. Az értékpapírok azonban hamarosan elértéktelenedtek, az adományozó pedig váratlanul meghalt. Ekkor Debrecen város közgyűlése megszavazta a kultúrpalota felépítéséhez szükséges összeget, és intézkedett a Déri-gyűjtemény Debrecenbe szállításáról. Az intézmény 1928 tavaszán hivatalosan is felvette a Déri Múzeum nevet és 1930. május 25-én, országos ünnepség keretében nyílt meg. Déri 1921-től jelentős anyagi segítséget nyújtott a múzeum régészeti ásatásaihoz, néprajzi gyűjtéséhez is. Erdemeiért Debrecen díszpolgára kitüntetést kapott. Nevét viseli a Déri Múzeum előtti tér.

Déri György

(Baja, 1863. máj. 31. – Budapest, 1946. júl. 23.)

katonatiszt, néprajzi gyűjtő, múzeumalapító

Katonai pályáját a temesvári lovas tüzérezredben kezdte, majd Bécsben elvégezte a felsőbb tüzériskolát. Galíciában, Csehországban és Nagyszebenben teljesített szolgálatot. Az I. világháborúban ezredesi rangban szolgált. Nagy természetrajongó volt, botanikai ismeretterjesztő könyvet is írt. Erdélyi szolgálata idején (1906) kezdett el néprajzi tárgyakat gyűjteni. Bátyja, Déri Frigyes példáját követve páratlan gazdagságú népművészeti gyűjteményét 1938-ban a debreceni Déri Múzeumnak adományozta. Az ajándékozás alapfeltétele az volt, hogy a város gondoskodik a teljes anyag kiállításáról. Az új múzeum céljára a Déri Múzeum szomszédságában lévő egykori Gazdasági Akadémia épületét alakították át. A „Déri

György ezredes Néprajzi Múzeum” 1941. október 26-án nyílt meg. A múzeum épületét 1949-ben iskolai célokra „ideiglenesen” elvették. A múzeum így megszűnt, anyaga a Déri Múzeum raktárába került, s csupán egy-egy részét mutatják be időszaki kiállításokon.

Ernst Lajos

(Budapest, 1872 –

Budapest, 1937. ápr. 14–24. között)

műgyűjtő, művészeti író

Az általa 1912-ben alapított Ernst Múzeum több termében a magyar történelemre és művészetre vonatkozó mintegy 6500 tárgyat gyűjtött össze, a többi teremben háromszáznál több kiállítást rendezett beérkezett és fiatal haladó törekvő magyar művészek műveiből. Jellemzi a mecénást, hogy az épület legfelső szintjén kialakított két műteremlakást Ernst Lajos nem üzleti befektetésként kezelte. Két festőbarátja — a házbeli emlékezet szerint bridzspartnerei —, Fényes Adolf és Zádor István lakott és alkotott bennük. Feltehetően jelképes összegért vagy ingyen. 1937-ben öngyilkos lett. A gyűjtemény egyes darabjai a Magyar Nemzeti Múzeumba és a Szépművészeti Múzeumba kerültek.

Esterházy Károly, gróf

(1725. máj. 4. – 1799. márc. 14.)

egri püspök

Nagy műveltségű tudós főpap. Papi pályáját Pápán kezdte. 1752-ben esztergomi egyházmegyei kanonok, majd cattarói választott püspök. 1752-től váci, majd egri püspökké nevezte ki. Az egri líceum — amelyet eredetileg egyetemnek szánt — építője. 1781–85-ben könyvtárat is alapított Egerben. A könyvtár létrehozása segítette a város szellemi életének továbbfejlődését, ösztönzően hatott az irodalmárokra, a tudósokra, az értelmiségiekre. Ő készítette elő az egri püspökség érseki rangra emelését. Esterházy a környezetben élő irodalmárok közül sokakat ösztönözött könyvek megírására, támogatta őket anyagiilag, segítette műveik megjelentetését.

Esterházy Miklós, herceg

(Bécs, 1765. dec. 12. –

Como, Itália, 1833. nov. 25.)

táborszernagy

1790-ben alezredes, részt vett II. József török háborújában, majd 1791-től a magyar nemesi testőrség kapitánya. 1794-ben ezredes, 1796-ban generális, 1803-ban altábornagy; 1817-ben táborszernagy lett. 1809-ben Napóleon jelöltje a magyar trónra. Bőkezű pártfogója volt a művészeteknek: az általa újraalakított kismartoni zenekar (1794) élén Haydn, később (1804–11) annak helyetteseként Johann Nepomuk Hummel állt. Az ő megrendelésére komponálta Beethoven C-dúr miséjét (1807). Híres képtárát az állam 1871-ben megvásárolta, s ez volt az alapja az MTA épületében elhelyezett Országos Képtárnak, amely a Szépművészeti Múzeum létesítésekor egyesült a Nemzeti Múzeum gyűjteményével.

Esterházy Miklós József, herceg

(Bécs, 1714. dec. 18. – Bécs, 1790, szept. 28.)

tábornagy

Esterházy Pál nádor unokája. Részt vett az osztrák örökösödési és a hétéves háborúban: 1744-től ezredes, 1747-től generális, 1757-től altábornagy, 1768-tól tábornagy. 1762-ben Sopron vármegye főispánja lett, 1764-től 1787-ig a nemesi testőrség kapitánya. Fontos diplomáciai megbízatásokat is teljesített. Híres volt fényűző és költséges életmódjáról. Ő építette az eszterházi (ma fertői) kastélyt (1764–69), amelyet a kortársak magyar Versailles-nak neveztek. Itt német színtársulatot, operatársulatot és bábszínházat tartott fenn. Kismartoni kastélyában zeneiskolát alapított. Haydn 1760–90-ben volt udvarának karmestere és komponistája.

Esterházy Pál, herceg

(Kismarton, 1901. márc. 23. –

Zürich, 1989. máj. 26.)

földbirtokos

Az Esterházy-hitbizomány uraként folytatta a Hanság telkesítését, fejlesztette és tökéletesítette

az állattenyésztést. Erdészetét iparvállalatok létrehozásával tökéletesítette, telkeket parcelláztatott és juttatott alkalmazottai számára. Műbarát és tudománypártoló volt. A magyar képzőművészetet évenkénti vásárlásaival, festészeti és szobrászati díjak adományozásával támogatta. Elkészíttette Eszterházán a Haydn-domborművet és Kismartonban a Haydn-sír-emléket. Saját költségén kiadatta Esterházy Miklós nádor magyar és török iratait. 1948. dec. 26-án törvénytelenül letartóztatták. A Mindszenty-perben negyedrangú vádlottként valutabűncselekményekben emeltek vádat ellene, és 15 évi fegyházra ítélték. 1956-ban kiszabadult, akkor elhagyta az országot, Ausztriában, később Svájcban élt.

Fruchter Lajos

(1882–1953)

műgyűjtő, mérnök

Az Angol Elemi és a Bázeli Biztosító budapesti igazgatója szegény polgári családból származott, kezdetben XIX. és XX. sz. eleji magyar klasszikus mestereket (id. Markó Károly, Munkácsy Mihály, Paál László, Rippl-Rónai József stb.) gyűjtött, majd az Oltványi-gyűjtemény hatására az élő képzőművészetet, a kortárs művészetet propagáló új típusú műgyűjtővé vált. Műgyűjtők és művészbarátok (Gresham asztaltársaság) segítségével alakította ki kollekciójának közvetlenül a kor művészeti törekvéseihez kapcsolódó profilját. Elsősorban a Gresham-csoport és a Szinyei Társaság újabb nemzedékének festményeit gyűjtötte. Fruchter Derkovits Gyulát odaadó figyelemmel segítette anyagilag. Ajándékozott művet a Szépművészeti Múzeumnak és a Bajai Városi Képtárnak. Tigris utcai villájában elhelyezett gyűjteményét a nagyközönség számára is hozzáférhetővé tette. A gyűjtemény művei hazai közgyűjteményekbe (Magyar Nemzeti Galéria; Fővárosi Képtár; Ferenczy Múzeum, Szentendre), hazai és külföldi magánkollekciókba (pl.: Dévényi-gyűjtemény) kerültek.

Glück Frigyes

(Pest, 1858. jan. 11. –

Budapest, 1931. máj. 15.)

a magyar szálloda- és vendéglátóipar egyik vezető képviselője

Mint a Pannónia Szálloda tulajdonosa és a Magyar Vendéglősök Országos Szövetségének elnöke a szálloda- és vendéglátóipar fejlesztése szolgálatában fejtett ki tevékenységet. Megalapította az első pincériskolát. Magyar-francia, magyar-német és magyar-angol pincérszakszótárt adott ki. Nevéhez fűződik a budapesti János-hegyi kilátó és a Látó-hegyi Árpád-kilátó létesítése. Ismert műgyűjtő és áldozatkész mecénás is volt.

Görög Demeter

(Hajdúdorog, 1760. nov. 4. –

Bécs, 1833. szept. 5.)

író, szerkesztő, udvari tanácsos,

a magyar irodalom szervezője és mecénása

1779-től Nagyváradon filozófiát és jogot, 1783-tól Bécsben szintén jogot hallgatott. Tanulmányai befejezése után főúri családnál, Esterházy Miklósnál, majd a királyi családnál volt nevelő. 1789-től 1791-ig Kerekes Sámuellel szerkesztette a Hadi és Más Nevezetes Történetek c. lapot, amelyet 1792-től 1803-ig Magyar Hírmondó címmel adtak ki. Több külföldi tudós társaság is tagjává választotta. Háza a Bécsben megforduló magyar írók találkozóhelye, központja volt. Igen sokat áldozott a magyar irodalom felvirágoztatására, írókat segítelyezett.

Hatvany Lajos, báró

(Budapest, 1880. okt. 28. –

Budapest, 1961. jan. 12.)

író, kritikus, irodalomtörténész, mecénás

Gazdag gyáros családból származott. 1905-ben bölcsészdoktori diplomát szerzett. 1908-ban Ignotus-szal és Fenyő Miksával részt vett a Nyugat alapításában. Baráti kapcsolatba került Ady Endrével, akinek művészetét – mint a költő

egyik első méltatója – számos írásában propagálta. 1911-ben – Osvát Ernővel a lap szerkesztésével kapcsolatban támadt nézeteltérése miatt – megvált a Nyugat kiadásától, ezt követően hosszabb ideig Berlinben élt. 1917–19-ben a Pesti Napló, 1918–19-ben az Esztendő c. folyóirat szerkesztője, s lapjait a polgári radikális törekvések szolgálatába állította. Egész életét a magyar irodalom szolgálatának szentelte, támogatta a haladó írói törekvéseket, ott állt pártolóként, segítőtársként Ady Endre, József Attila s a magyar irodalom számos más nagyja mellett. Nemcsak anyagilag támogatta őket, szellemes, művelt kritikáival is küzdött értük, s élesen bírálta a velük szemben álló konzervatív irányzatot. Baráti köréhez a világ szellemi életének olyan kiemelkedő alakjai tartoztak, mint pl. Thomas Mann, az ő segítségükkel sokat tett a magyar irodalom külföldi elismertetéséért is.

János Zsigmond, II. János

(Buda, 1540. júl. 7. –

Gyulafehérvár, 1571. márc. 14.)

magyarország választott királya,

Erdély első fejedelme (1556–1571)

Szapolyai János király és Jagelló Izabella fia. A rákosi országgyűlés a váradi béke ellenére, mely I. Ferdinándnak biztosította a trónt, János királyt még születése évében királlyá választotta. Uralma idején megszilárdult Erdély különállása a királyi Magyarországtól, és kialakult a török birodalomtól függő helyzete. Az erdélyiek legnagyobb mecénása, és a gyulafehérvári nyomda fenntartója volt. Támogatottjai között volt Wagner Bálint Heltai Gáspár. Heltai Háló c. munkájának költségeit ő fedezte.

Kemény János, báró

(Pittsburgh, USA, 1903. szept. 5. –

Marosvásárhely, 1971. okt. 13.)

író, irodalomszervező, színházigazgató

Az erdélyi magyar irodalom mindenkori legnagyobb mecénása. A bárói család elszegényedett ágának sarja. Gyermekkorában visszakerült

Erdélybe. A középiskolát Kolozsvárott végezte. Szerepelt az erdélyi fiatal magyar írók első közös bemutatkozó kötetében (Tizenegyek antológiája, 1923). Miután örökséghez jutott, a romániai magyar írókat és irodalmat anyagilag is támogatta. Kuncz Aladárral marosvásári kastélyában írói találkozót szervezett (1926). Itt alakult meg az Erdélyi Helikon írói közössége, amely 1928-tól ezen a címen adott ki irodalmi folyóiratot. 1930-ban átvette a kolozsvári magyar színház igazgatását. 1944-ig több regénye és novelláskötete jelent meg. A II. világháború után fizikai munkás volt, majd Marosvásárhelyen a Színművészeti Főiskola könyvtárosa, később az Új Élet c. marosvásárhelyi lapnál dolgozott.

Kohner Adolf, báró

(?, 1865 – Budapest, 1937. jan. 30.)

nagybirtokos és nagyiparos

A Kohner Adolf és Fiai cég vezetője. A Kohner Zsigmond által 1874-ben alapított bankcég, az egyik legjelentékenyebb magyarországi magánbankház igazgatója, a fináncstőke egyik vezető egyénisége. Az Országos Képzőművészeti Társulat elnöke. A századfordulótól a haláláig az egyik legnagyobb magyar mecénás. Több híres művet ajándékozott a hazai múzeumoknak (például Szinyei Merse Pál Pacsirtáját). Javarészt az ő pénzén jött létre és működött az 1902-ben megnyílt szolnoki művésztelep, de a kultúra más ágait is bőkezűen támogatta.

Lánczy Leó

(Pest, 1852. máj. 10. –

Budapest, 1921. jan. 26.)

üzletember és mecénás

1881-től a Pesti Magyar Kereskedelmi Bank vezérigazgatója, majd elnöke, 1893-tól a Bp.-i Kereskedelmi és Iparkamara elnöke. Számos tőkés nagyvállalat alapító és igazgatósági tagja. 1893-tól 1901-ig országgyűlési képviselő, 1905-től főrendi házi tag. Az I. világháború alatt Heinrich Ferencsel a hadigazdálkodás megsz-

ervezője. Több folyóirat, köztük a Kiss József szerkesztette A Hét odaadó támogatója volt.

Mátyás, I., király

(Kolozsvár, 1443. febr. 23. –

Bécs, 1490. ápr. 6.)

(*Uralkodott: 1458 – 1490*)

Középkori történelmünk egyik legnagyobb alakja, a központosított monarchia létrehozására irányuló törekvés fő képviselője. Vitéz János irányítása mellett humanisták nevelték, a magyaron kívül latinul, németül és csehül is beszélt. Az 1460-as években megkezdett könyvgyűjtését óriási költséggel és apparátussal folytatta, Firenzében a legjobb miniátoroknál, Attavantenál, Gherardónál és másoknál rendelte kódexeit. Hazai könyvfestő és másoló műhelyét nem kevésbé tehetséges itáliai művészek bevonásával szervezte meg. Csillagvizsgálót állíttatott fel Budán. Udvarában sok neves külföldi művész és tudós megfordult, pártfogását több magyar humanista is élvezte. Budán, Visegrádon reneszánsz stílusban építkezett, elsőrangú olasz művészeket foglalkoztatott.

Mikó Imre, gróf

(Zabola, 1805. szept. 4. –

Kolozsvár, 1876. szept. 16.)

(*Művelődéspolitikus, történetíró, mecénás*)

1838-tól a nagyenyedi kollégium, 1840-től az erdélyi református egyházkerület főgondnoka volt. 1843-tól a kolozsvári Nemzeti Színház felügyelő bizottságának elnöke. Neki köszönhető, hogy 1849. végétől Kolozsvárott újból elkezdődtek a magyar színelőadások. A színház épületét saját költségén megnagyobbította és berendezését felújította. Jelentős alkotása az általa 1859-ben alapított Erdélyi Múzeum Egyesület, illetve az Erdélyi Múzeum, híres könyv- és levéltárával. A Magyar Történelmi Társulat egyik megalapítója, s alapításától, 1867-től haláláig elnöke volt. 1867. febr. 20-tól 1870. ápr. 21-ig közmunka- és közlekedésügyi miniszter volt Andrássy Gyula kormányában.

Nádasdy Ferenc, gróf

(?, 1625 – Bécs, 1671. ápr. 30.)

(*Országbíró, mecénás*)

A Dunántúl egyik leggazdagabb földesura. 1646-ban királyi főudvarmester, 1664-ben országbíró, Zala és Somogy vármegye főispánja, belső titkos tanácsos lett. 1667 – 70-ben Wesselényi Ferenc nádor halálával királyi helytartó. Pottendorfi várában (Alsó-Ausztria mödlingi járásában) hatalmas értékű kincset halmozott fel. Nagy műveltségű, tudományszerető főúr és bőkezű mecénás volt. A bécsi udvar politikája ellen irányuló Wesselényi-féle összeesküvés egyik vezető tagja volt. A kudarcra ítélt mozgalom felszámolása után Bécsben halálra ítélték, lefejezték. Javait a kincstár részére elkobozták.

Nádasdy Tamás, báró

(?, 1498 – Egervár, 1562. jún. 2.)

(*Nagybirtokos, nádor*)

Bolognában és Rómában tanult, az 1520-as években II. Lajos király kancelláriáján szolgált, többször megbízták diplomáciai feladatokkal. A mohácsi csata után I. Ferdinánd pártjára állt. 1527-ben Buda várának kapitánya. 1529-ben Szolimán szultán fogságába esett, aki kiszolgáltatta Szapolyai János királynak. János bizalmát megnyerve, fontos megbízatásokat és nagy birtokadományokat kapott. 1533-ban feleségül vette Kanizsai Orsolyát, s vele hatalmas birtokokat kapott a Dunántúlon. Ezzel megalapozta a később grófi rangra emelkedő család hatalmát. 1554-ben nádor lett. Nagy pártfogója volt a reformációnak; birtokán, Újszigeten nyomdát állított fel, iskolát is alapított. Bőkezű pártfogója volt a kiváló énekmondónak, Tinódi Lantos Sebestyénnek. Saját költségén adta ki Sylvester János újszövetséget.

Pyrker János László

(Nagyláng, 1772. nov. 2. – Bécs, 1847. dec. 2.)

(*egri érsek, német nyelven író költő*)

Székesfehérváron, majd Pécsen tanult. Tanulmányait Ányos Pál és Virág Benedek tanítvá-

nyaként kezdte. 20 éves korában belépett a ciszterci rendbe. 1796-ban szentelték pappá. 1812-ben az alsó-ausztriai lilienfeldi monostor apátja, 1818-ban szepesi püspök, e minőségében tanítóképzőt alapított. 1820-ban velencei pátriárka, 1821-ben dalmát prímás és titkos tanácsos. 1827-ben egri érsek lett. Itt tanítóképzőt és rajziskolát létesített, felépíttette a székes-egyházat, a fő- és mellékoltárok festményeit, melyek többnyire olasz festőktől származnak, Pyrker saját magánvagyonából fizette ki. Értékes képgyűjteményét 1836-ban a Nemzeti Múzeumnak ajándékozta.

Ráday Gedeon, gróf

(Ludány, 1713. okt. 1. – Pécel, 1792. aug. 6.)

író, irodalomszervező, földbirtokos

Németországi tanulmányútját követően 1733-ban tért haza. Birtokainak kezelése mellett életét a nemzeti művelődés ügyének szentelte. Széles körű levelezést folytatott korának íróival, támogatva irodalmi művek és folyóiratok kiadását. Családjának atya által alapított könyvtárát tovább gyarapította; második alapítójává lett a méltán nagy hírnévre szert tett péceli gyűjteménynek. Ő írt először német mintára rímes-mértékes formában verset (Ráday-versforma), s ezzel nagy hatást gyakorolt a magyar költői kifejezés mód fejlődésére.

Ráth György

(Szeged, 1828. máj. 6. –

Budapest, 1905. júl. 7.)

történelmi, jogi és művészettörténeti író, könyv- és régiséggyűjtő

Jogot tanult, 1848-ban pénzügyminisztériumi segédfogalmazó, a szabadságharcban önkéntes. 1860-tól Apponyi György országbíró elnöki titkára, később a pesti királyi ítélőtábla bírása, majd tanácselnöke. Széles körű tevékenységet fejtett ki a magyar képző- és iparművészet fel lendítése érdekében. 1881–96 között az Iparművészeti Múzeum vezetője, majd főigazgatója, 1896-tól a főrendiház tagja. Értékes régi

könyvtárát a Magyar Tudományos Akadémiára hagyta, műgyűjteményét özvegye az államnak adományozta, ebből létsült az Iparművészeti Múzeumhoz tartozó Ráth György Múzeum, melynek anyagát 1949 után műfajok szerint szétosztották a budapesti múzeumok között.

Széchenyi Ferenc, gróf

(Fertőszéplak, 1754. ápr. 28. –

Bécs, 1820. dec. 13.)

főispán, helyettes országbíró, mecénás

A Magyar Nemzeti Múzeumnak és könyvtárának alapítója, Széchenyi István apja. Jelentős összegekkel támogatta a művészetet és tudományt (Révai Miklós, Batsányi János, Hajnóczy József, Vályi András, Csokonai Vitéz Mihály, Tessedik Sámuel stb.). 1802. nov. 25-én kelt adománylevelével a nemzetnek ajándékozta könyvekből, kéziratokból, metszetekből, térképekből és érmekből álló hungaricum-gyűjteményét, és ezzel megalapítója lett az Országos Széchenyi Könyvtárnak, amely alapintézményévé vált az 1808-ban életre hívott Magyar Nemzeti Múzeumnak. A múzeumot életében maga tartotta fenn.

Széchenyi István, gróf

(Bécs, 1791. szept. 21. –

Döbling, 1860. ápr. 8.)

A 19. sz. első felében megindult nemzeti liberális reformmozgalom kezdeményezője és legjelentősebb személyisége, a Magyar Tudományos Akadémia alapítója és tagja (ig. 1830, t. 1837), másodelnöke (1830 – 50). Hamar felébredt érdeklődése Magyarország gazdasági és kulturális élete iránt. Az 1825-ben megnyílt országgyűlés alsó táblájának ülésén jövedelme kamatának felajánlásával lerakta a Magyar Tudományos Akadémia alapjait. Örömmel fogadta az 1848. márciusi vértelen forradalom győzelmét, az uralkodó által szentesített polgári átalakulást, a Batthyány-kormányban 1848. ápr. 7-től szept. 11-ig a közlekedés és a közmunkák minisztere volt. 1860 ápr. 7-ről 8-ra virradó éjjel véget vetett életének.

Waldstein János

(Nagymegyer, 1809. aug. 21. –
Bécs, 1876. jún. 3.)

régész, festőművész, államférfi

A csallóközi és – felesége, Zichy Terézia révén – a várpalotai uradalom tulajdonosa, ungi főispán. Széchenyi István barátja és eszmetársa. Művészetbarát, mecénás lelkületű földesúr volt. Tévékeny szerepet vállalt az ország közéletében, elsősorban a tudományos és a művészeti életben. Ybl Miklós tervei szerint újjáépíttette, könyvtárral, képtárral és régiségtárral látta el az 1860-ban leégett palotai Zichy-kastélyt. A könyvtárterem freskóit Pállik Béla festőművésszel készítette. (Ma már csak a mennyezet freskója látható. Sokat tett a környék régiségeinek felkutatásáért. 1868. május 8-án az Akadémiának ajándékozta Thomas Ender osztrák tájképfestő (1793-1875) a Felvidéken és Északkelet-Magyarországon készült 220 vízfestményét. Végakaratának megfelelően Várpalotán helyezték örök nyugalomra, a városban utcánév őrzi emlékét.

Wolfner József

(Arad, 1856. jún. 8. –
Budapest, 1932. febr. 16.)

Könyvkiadó, mecénás

Egyetemi tanulmányainak befejezése után 1885-ben alapította meg a Singer és Wolfner könyvkiadó s könyvkereskedő céget, amely főként ifjúsági irodalom kiadásával foglalkozott. 1923-ban vállalatát részvénytársasággá alakította át, amelynek elnök-vezérigazgatója volt. Ő jelentette meg az Új Idők, a Magyar Figyelő, a Művészet című lapokat is. Kiadta Ady Illés szekerén című kötetét. Ösztöndíjakat fizetett egyes művészeknek, akik közül a legismertebb Mednyánszky László és Nagy István volt, cserébe igényt tartott a járadék folyósítása alatti időszakban született művekre. Ennek köszönhető, hogy az ország legnagyobb Mednyánszky-gyűjteménye a Kecs-keméti Képtárban látható.

A Magyar Életrajzi Lexikon és más nyilvános források alapján.

KULTURÁLIS DÍJAK



ARANY JÁNOS (ARTISJUS) IRODALMI KUTATÁSI ÖSZTÖNDÍJ

Ki adja?	Arany János Alapítvány
Jogi alapító:	Magyar Írószövetség
Támogató:	ARTISJUS Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület
Jogi alapító:	Magyar Írószövetség
A pénz eredete:	ARTISJUS Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület
Mit kap a díjazott?	Oklevél és pénzjutalom
Kinek?	A már eddig is kiemelkedő teljesítményt nyújtó írók részére – nem pályázati úton – a további nagyobb formátumú alkotásaik létrehozásához.
Mióta?	1985
Kapta 2000:	Jónás Tamás, Fehér Béla
Kapta 2001:	Petőcz András, Simon Balázs, Solymosi Bálint, Tóth Bálint
Kapta 2002:	Kemény István
Kapta 2003:	Fekete Vince, Penckófer János
Kapta 2004:	Borbély Szilárd, Farkas Wellmann Éva, Prágai Tamás, Varró Dániel
Kapta 2005:	Jávorszky Béla, Szabó T. Anna, Szentmártoni János
Nevezés módja:	Az Arany János Alapítvány által felállított „Az Év Könyve” Bíráló Bizottság ajánlása
Döntés módja:	„Az Év Könyve” Bíráló Bizottság döntése
Döntnökök személye:	„Az Év Könyve” Bíráló Bizottság tagjai (2002-től): Albert Gábor, Ács Margit, Ágoston Zoltán, Deák László, Dr. Gyertyánfy Péter, Jász Attila, Kalász Márton, Menyhért Anna, Monostori Imre, Oláh János, Olasz Sándor, Osztovits Levente, Papp Endre, Reményi József Tamás, Tamás Menyhért, Villányi László, Zentai Péter László
Ceremónia:	A Magyar Írószövetség székházának klubjában, állófogadás keretei között
Megjegyzés:	Az ösztöndíjat 1985-1996-ig a Szerzői Jogvédő Hivatal, 1996-tól pedig az Arany János Alapítvány adja ki.
Információ / Elérhetőség:	Nagy Katalin • E-mail: nkati@iroszov.axelero.net Molnár Beáta • E-mail: titkarsag@iroszov.axelero.net Tél: 3228-849, 3228-840, Fax: 3213-419

ARTISJUS DÍJ

Ki adja?	ARTISJUS Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület Vezetősége
Jogi alapító:	ARTISJUS Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület Vezetősége
Támogató:	ARTISJUS Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület
A pénz eredete:	ARTISJUS Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület
Mit kap a díjazott?	Bronzból készült képzőművészeti alkotás oklevél kíséretében
Kinek?	A kortárs magyar zeneművészet és irodalom kiemelkedő szerzőinek
Mióta?	2002
Kapta 2000: ARTISJUS Huszka Jenő-díj néven:	Az év legsikeresebb daláért (Ha nem tudom, nem fáj) Kaszás Péter zeneszerző és Bradányi Iván szövegíró Könnnyűzenei alkotói életműért Presser Gábor Szövegírói alkotói életműért Sztevanovity Dusán Az év produkciója kategóriában az Omega koncertért az együttes tagjai: Laux József, Kóbor János, Benkő László, Debreceni Ferenc, Mihály Tamás, Molnár György, Presser Gábor és Somló Tamás Az év zeneszerzője kategóriában Gerendás Péter Az év szövegírója kategóriában Lovasi András
ARTISJUS Dankó Pista díj néven:	Dr. Kikli Tivadar és Rakk István magyarnóta-szerzők valamint Kovács Apollónia és Dóry József magyarnóta-énekesek
Kapta 2001: ARTISJUS Zenei Díj néven:	Az év könnyűzenei produkciója: a Budapest Klezmer Band és a Liszt Ferenc Kamarazenekar Könnnyűzeneszerzői alkotói életmű díj: Havasy Viktor Az év könnyűzeneszerzője: Pásztor László Az év könnyűzenei szövegírója: Nemes István Az év komolyzenei műve(i) kategóriában díjazottak Bozay Attila posztumusz díjazottként „Az öt utolsó szín” c. operájáért és Jeney Zoltán „Halotti szertartás” c. művéért Az év magyarnóta szerzője Z. Horváth Gyula
Kapta 2002:	Az év könnyűzenei produkciója: Sztevanovity Zorán, az „Így alakult” c. nagylemezért Az év könnyűzeneszerzője Kasza Tibor Az év könnyűzenei szövegírója: Bornai Tibor Az év magyarnóta szerzője Vas Gábor Könnnyűzeneszerzői alkotói életmű díj: Vukán György Irodalmi díj: Bárányi Tamás Az év komolyzenei művéért Decsényi János a Búcsú egy tavatúnt évszázadtól c. oratóriumért

Kapta 2003:	Komolyzenei jutalmazottak: Fekete Gyula, Serei Zsolt Könnyűzenei jutalmazottak: Knapik Tamás, TNT együttes, Csordás Tibor, Fülöp Kálmán Magyarnóta kategória: Somogyi Zsolt Irodalmi díj: Mezey Katalin
Kapta 2004:	Komolyzenei jutalmazottak: Lendvay Kamilló, Sári József Könnyűzenei jutalmazottak: Kovács Ákos, Rakonczi Viktor, Lukács László, Bergendi István Magyarnóta kategória: Vitárus Imre Irodalmi díj: Fodor Ákos
Kapta 2005:	Az év könnyűzenei produkciója kategóriában a díj részese: a Ghymes együttes karácsonyi koncertjük és éGHYMESe c. lemezük kapcsán Az év könnyűzeneszerzője és az év könnyűzenei szövegírója: Hrutka Róbert és Jamie Winchester szerzőpáros a Wood&Strings koncert és lemez kapcsán Könnyűzenei alkotói életmű díjban részesül: Victor Máté a magyar könnyűzenében nyújtott kimagasló tevékenységéért Az év magyar-nóta szerzője kategóriában a díj részese: Bicskey Dániel Az év komolyzenei műve(i) kategóriában a díj részesei: Orbán György: Requiem c. művéért, Láng István: Vibráló tárgy parabola pályán c. művéért A szépirodalmi alkotás kategóriában a díj részese: Várady Szabolcs költő
Nevezés módja:	ARTISJUS Egyesület Vezetőségének ajánlása
Döntés módja:	Az ARTISJUS Egyesület Vezetősége, magyarnóta szerzők esetén szakmai zsűri dönt
Döntnökök személye: Az ARTISJUS Egyesület Vezetőségének tagjai:	Bródy János elnök, Békés Pál, Boronkay Antal, Fábri Péter, Hollós Máté, Madarász Iván, Malek Miklós, Sugár Miklós, Tihanyi László, Wolf Péter
A Magyarnóta szakmai zsűri tagjai:	2002: Déki Lakatos Sándor, Dr. Kikli Tivadar, Nógrádi Tóth István, Somogyi Zsolt, Tóth János István, Vitárus Imre 2003: Déki Lakatos Sándor, Dr. Kikli Tivadar, Nógrádi Tóth István, Vitárus Imre, Z. Horváth Gyula 2004: Déki Lakatos Sándor, Nógrádi Tóth István, Somogyi Zsolt, Vas Gábor, Z. Horváth Gyula 2005: Z. Horváth Gyula, Bognár Gyula, Nógrádi Tóth István, Vas Gábor, Tarnai Kiss László, Vitárus Imre
Ceremónia:	Ünnepélyes keretek között a Stefánia Palotában

Megjegyzés:	Az ARTISJUS Egyesület a könnyűzenei művek és produkciók elismeréseként alapította a Huszka Jenő-díjat, amely részben az ARTISJUS-díj elődje volt és az ARTISJUS Vezetősége 1993 és 2001 között évente ítélte oda
Információ / Elérhetőség:	Váncsa Mária titkárságvezető mvancsa@artisjus.com Tel. és fax: Tel.: 488 2605 Fax: 212 1544 Kapcsolattartó: Váncsa Mária titkárságvezető

ELLE IRODALMI DÍJ

Ki adja?	ELLE magazin
Jogi alapító:	Nem nyilvános
Támogató:	Nem nyilvános
A pénz eredete:	Nem nyilvános
Mit kap a díjazott?	Egy szobrot
Kinek?	Kortárs könyvek szerzői
Mióta?	2004
Kapta 2004:	Szépirodalmi kategória: Suzanna Jones: A Csendmadár; Dokumentarista kategória: In memoriam Krúdy Gyula: Az élet álom
Kapta 2005:	Szépirodalmi kategória: Rakovszky Zsuzsa: A hullócsillag éve, Felszeghy Csaba: Emőke fehér könyve; Dokumentarista kategória: Peter Hessler: Két év Kínában
Nevezés módja:	Szerkesztőségen keresztül, február 1-től
Döntés módja:	Olvasói zsűri
Döntnökök személye:	Olvasók
Ceremónia:	ELLE Irodalmi Díj Gála
Információ / Elérhetőség:	(06-1) 433-10-60 Kapcsolattartó: Csüllög Mónika

FORD MOTOR COMPANY TERMÉSZETI ÉS KULTURÁLIS ÖRÖKSÉGÉRT DÍJ

Ki adja?	Ford Motor Company
Jogi alapító:	Ford Motor Company
Támogató:	Európa Tanács, UNESCO Világörökség Központ, Conservation Foundation, Ecofund, Magyar Tudományos Akadémia
A pénz eredete:	Ford Motor Company

Mit kap a díjazott?	A győztes trófeát és pénzdíjat, valamint széles körű nyilvánosságot kap. Minden érvényes pályázó oklevelet kap.
Kinek?	
Pályázhatnak:	magánszemélyek, intézmények, szervezetek, egyéb közösségi csoportok
Mióta?	1983 óta, Magyarországon 1995 óta
Kapta 2003:	Dobszay László, Liszt Ferenc Zeneművészeti Egyetem Egyházzenei Intézete
Kapta 2004:	Budapesti Corvinus Egyetem Tájépítészeti Kar és Vác Város Önkormányzata közös pályázata
Kapta 2005:	Még nem ismert
Nevezés módja:	Nyílt nevezés, jelentkezési formanyomtatványon
Döntés módja:	Független zsűri bírálja el a pályázatokat
Döntnökök személye:	Prof. Dr. Láng István akadémikus, Prof. Dr. Pungor Ernő a Bay Zoltán Alapítvány volt igazgatója, Dr. Bereczky Lóránd a Magyar Nemzeti Galéria főigazgatója, Madarász György a Ford Motor Hungária Kft. kommunikációs és PR igazgatója
Ceremónia:	Még nem ismert
Információ / Elérhetőség:	CRSCOM Kft., a Ford Motor Company Természeti és Kulturális Örökségért Díj információs és sajtóirodája Tel. és fax: 212-5176 és 212-4732 Kapcsolattartó: Dr. Liphay Erzsébet; event@crscom.hu

GREVE-DÍJ

Ki adja?	Helmut és Hannelore Greve Alapítványa a Tudományok és a Kultúra Támogatására (Hamburg)
Jogi alapító:	Dr. Helmut és Hannelore Greve
Megjegyzés:	A díjat 1992-ben, az akkori írószövetségi elnök, Jókai Anna javaslatára alapította a Greve házaspár.
Támogató:	Dr. Helmut és Hannelore Greve
A pénz eredete:	Dr. Helmut és Hannelore Greve
Mit kap a díjazott?	2000 Euro körüli pénzeszeget és oklevelet
Kinek?	Fiatal, de már jelentős teljesítménnyel rendelkező magyar írók, költők, irodalomtörténészek, kritikusok elismerésére, akikre még nem figyelt fel eléggé a magyar közvélemény.
Mióta?	1992
Kapta 2000:	Ebben az évben nem osztották ki a díjat

Kapta 2001:	Ebben az évben nem osztották ki a díjat
Kapta 2002:	Ebben az évben nem osztották ki a díjat
Kapta 2003:	Haklik Norbert prózaíró, Nagy Gabriella költő, N. Pál József irodalomtörténész, kritikus, Rott József prózaíró-publicista
Kapta 2004:	Ebben az évben nem osztották ki a díjat
Kapta 2005:	Még nem ismert
Nevezés módja:	A kuratórium kijelölése alapján
Döntés módja:	A Magyar Írószövetség Kuratóriuma dönt
Megjegyzés:	Mivel hazánkban a fiatal író fogalma életkorban nem nagyon határozható meg, 2003-ban a kuratórium javaslatot kért a József Attila Körtől és a Fiatal Írók Szövetségtől is.
Döntnökök személye:	Magyar Írószövetség Kuratóriuma, amelynek elnöke a Magyar Írószövetség mindenkori elnöke, tagjai pedig ismert irodalomtörténészek, kritikusok, valamint a korábbi díjazottak
Ceremónia:	A Magyar Írószövetség székházában
Egyéb jellemző:	Az eredeti megállapodás alapján a díjban évente 3 író részesül. A díjat először 1992-ben, majd 1994-ben, 1996-ban és 1999-ben adták át. Különböző adminisztrációs és egyéb okokból a következő díjátadásra csak 2003-ban került sor, ezért ebben az évben négyen kaptak díjat.
Információ / Elérhetőség:	Dr. Helmut Greve Bau- und Boden- Aktien Gesellschaft (Dr. Helmut und Hannelore Greve Stiftung für Wissenschaftler und Kultur) 22083 Hamburg, Osterbek Str. 90 b., Deutschland Tel. és fax: Tel.: 00 49 40 278 901 00 fax: 00 49 40 278 901 16 Kapcsolattartó: Dr. Jürgen Simon, Haraszi Luca külügyi vezető Magyar Írószövetség 1062 Budapest, Bajza utca 18., Tel.: 322 8840, fax: 321 3419 E-mail: iroszov@iroszov.axelero.net
Megjegyzés:	Dr. Helmut Greve a Magyar Köztársaság tiszteletbeli konzulja és feleségével együtt a Hamburgi Szenátus professzora.

GUNDEL MŰVÉSZETI DÍJ

Ki adja?	Gundel étterem
Támogató:	Évente változó
A pénz eredete:	A díj pénzjutalommal nem jár.

Mit kap a díjazott?	Míves kispasztika
Kinek?	
A díj kategóriái:	Film- és TV rendező, irodalom, jelmez-díszlet, operatőr, színész, színésznő, tánc, komolyzene, könnyűzene és néhány különleges díj: Életmű díj, „Sztár lett” és 2003-ban Budapest díj.
Mióta?	2001 óta
Kapta 2001:	Darvas Iván, Tarr Béla, Esterházy Péter, Csikós Attila, Bartók: Gyökerek, Werckmeister Harmóniák c. film operatőrgárdája, Haumann Péter, Kovács Adél, Zsótér Sándor, Juronics Tamás, Eötvös Péter
Kapta 2002:	Faludy György, Sopsits Árpád, Bächer Iván, Márk Tivadar, Görgey Gábor, Garas Dániel, Tordy Géza, Töröcsik Mari, Kovalik Balázs, Ladányi Andrea, Vajda Gergely, Zoran, Oroszlán Szonja
Kapta 2003:	Melis György, Mérei Anna-Katona Zsuzsa, Szabó Magda, Horesnyi Balázs-Zeke Edit, Fabini Alapítvány, Ragályi Elemér, Garas Dezső, Udvaros Dorottya, Babarczy László, Solymosi Tamás, Érdi Tamás, Katona Klári, Bíró Eszter, Budapesti Tavasz Fesztivál
Kapta 2004:	Fliegauf Benedek, Horváth Csaba, Kentaur, Kovács János, Méray Tibor, Oláh Ibolya, Pados Gyula, Presser Gábor, Schilling Árpád, Trill Zsolt, Udvaros Dorottya, Varró Dániel, és a Janacek Jenufa c. művének alkotógárdája
Kapta 2005:	A díj koncepcionális átalakítása miatt 2005-ben nem került kiosztásra. A következő díjátadó gála 2006. tavaszán lesz.
Nevezés módja:	Nominálás. Budapesti és vidéki kritikusok az adott kategória témában, kuratóriumi tagok
Döntés módja:	Első körben leszűkül a nomináltak köre kategóriánként 3 jelöltre. Második körben titkos szavazással választják ki a kuratóriumi tagok a 3 jelölt közül a győztest.
Döntnökök személye:	A művészeti élet, a kulturális újságírás jeles képviselői: András Ferenc, aki a magyar filmpremiereket figyeli; Békés András, aki a színházi bemutatókat képviseli, aki egyben a kuratórium elnöke; Gerdesits Ferenc, aki a pop-rock szakértője; Kállai Bori, aki az operett és a musical jelölője; Kárpáti Tamás, aki a Premier c. újság főszerkesztője; Korcsmáros György, aki a színészeket, színésznőket jelöli; Molnár Gabriella, aki a Nők Lapja főszerkesztőjeként a Sztárlett kategória kiválasztója;

Döntnökök személye:	Osztoivits Levente, aki az irodalom értője; Pongor Ildi, aki a Tánc kategória nominálója; Retkes Attila, a komolyzene szakértője; Dr. Venczel Sándor, aki a művészeti élet menedzsereit javasolja.
Ceremónia:	A díj koncepcionális átalakítása miatt 2005-ben nem került kiosztásra. A következő díjátadó gála 2006. tavaszán lesz.
Megjegyzés:	A színházi évadban egy kis társaság rendszeresen összejön a Gundel borvendéglőjében, éttermében, kertjében. Nemcsak a gasztronómia csábítja őket ide. Esznek, isznak, és miről beszélgetnének, ha nem az elmúlt időszak fővárosi, és vidéki művészeti eseményeiről, premierjeiről, sztárjairól, sztárocskáiról? A végeredmény évente egy szubjektív, polgári baráti kör véleménye a magyar kulturális eseményekről. Arcunkkal vállaljuk javaslatainkat, döntéseinket, miközben meghagyjuk azt, lehetőséget, hogy másnak más véleménye is lehet. A művészet játék is. A komoly dolgok szórakoztatóak is. Ezért bemutatjuk a döntések folyamatát, az érveket, a vitákat, reméljük ezek is érdeklik a nagyközönséget.
Információ / Elérhetőség:	Gundel Étterem és Party Service http://www.gundel.hu/muveszetidij.htm

HENKEL MŰVÉSZETI DÍJ

Ki adja?	Henkel Central Eastern Europe
Támogató:	Szakmai támogató a KulturKontakt Austria
A pénz eredete:	Henkel Central Eastern Europe
Mit kap a díjazott?	A felnőtt művész 5000 Eurót és támogatást egy saját kiállítás megrendezésére a hazájában. Az ifjú művész 1500 Eurót és részvételi lehetőséget a három hónapos „vendégmúterem” művésztképző programon.
Kinek?	Különböző művészeti ágakban alkotó művészeknek
Mióta?	2002 óta
Kapta 2002:	Dan Perjovski (román) és Kiss Pál Szabolcs grafika kategóriában
Kapta 2003:	Vidmantas Ilciukas (litván) és Marzea Nowak (lengyel) művész fotográfia kategóriában
Kapta 2004:	Ines Vlahović (horvát) és Uršula Berlot (szlovén) és a Daniel Pitín (cseh)
Kapta 2005:	Még nem ismert
Nevezés módja:	Pályázati felhívás

Megjegyzés:	Az évente más és más művészeti ágban meghirdetett pályázatot 2005-ben modern grafika kategóriában, illetve fiatal képző- vagy fotóművészek számára írták ki.
Döntés módja:	Zsűri dönt, az öt legjobbat nemzeti zsűri döntése alapján küldik tovább országonként a nemzetközi zsűri elé 2005-től kezdődően
Döntnökök személye:	Évente változik a műfajnak megfelelően, a legjobb szakembereket kéri fel
Ceremónia:	Ünnepélyes díjátadás a bécsi Porcia Palace-ban novemberben
Információ / Elérhetőség:	http://www.henkel-cee.com http://www.henkel.hu

KOGART Díj

Ki adja?	Kovács Gábor Művészeti Alapítvány
Jogi alapító:	Kovács Gábor
Támogató:	
A pénz eredete:	Kovács Gábor Művészeti Alapítvány
Mit kap a díjazott?	Ösztöndíj összege havi 100 ezer forint tizenkét hónapon át. Az összeg a nyugodt alkotóléggkört biztosító megélhetésre, műterembérlésre illetve anyagköltségre használható fel. Az ösztöndíj időtartama alatt született alkotásokat - a kuratórium majdani döntése alapján - az Alapítvány megvásárolhatja vagy kiállíthatja. Az alapítvány elvárja, hogy a díjazott művész az egy év alatt a FRISS kiállításon bemutatott művei szín- és formavilágát követve alkossa újabb műveit.
Kinek?	Pályakezdő képzőművészeknek
Mióta?	2004 óta
Kapta 2000:	–
Kapta 2001:	–
Kapta 2002:	–
Kapta 2003:	–
Kapta 2004:	Gesztelyi Nagy Zsuzsa, festőművész
Kapta 2005:	Még nem dőlt el.
Nevezés módja:	FRISS EURÓPA kiállításon való részvétel
Döntés módja:	A díjat a kuratórium adományozza felkért magyar és nemzetközi szakemberek, a Képzőművészeti Egyetem professzorai, a minden évben megrendezendő FRISS kiállítás látogatóinak (kérdőíves) értékelése alapján.

Döntnökök személye:	Kovács Gábor Művészeti Alapítvány Kuratóriuma
Ceremónia:	A KOGART DÍJ átadó ünnepségén
Egyéb jellemző:	
Információ / Elérhetőség:	info@kogart.hu, tel: 354-3820 Kapcsolattartó: Vida Krisztina
Megjegyzés:	

MAECENAS DÍJ

Ki adja?	a Maecenas Könyvkiadó Kft.
Jogi alapító:	a Maecenas Könyvkiadó Kft.
Támogató:	nincs
A pénz eredete:	tulajdonosi magánvagyon
Mit kap a díjazott?	pénzt, bronz plakettet és oklevelet
Kinek?	lásd lent!
Mióta?	1988
Kapta 2000:	Koncz Zsuzsa, énekes
Kapta 2001:	Váncsa István, publicista
Kapta 2002:	Iványi Gábor, lelkész, Oltalom Karitatív Egyesület ügyvezető elnöke
Kapta 2003:	Fáy Miklós, kritikus
Kapta 2004:	Kányádi Sándor, író, költő, műfordító
Kapta 2005:	Zenthe Ferenc, színművész
Nevezés módja:	bizottsági tagok javaslatai
Döntés módja:	bizottsági egyeztetés
Döntnökök személye:	Maecenas-díj Bizottság
Ceremónia:	fogadás, díjátadás
Egyéb jellemző:	lásd lent!

Információ /
Elérhetőség: Maecenas Könyvkiadó Kft.
 1054 Szemere u. 21., tel.: 311 28 36
e-mail: maecenas@hu.inter.net
Kapcsolattartó: Bittó Éva

MAGYAR FOTOGRÁFIAI NAGYDÍJ

Ki adja? A Magyar Fotóművészek Szövetsége
 és a T-Mobile Magyarország Rt.

Jogi alapító:	Magyar Fotóművészek Szövetsége
Támogató:	T-Mobile Magyarország Rt.
A pénz eredete:	T-Mobile Magyarország Rt.
Mit kap a díjazott?	Bruttó 500.000 Ft-ot és egy, a Magyar Fotográfusok Házában rendezendő gyűjteményes kiállítás szponzorációját
Kinek?	Annak a fotóművésznek, akit a Szövetség tagjai – az elmúlt évek munkássága alapján – erre a legméltóbbnak tartanak
Mióta?	2004
Kapta 2004:	Benkő Imre fotóművész
Kapta 2005:	Baricz Katalin fotóművész
Nevezés módja:	Háromtagú kuratórium (Albertini Béla, Haris László, Korniss Péter) jelöl
Döntés módja:	A kuratórium által ajánlott jelöltek közül a MFSZ tagsága írásban szavaz.
Döntnökök személye:	A Magyar Fotóművészek Szövetsége tagjai
Cerémónia:	Változó helyszín
Információ / Elérhetőség:	Magyar Fotóművészek Szövetsége, Tél.: 311-2626, fotomuveszek@axelero.hu Kapcsolattartó: Martonné Csapó Beatrix

MAGYAR IRODALMI DÍJ

Ki adja?	Magyarország Európában Alapítvány
A pénz eredete:	10 gazdasági társaság adja össze
Mit kap a díjazott?	Bruttó ötmillió forint
Kinek?	A szakzsűri által kiválasztott egy szépirodalmi mű alkotója
Mióta?	2001
Kapta 2001:	Harmonia Caelestis (Esterházy Péter)
Kapta 2002:	Megosztott díj: A börtön szaga (Bodor Ádám, Balla Zsófia), Hollóidő (Szilágyi István – nem fogadta el)
Kapta 2003:	A kigyó árnyéka (Rakovszky Zsuzsa)
Kapta 2004:	Grafitesz (Parti Nagy Lajos)
Kapta 2005:	Tolnai Ottó
Nevezés módja:	A zsűri tagjai javasolnak
Döntés módja:	7 tagú zsűri javaslata alapján, a kuratórium dönt: Göncz Árpád, Kosáry Domokos, Fazakas Szabolcs, Pomogáts Béla

Döntnökök személye:	Angyalosi Gergely, Bojtár Endre, Ilia Mihály, Kántor Lajos, Margócsy István, Poszler György, Réz Pál zsűritagok
Ceremónia:	Magyar Tudományos Akadémia díszterme
Egyéb jellemző:	A megalapítás ötlete Göncz Árpádtól és Kosáry Domonkostól származik.
Információ / Elérhetőség:	Büky Dorottya főtitkár 1021 Budapest, Zuhatag sor 17., e-mail: buky@mailbox.hu

A MAGYAR MŰVÉSZETÉRT DÍJ

Ki adja?	A Magyar Művészetért Díj Kuratóriuma és Művészeti Kollégiuma közös döntése alapján a Kuratórium
Jogi alapító:	Dr. Gubcsi Lajos
Támogató:	Mecénások, Ezüstszponzorok és Szponzorok baráti köre
A pénz eredete:	Kizárólag a támogatók fenti körétől
Mit kap a díjazott?	A Magyar Művészetért Díj a szponzorok és mecénások által finanszírozott pénzjutalommal és Nagy Ferenc ötvösművész által készített aranyozott éremmel jár. Az alapítvány kuratóriuma 10-12 kategóriában, azaz a művészetek teljes skáláján (a népművészeteket is beleértve) minden évben több millió forintot oszt szét az elismert művészek között egyenlő arányban. Az egy főre jutó jutalom összege nem publikus. 2004 december 2-án A MM keretében létrehoztuk A Magyar Művészetért - Bubik István-díjat, önálló kuratóriummal és döntési jogkörrel, Kubik Anna vezetésével. Ennek díjazottja a pénzjutalom mellett Győrfi Sándor szobrászművész Főnix-madár bronzszobrát kapja minden évben a Gálán. Alkalmanként kiosztjuk A Magyar Művészetért Tiszteletbeli Emlékérmét, amit eddig a következők kaptak a mecenatúrában játszott szerepükért: Bayer József, Demján Sándor, Gubcsi Lajos, Kovács Gábor, Marjay Gyula, Nagy Endre, Székelyudvarhely - Emlékezés Park, Szórádi Sándor
Kinek?	A díjat minden évben itthon és a világ különböző részein alkotó magyar művészek kapják
Mióta?	1987
Kapta 2001:	Csomós Mari színművésznő, Dienes Gábor festőművész, Dubrovay László zeneszerző, Farkas Zoltán és Tóth Ildikó néptánc, Ghymes Együttes népzene-világzene, Győrfi Sándor szobrászművész, Gyurkovics Tibor író, Hamvas Béla író, posztumusz, Herendi Porcelánmanufaktúra Rt., Kovács József, Szabó István filmrendező

Kapta 2002:	Bereg-Szabolcs-Szatmár megye - Kós Károly Egyesülés - Mányi Építész Stúdió építészei, Duray Miklós író, Kaján Tibor grafikus, Koltai Lajos operatőr-rendező, Kocsis Imre festőművész, Nagy Kovács Mária szobrász, Gál Sándor és Jaskó István (Pitti bácsi) népművészek, Reneszánsz Rt., és Balogh Miklós alkalmazott iparművészet, Schrammel Imre kerámiaművész
Kapta 2003:	Popova Aleszja táncművész, Balla Demeter fotóművész, Bucz Hunor rendező, Búza Barna szobrászművész, Juhász Ferenc költő, Király Ernő zeneszerző, Nagy József (Josef Nadj) táncművész, Nagy Ervin építész, Schéner Mihály festőművész és Szakonyi Károly író Az alapítvány kuratóriuma posztumusz Magyar Művészetért díjat ítelt Borbás Tibor (1942-1995) szobrászművésznek és Cziffra György (1921-1994) zongoraművésznek.
Kapta 2004:	Bessenyei Ferenc színművész, Csoóri Sándor költő, Ferencz István építész, Jankovics Marcell filmrendező, Király László költő – Erdély, Marton László színházi rendező, Püski Sándor könyvkiadó, Sánta Ferenc író, Szabó Szilárd - Németh Ildikó néptáncos, koreográfus, Tózsér Árpád író, költő – Felvidék A Magyar Művészetért Posztumusz-díjat kapta: Dohnányi Ernő zeneszerző, Weöres Sándor költő
Kapta 2005:	Még nem ismert.
Nevezés módja:	A Kuratórium tagjai és a már díjazott művészekből álló Művészeti Kollégium tagjai az évek folyamán permanensen tesznek javaslatot a kiemelkedő életművekre
Döntés módja:	A Kuratórium és 2005-től a Művészeti Kollégium minden év szeptemberében többségi szavazással dönt a díjakról oly módon, hogy a Kuratórium közvetlenül művészeti-esztétikai kérdésekbe nem avatkozik bele, ez a Kollégium joga. 2004-ben létrehoztuk A Magyar Művészetért – Bubik István-díjat, amelyet önálló Kuratórium ítél oda Kubik Anna vezetésével a színházi életben a 35. évüket be nem töltött kiemelkedő művészeknek
Döntnökök személye: A Kuratórium tagjai:	Balogh Miklós, a Reneszánsz Rt. elnöke, Gubcsi Lajos kandidátus, a GL-4 Kft. ügyvezetője, Kovács József, a Herend Porcelánmanufaktúra Rt. nyugd. Vezérigazgatója, Marjay Gyula, a Geodézia Rt. vezérigazgató-helyettese, Sebestyén Márta énekművész

A Művészeti Kollégium tagjai:	Aranyos Károly, a Honvéd Együttes igazgatója, Bella István Kossuth-díjas költő, Berecz András Magyar Örökség-díjjal kitüntetett hagyományörző ének-művész, mesemondó, Gulyás Gyula Balázs Béla-díjas filmrendező, Győrfi Sándor Munkácsy Mihály-díjas szobrász-művész, Kiss János, I a Győri Balett igazgatója, Nagy Ervin építész, Olasz Ferenc operatőr-rendező, Schrammel Imre Kossuth-díjas kerámikus, valamint Szabados György zeneszerző, zongoraművész
A kuratórium és a kollégium elnöke:	Gubcsi Lajos
Ceremónia:	A Magyar Művészetért Gála a Károlyi Palotában A díjkiosztó ceremónia 2004. december 15-én lesz a Károlyi Palotában.
Információ / Elérhetőség:	A Magyar Művészetért, 1223 Budapest Márta u. 10. Tel.: 06/20 914-3999; e-mail: gubcsidr@iif.hu honlap: http://www.amm-gubcsi.hu Kapcsolattartó: Dr. Gubcsi Lajos

MAGYAR PULITZER DÍJ

Ki adja?	Joseph Pulitzer Emlékdíj Alapítvány
Jogi alapító:	Paul A. Fabry és a Magyar Hitelbank Rt.
A pénz eredete:	Alapítói befizetés és tőkehozam
Mit kap a díjazott?	1000 Euró / kategória
Kinek?	Az írott, az elektronikus, az internetes sajtó munkatársai és szerkesztőségi közösségek
Mióta?	1991
Kapta 2000:	Polgár Dénes, Czigány György, Révész Sándor, Kő András, Nyerges András, Szalay Zoltán, Hardy Mihály, a Rádiókabaré
Kapta 2001:	Zsolt Róbert, Nagy N. Péter, Ormos Mária, Schäffer Erzsébet, Scipiadés Erzsébet, Markert Károly, Rádai Eszter, Pannonhalmi Szemle, Országház Parlamenti Magazin
Kapta 2002:	Bajomi-Lázár Péter, Bajor Nagy Ernő, Kuszálík Péter, Molnár Gál Péter, Pünkösti Árpád, Szegő András, Tettamanti Béla, a Világóra szerkesztősége

Kapta 2003:	Benedikty Béla, Kertész Péter, Molnár Erzsébet, Romhányi Tamás, Tóta W. Árpád, a Magyar Hírlap fotórovata, Propaganda kulturális magazin, az Octogon architecture & design
Kapta 2004:	Füzes Oszkár, György Bence, Korniss Péter, Mong Attila, Nej György, Ocsovai Gábor, Szále László, BBC Magyar Adás szerkesztősége, az Este produkció
Kapta 2005:	Cs. Gyimesi Éva, Végel László, Váradi Júlia, Szandelszky Béla, Márton Anna, Litera.hu
Nevezés módja:	Különösebb megkötés nélkül, önálló pályázattal vagy ajánlásra
Döntés módja:	Szakmai kuratórium dönt
Döntnökök személye: Kurátorok (2005):	Hankiss Elemér, Bárándy Péter, Martin József, Rangos Katalin, Győrffy Miklós, Javorniczky István, Kepes András, Sipos Lajos
Ceremónia:	Díjátadás évente egy alkalommal, március második hetének vasárnapján
Információ / Elérhetőség:	Joseph Pulitzer Emlékdíj Alapítvány Tél: 267-2992, Fax: 318-2396 Multi-Marketing Group Kft. 1465 Budapest, Pf. 1818., pulitzer@pulitzer.hu Kapcsolattartó: Dr. Suha György, a kezelő szervezet igazgatója

PALLÁDIUM DÍJ

Ki adja?	Palládium Alapítvány
Jogi alapító:	Pintérné Boros Krisztina
Támogató:	Buda-Cash Brókerház, Hungária Közraktár Rt., Siklós és Vidéke Takarékszövetkezet
Mit kap a díjazott?	nettó 1 millió Ft + Péter Vladimir által készített üveg tárgy
Kinek?	Az előző év kiemelkedő irodalmi (2 db), tudományos és képzőművészeti teljesítményért, illetve 2002-től egy Különdíj (a fentebbi területekkel rokon, azokba szigorúan mégsem besorolható teljesítményekért)
Mióta?	Alapítás éve: 2001; először osztva 2002-ben
Kapta 2001:	Irodalom: Térey János (költő), Tóth Krisztina (költő); Tudomány: Sonkoly Gábor (történész) Képzőművészet: Nádor Tibor (festőművész)

Kapta 2002:	Irodalom: Balla Zsófia (költő), Kovács András Ferenc (költő); Tudomány: Molnár Antal (történész); Képzőművészet: Varga Patrícia Minerva (festőművész); Különdíj: Rugási Gyula (filozófus)
Kapta 2003:	Irodalom: Kukorelly Endre (író, költő), Várady Szabolcs (költő, fordító); Tudomány: Steigner Kornél (filozófus); Képzőművészet: Szotyori László (festőművész); Különdíj: Magócsy István (irodalomtörténész)
Kapta 2004:	Irodalom: Závada Pál (író), Borbély Szilárd (költő); Tudomány: É. Kiss Katalin (nyelvész); Képzőművészet: Megyik János (festőművész); Különdíj: Gerold László (kritikus)
Nevezés módja:	Nincs nevezés
Döntés módja:	A kurátorok jelölnek és döntenek
Döntnökök személye:	Szilágyi Ákos elnök, Spiró György, Szüts Miklós, Czoch Gábor, Bíró Péter
Ceremónia:	Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár Díszterem
Egyéb jellemző:	Minden év februárjának második felében
Információ / Elérhetőség:	Palládium Alapítvány 1111 Bp., Lágymányosi u. 17/b., Tel./Fax: 3487-716, www.palladiumalapitvany.hu Kapcsolattartó: Bíró Péter ügyvezető e-mail: biropeter@axelero.hu

PÉTERFI VILMOS IRODALMI DÍJ

Alapító:	Péterfi Vilmos
A pénz eredete:	Péterfi Vilmos
Mit kap a díjazott?	700 000 Ft-ot, ami megosztható
Kinek?	Olyan íróknak, költőknek, irodalmároknak, akiknek életművében a magyarság és Európa értékrendje rendkívüli szerepet játszik.
Mióta?	2001
Kapta 2001:	Varga Domokos, író; Lászlóffy Csaba, erdélyi író
Kapta 2002:	Czigány György, költő; Koncsol László, felvidéki irodalomtörténész
Kapta 2003:	Alber Gábor, író; Pusztai János, író; Szeli István, vajdasági irodalomtörténész
Kapta 2004:	Utassy József, költő

Kapta 2005:	Még nem ismert
Nevezés módja:	A kuratórium kijelölése alapján
Döntés módja:	A kuratórium dönt
Döntnökök személye:	A kuratórium tagjai: az Írószövetség elnöke, irodalomtörténészek, írók, költők, egy festőművész
A kuratórium titkára:	Báger Gusztáv, költő
Ceremonia:	Decemberben, ünnepélyes irodalmi est keretében a Magyar Írószövetség székházában
Megjegyzés:	Péterfi Vilmos (Pozsony, 1924. - Budapest, 2002.) jogász-író volt. 1956-ban Amerikába emigrált. Minnesotában 37 évig nemzetközi jogot és külpolitikát tanított. 1992-ben tért vissza Budapestre. A díjat 2001-ben alapította 50 000 Dollár alaptőkével. Ennek a tőkének a kamataiból részesülnek a díjazottak.
Információ / Elérhetőség:	Haraszi Luca, külügyi vezető Magyar Írószövetség 1062 Budapest, Bajza utca 18., Tel.: 322 8840, fax: 321 3419 E-mail: iroszov@iroszov.axelero.net

PHILIP MORRIS MAGYAR BALETTDÍJ

Ki adja?	Philip Morris Magyar Balett Alapítvány
Jogi alapító:	Philip Morris Magyarország Kft.
Támogató:	Philip Morris Magyarország Kft.
A pénz eredete:	Philip Morris Magyarország Kft.
Mit kap a díjazott?	Fődíj: 1 750 000 Ft, valamint egy kristályszobor Junior-díj: 750 000 Ft
Kinek?	Magyar táncművészeknek. A fődíjat és az ifjú tehetségeknek járó Junior-díjat az a két balett-táncos nyeri el, aki kiemelkedő művészi teljesítményével járult hozzá a magyar balettművészet értékeihez.
Mióta?	1993
Kapta 2000:	Fődíj: Cserta József – Junior-díj: Cserpák Szabina
Kapta 2001:	Fődíj: Popova Aleszja – Junior-díj: Sóthy Virág
Kapta 2002:	Fődíj: Hágai Katalin – Junior-díj: Sándor Zoltán
Kapta 2003:	Fődíj: Ladányi Andrea – Junior-díj: Velekei László
Kapta 2004:	Fődíj: Solymosi Tamás – Junior-díj: Spala Korinna
Kapta 2005:	Fődíj: Frenák Pál – Junior-díj: Boros Ildikó

Nevezés módja:	A művészeti tanács javaslatai alapján
Döntés módja:	Nagy tekintélyű szakmai zsűri, a Philip Morris Magyar Balett Alapítvány művészeti tanácsa dönt.
Döntnökök személye:	A Philip Morris Magyar Balett Alapítvány művészeti tanácsa Elnök: Szakály György, a Magyar Állami Operaház balettművésze. A tanács tiszteletbeli elnöke: Seregi László Kossuth-díjas, érdemes művész, koreográfus. A kuratórium tagjai: Lőrinc Katalin, Metzger Márta, Uhrik Dóra, Kiss János és Pataki András, valamint El Kazovszkij, Eszenyi Enikő, Jancsó Miklós, Presser Gábor.
Ceremónia:	Díjátadó gálaünnepség a Nemzeti Táncszínházban (zártkörű)
Egyéb jellemző:	
Információ / Elérhetőség:	(1) 4504416 Kapcsolattartó: Molnár Zita
Megjegyzés:	

PRIMA PRIMISSIMA DÍJ

Ki adja?	A VOSZ (Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetsége) Elnöksége és a Prima Primissima Alapítvány
Jogi alapító:	Demján Sándor
Támogató:	Prima Primissima Alapítvány
A pénz eredete:	Demján Sándor alapító által felajánlott csaknem 2 milliárd forint
Mit kap a díjazott?	A „Primissimák” (10) Zsolnay Kincsem-szobrot és 50 ezer Euró tiszteletdíjat, a „Prímák” (20) 10 ezer Euró tiszteletdíjat kapnak
Kinek?	10 kategóriában osztják ki a díjakat, a magyar értelmiség eredményeinek megőrzésére, a hazai tudományos, művészeti és kulturális élet pártoktól független fejlesztésére 1. Magyar irodalom 2. Magyar színház- és filmművészet 3. Magyar képzőművészet 4. Magyar tudomány 5. Magyar oktatás és köznevelés 6. Magyar építészet és építőművészet 7. Magyar írott sajtó 8. Magyar elektronikus sajtó 9. Magyar népművészet és közművelődés 10. Magyar zeneművészet
Mióta?	2003. szeptember

Kapta 2003:	Szabó Magda író, Darvas Iván színművész, Varga Imre, szobrászművész, Vizi E. Szilveszter akadémikus, Nemeskürty István film-történész, író, Makovecz Imre építész, Gömöri Endre újságíró, Vitray Tamás újságíró, tévériporter, Sebestyén Márta énekművész és Rost Andrea, operaénekes, Hír Televízió (közönségdíj)
Kapta 2004:	Juhász Ferenc költő, Garas Dezső színművész, Melocco Miklós szobrászművész, Kosáry Domokos akadémikus, Mindentudás Egyeteme, Bán Ferenc építész, Váncsa István újságíró, Szepesi György újságíró, Kaláka-együttes, Presser Gábor zeneszerző.
Kapta 2005:	Még nem ismert
Nevezés módja:	A résztvevőket egy széles társadalmi-szakmai körből történő jelöléssel állított listából választotta ki titkos szavazással az Alapítvány Kuratóriuma és a Társadalmi Tanácsadó Testület.
Döntés módja:	A VOSZ kibővített Elnökségének és a Prima Primissima Alapítvány Kuratóriumának tagjai titkos szavazással döntenek Döntnökök személye: A VOSZ kibővített Elnökségének mindenkorai tagjai valamint az Alapítvány Kuratóriuma: elnök: Dr. Csányi Sándor, alelnök: Dr. Károlyi Miklós, tagok: Dr. Takács Ildikó, Dr. Hanák András, Dr. Lovassy Tamás, Szőnye József, Zwack Péter
Ceremónia:	Nemzeti Színház
Információ / Elérhetőség:	VOSZ – Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetsége 1107 Budapest, Máza tér 2-6. Tél.: 414-2181, fax: 414-2180 Kapcsolattartó: Dr. Takács Ildikó Vállalati kommunikációs igazgató (TriGránit Rt.); Fax: 374 6541, 354 6541 Dr. Károlyi Miklós, főtktár, e-mail: center@vosz.hu

STRABAG FESTÉSZETI DÍJ

Ki adja?	Strabag Rt.(az ötlet az osztrák anyacégtől – Bau Holding – származik, melynek tulajdonosa, Dr. Hans Peter Haselsteiner maga is műgyűjtő)
Jogi alapító:	Bau Holding AG
Támogató:	Strabag Rt.
Mit kap a díjazott?	Fődíj: 1 millió forint, 4 alkotói díj: 400 ezer forint. Egy hónapig kiállíthatják műveiket a Ludwig Múzeumban, katalógusban jelenhetnek meg. A pályázó csak egyszer nyerheti el a díjat.

Kinek?	Kortárs magyar festészet tehetséges fiatal alkotóinak (40 év alatt), olyan fiatal képzőművészeknek, akik hivatásszerű alkotómunkát végeznek, és valamely képzőművészeti szakmai szervezetnek tagjai
Mióta?	1997
Kapta 2000:	I. díj: Wolsky András, II. díj: Hecker Péter, III. díj: Somody Péter, Különdíj: Nemere Réka
Kapta 2001:	Fődíj: Király András, Alkotói támogatás: Csurka Eszter, Für Emil, Nagy Gabriella, Vásárhelyi Zsolt
Kapta 2002:	Fődíj: Radák Eszter, Alkotói támogatás: Dániel András, Haász Katalin, Iski Kocsis Tibor, Kupcsik Adrián
Kapta 2003:	Fődíj: Győrffy László, Alkotói támogatás: Csiszér Zsuzsi, Ernszt András, Oláh Mátyás László, Páll Tibor Krisztián
Kapta 2004:	Fődíj: Kovács Lola, Alkotói támogatás: Chilf Mária, Juhász Dóra, Kapitány András, Szász Sándor
Kapta 2005:	Fődíj: Szabó Dorottya, Alkotói támogatás: Adorján Attila, Moizer Zsuzsa, Soós Nóra, Szabó Dezső
Nevezés módja:	Nyilvános pályázat (a pályázati felhívás egy művészeti folyóiratban, a szeptemberi és novemberi számban jelenik meg)
Döntés módja:	Zsűri dönt
Döntnökök személye:	Dr. Hegyi Lóránd, Kovalovszky Márta, Néray Katalin, Dr. Petrányi Zsolt, Jerger Krisztina
Ceremónia:	2005. október 13-án a Ludwig Múzeumban
Információ / Elérhetőség:	Strabag Rt. 1135 Budapest, Szegedi út 35-37.; Tel: 270 8300 Kapcsolattartó: Bálványos Anna kurátor gbalvanyos@ludwigmuseum.hu
Megjegyzés:	Régebbi neve (2000-ig) Magyar Aszfalt Díj

SÚGÓ CSIGA DÍJ

Ki adja?	Pesti Est Sűgó
Jogi alapító:	Pesti Est Kft.
Támogató:	A díj nem jár pénzdíjazással.
A rendezvényeket szponzorálták:	2001/2002: AB-Aegon; 2003/2004: Pilsner Urquell (Dreher Sörgyárak); 2005: Kraft, Pilsner Urquell (Dreher Sörgyárak), Peugeot

Mit kap a díjazott?	A fődíj, egyben vándordíj egy díszes tengeri csigaház, a további 11 díjazott egy-egy üvegcsiga díjat kap
Kinek?	12 színésznek – közönségsvavazás alapján a legnépszerűbb magyar színészek az előző évi munkájuk alapján
Mióta?	2001
Kapta 2001:	Fődíj: Alföldi Róbert, További díjazottak: Bács Ferenc, Darvas Iván, Eperjes Károly, Eszenyi Enikő, Gálovölgyi János, Haumann Péter, Kern András, Mácsai Pál, Mucsi Zoltán, Rudolf Péter, Udvaros Dorottya
Kapta 2002:	Fődíj: Szervét Tibor, További díjazottak: Almási Sándor, Fekete Ernő, Fullajtár Andrea, Hernádi Judit, Koltai Róbert, Kováts Adél, Ónodi Eszter, Stohl András, Szávai Viktória, Tóth Sándor, Törőcsik Mari
Kapta 2003:	Fődíj: Vári Éva, További díjazottak: Alföldi Róbert, Bozsó Péter, Debreczeny Csaba, Gyuriska János, Kamarás Iván, Kolovratnik Krisztián, László Zsolt, Mácsai Pál, Nagy Ervin, Oroszlán Szonja, Pápai Erika
Kapta 2004:	Fődíj: Mészáros Árpád Zsolt, További díjazottak: Bertók Lajos, Csányi Sándor, Dolhai Attila, Eszenyi Enikő, Miller Zoltán, Mucsi Zoltán, Őze Áron, Rudolf Péter, Szabó P. Szilveszter, Szervét Tibor, Udvaros Dorottya
Kapta 2005:	Fődíj: Alföldi Róbert, További díjazottak: Bereczki Zoltán, Fekete Ernő, Földes Tamás, Gálffi László, Kaszás Attila, Kern András, Kulka János, Nagy Ervin, Náray Erika, Szinetár Dóra, Trill Zsolt
Nevezés módja:	Közönségsvavazás alapján
Döntés módja:	Szavazni interneten FreeCardokon – 2004-ben SMS-ben - lehet.

A szavazás időszaka két szakaszra oszlik:

I. arra az ötven jelölt valamelyikére lehet szavazni, akik tavaly a legtöbb szavazatot kapták, de nem kerültek a 12 díjazott közé, illetve az alap jelöltlistát bárki kiegészítheti olyan kedvencével, aki azon még nem szerepel, így frissül és bővül minden évben a lista.

II. az első szakasz lezárásával a második szakaszba a legtöbb szavazatot kapott 25 jelölt jut tovább. A szavazás lezártaig egyben a díjazásig rájuk szavazhat a közönség.

A legtöbb szavazatot kapott 12 színész a díjátadón díjat kap, közülük a legnépszerűbb színész vagy színésznő a tavalyi nyertestől veszi át a Sűgő Csigá Vándordíjat.

Döntnökök személye:	a szavazók
Ceremónia:	Díjátadó gála a Színházi Világnaphoz kapcsolódva, az idei évtől önállósulva.
Információ / Elérhetőség:	Est Média 1036 Bp., Lajos u. 78., Tel: 436-5000; http://www.sugocsiga.hu Kapcsolattartó: Petik Katalin; e-mail: petik.katalin@estmedia.hu Markó Róbert; e-mail: marko.robert@estmedia.hu

DÍJAK A TÁMOGATÓK ELISMERÉSÉRE

AZ ÉV EGYÉNI ADOMÁNYOZÓJA

Ki adja?	Nonprofit Információs és Oktató Központ (NIOK) Alapítvány
Jogi alapító:	A díj a NIOK Alapítvány egy programja keretében valósul meg
Támogató:	Minden évben változik
Mit kap a díjazott?	Oklevél, eszmei érték
Kinek?	Magánszemélyek, akik kiemelkedő teljesítményt nyújtottak a támogatás területén az adott évben
Mióta?	1995
Kapta 2000:	Lakatos Mihály
Kapta 2001:	Dr. Frimpong Manso Sámuel
Kapta 2002:	Dr. Tamas István
Kapta 2003:	Misetics Bálint
Kapta 2004:	Horváthné dr. Porvay Judit
Kapta 2005:	Még nem ismert
Nevezés módja:	A médiában megjelenő nyílt felhívásokra bárki elküldheti jelölését egy rövid indoklással
Döntés módja:	A jelölések alapján a NIOK Alapítvány Kuratóriuma dönt
Döntnökök személye:	Marschall Miklós (Transparency International – Berlin), Hegyesi Gábor (Szociális Innovációs Alapítvány), Horváth Attila (Horváth & Dubecz Tanácsadó Kft.), Jellen Kornél (Net-Invest Befektető Rt.), Kirschner Péter (Független Civil Médiatanácsadó), Török Marianna (NIOK Alapítvány), Vidos Tibor (Telekom Montenegro)
Ceremónia:	Minden évben egy exkluzív ünnepség keretében adják át a díjakat, melyen mindhárom szektor képviselői jelen vannak és a média is kiemelt figyelmet fordít rá

**Információ /
Elérhetőség:**

Non-profit Információs és Oktató Központ (NIOK) Alapítvány
 1024 Budapest, Margit krt. 43-45. IV/3.
 Tel.: 315 3151, fax: 315-3366
 program@niok.hu - www.niok.hu
 Kapcsolattartó: Pikó Zsuzsanna

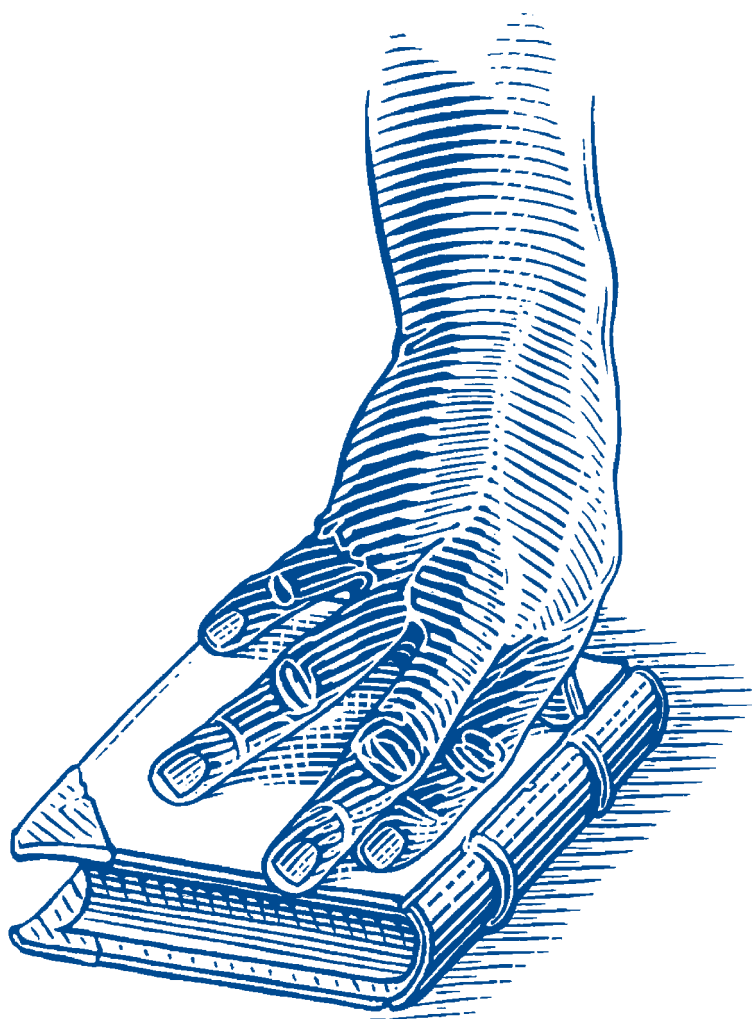
AZ ÉV VÁLLALATI ADOMÁNYOZÓJA

Ki adja?	Nonprofit Információs és Oktató Központ (NIOK) Alapítvány
Jogi alapító:	A díj a NIOK Alapítvány egy programja keretében valósul meg
Támogató:	Minden évben változik
Mit kap a díjazott?	Oklevél, eszmei érték
Kinek?	Cégek, vállalatok, amelyek kiemelkedő teljesítményt nyújtottak a támogatás területén az adott évben
Mióta?	1995
Kapta 2000:	Siemens Rt.
Kapta 2001:	Levi Strauss Magyarország
Kapta 2002:	Alcoa Magyarországi Vállalatai
Kapta 2003:	MATÁV Rt.
Kapta 2004:	Kisalföld Napilap
Kapta 2005:	Még nem ismert
Nevezés módja:	A médiában megjelenő nyílt felhívásokra bárki elküldheti jelölését egy rövid indoklással
Döntés módja:	A jelölések alapján a NIOK Alapítvány Kuratóriuma dönt
Döntnökök személye:	Marschall Miklós (Transparency International – Berlin), Hegyesi Gábor (Szociális Innovációs Alapítvány), Horváth Attila (Horváth & Dubecz Tanácsadó Kft.), Jellen Kornél (Net-Invest Befektető Rt.), Kirschner Péter (Független Civil Médiatanácsadó), Török Marianna (NIOK Alapítvány), Vidos Tibor (Telekom Montenegro)
Ceremónia:	Minden évben egy exkluzív ünnepség keretében adják át a díjakat, melyen mindhárom szektor képviselői jelen vannak és a média is kiemelt figyelmet fordít rá
Információ / Elérhetőség:	Non-profit Információs és Oktató Központ (NIOK) Alapítvány 1024 Budapest, Margit krt. 43-45. IV/3.; Tel.: 315 3151, fax: 315-3366; program@niok.hu - www.niok.hu Kapcsolattartó: Pikó Zsuzsanna

EUROPEAN ARTS SPONSORSHIP AWARDS

Ki adja?	CEREC — Comité européen pour le Rapprochement de l'Economie et de la Culture
Jogi alapító:	CEREC — Comité européen pour le Rapprochement de l'Economie et de la Culture
Mit kap a díjazott:	Egy műalkotást
Kinek?	Kultúrát és művészeteket támogató Európai székhelyű vállalatoknak
Mióta?	1996
Kapta 2000:	Fondation BNP-Paribas, Franciaország
Kapta 2001:	Cave Vinicole de Ribeauvillé, Franciaország
Kapta 2002:	Caprabo, Spanyolország
Kapta 2003:	Sappi Fine Paper, Belgium
Kapta 2004:	Ebben az évben két kategóriában adták ki a díjat.
A legjobb nemzeti projekt támogatása:	BG Bank, Dánia
A legjobb nemzetközi projekt támogatása:	Daimler Chrysler, Németország
Nevezés módja:	A CEREC nemzeti tagszervezetei tesznek jelölést
Döntés módja:	A CEREC által felkért zsűri dönt
Döntnökök személye:	Évente változik
Ceremónia:	Minden év végén, változó helyszínen
Részletes információ / Elérhetőség:	Summa Artium Kht. 1052 Budapest-Belváros Deák Ferenc utca 10. V. emelet 509. Tel. / fax: +36 (1) 318-3938 e-mail: info@summa-artium.hu www.summa-artium.hu Kapcsolattartó: Arnold István
Megjegyzés:	A magyarországi jelentkezéseket a Summa Artium Kht. gyűjti, majd a kiválasztottakat továbbítja a CEREC felé.

GLOSSZÁRIUM



1%: A személyi jövedelemadóról szóló 1995. évi CXVII. törvény jogot ad a magánszemélynek arra, hogy befizetett adója meghatározott részének felhasználásáról az adóévet követő évben külön törvényben rögzített mértékben, megjelölt kedvezményezett(ek) javára és eljárás szerint nyilatkozatban rendelkezék. Az eljárás szabályairól, az adórész mértékéről és a kedvezményezettek köréről az Országgyűlés az 1996. évi CXXVI. törvényben rendelkezett.

E törvény alkalmazásában kedvezményezettek lehetnek társadalmi szervezetek, alapítványok, közalapítványok, valamint a Magyar Tudományos Akadémia; az Országos Tudományos Kutatási Alapprogram (OTKA); országos közgyűjtemények, a Magyar Állami Operaház, a Magyar Országos Levéltár, az Országos Széchenyi Könyvtár, a Magyar Filmarchívum, a Neumann János Multimédia Központ és Digitális Könyvtár, az országos gyűjtőkörű szakmúzeumok, valamint az előző kategóriákon felül azok a könyvtári, levéltári, múzeumi, egyéb kulturális, illetve egyéb alkotó- és előadó-művészeti tevékenységet folytató szervezetek, amelyek a rendelkezés nyilatkozat évének első napja előtti három év valamelyikében a helyi önkormányzattól, az országos, illetve a helyi kisebbségi önkormányzattól vagy a központi költségvetéstől egyedi támogatásban részesültek. A törvény alapján az SZJA további 1%-a tekintetében kedvezményezettek lehetnek egyházak, vallásfelekezetek és vallási közösségek is.

adomány: magánszemélytől, szervezettől, ellenszolgáltatás nélkül kapott pénz vagy termék. Az adományt nem kell visszafizetni, ugyanakkor meghatározott célra kell felhasználni.

közcélú ~ : a közhasznú szervezet, a kiemelkedően közhasznú szervezet részére a közhasznú szervezetekről szóló törvényben nevesített közhasznú tevékenység, a kiemelkedően közhasznú besorolást megalapozó közfeladat támogatására, valamint a külön törvényben meghatározott feltételeknek

megfelelő egyház részére az ott meghatározott tevékenysége támogatására, továbbá a közérdekű kötelezett-ségvállalás céljára (ideértve az önkéntes kölcsönös biztosító pénztár támogatását, valamint a költségvetési szervnek alapkutatásra, alkalmazott kutatásra vagy kísérleti fejlesztésre adott támogatást is) az adóévben visszafizetési kötelezettség nélkül adott támogatás, juttatás, térítés nélkül átadott eszköz könyv szerinti értéke, térítés nélkül nyújtott szolgáltatás bekerülési értéke.

adománygyűjtés: vallási felekezet, közcélú vagy más alapítvány, egyéb szervezet nemes célokra folytatott pénzt vagy természetbeni juttatást gyűjtő tevékenysége.

adókedvezmény: jogszabály biztosította lehetőség arra, hogy a kormányzat által segíteni kívánt célokhoz anyagiakkal hozzájárulók a hozzájárulásuk arányában csökkenthessék adóalapjukat, vagy adójukat.

közcélú adományok (lásd adomány) adókedvezménye:

- a személyi jövedelemadóról szóló 1995. évi CXVII. törvény 41. § alapján: Az össze-vont adóalap adóját csökkenti – a másolat megőrzése mellett kiadott igazolás alapján – a közcélú adomány kedvezménye. A közcélú adomány kedvezménye a befizetett összeg 30 százaléka, legfeljebb azonban kiemelkedően közhasznú szervezetek esetében összesen 100 ezer forint; a közhasznú szervezetek, az egyházak, illetőleg a közérdekű kötelezettségvállalások esetében összesen 50 ezer forint. A tartós adományozás külön kedvezménye az előbbiekben megadott korlátokig terjedően az adóévben befizetett összeg további 5 százaléka.

- a társasági adóról és az osztalékadóról szóló 1996. évi LXXXI. törvény alapján: Az adózás előtti eredményt csökkenti az adomány. Az adózás előtti eredmény csökkentéseként az adomány

a) teljes összege és a közhasznú szervezeteiről szóló törvény szerinti tartós adományozás esetén az első teljesítést követő évtől ezen a jogcímen adott adomány további 20 százaléka, de együttesen legfeljebb az adózás előtti eredmény 20 százaléka érvényesíthető közhasznú szervezet, egyház támogatása és közérdekű kötelezettségvállalás esetén,

b) másfélszerese és a közhasznú szervezeteiről szóló törvény szerinti tartós adományozás esetén az első teljesítést követő évtől ezen a jogcímen adott adomány további 20 százaléka, de együttesen legfeljebb az adózás előtti eredmény 20 százaléka érvényesíthető kiemelkedően közhasznú szervezet támogatása esetén.

A fenti bekezdés a) és b) pontjában meghatározott mérték együttesen nem haladhatja meg az adózás előtti eredmény 25 százalékát. Az adózó akkor csökkentheti az adózás előtti eredményt, ha rendelkezik a közhasznú szervezet, a kiemelkedően közhasznú szervezet, az egyház, a közérdekű kötelezettségvállalás szervezője által az adóalap megállapítása céljából kiállított igazolással, amely tartalmazza a kiállító és az adózó megnevezését, székhelyét, adószámát, az adomány összegét és a támogatott célt, továbbá közhasznú szervezet, kiemelkedően közhasznú szervezet esetében a közhasznúsági fokozatot.

akció, promóció: *lásd* promóció, akció

alap (elkülönített állami pénz-): Az alapítvánnyal szemben, amely a klasszikus értelemben valamely vagyon hozadékból gazdálkodik, az alap valamely rendszeres pénzforrás, tipikusan adó vagy járulék gyűjtésére, majd szabályszerű elköltésére hivatott. A rendszerváltás környékén számos ilyen jött létre, de a Bokros csomag idején a legtöbbet formálisan megszüntették, és beépítették a költségvetési „fejezetekbe”.

A legismertebb alap a Nemzeti Kulturális Alap (1998- Alapprogram), melynek forrása a kulturális járulék. Egyszerűen úgy lehet megfogal-

mazni, hogy minden évben feltöltődik pénzzel, és minden évben el is költi a befolyó pénzt. 1999. január 1-től az NKA „elkülönített állami pénzalap” volta formálisan megszűnt, a minisztérium költségvetésébe került, de függetlensége mégis megmaradt – csak annak garanciái csorbultak. Az NKA tipikus QUANGO (*lásd* **quango**): függetlensége részleges, pénzügyi forrásai viszont biztosak.

alapítvány: Nonprofit szervezeti forma. Eredetileg pénzgyűjtő és újraelosztó szervezet és vagyon, melynek tevékenysége – meghatározott jogi formulákhoz kötve – az alapító okiratban kitűzött tartós, közérdekű cél elérését szolgálja. Történelmileg gazdag emberek által, jelentős pénzüsszeggel létrehozott alap, amelyhez a legtöbb esetben meghatározták mind annak felhasználhatóságát, mind pedig az alapok pótlásának módját.

Ma inkább önálló jogi személyként működő szervezeti forma, amely valamilyen nemes cél megvalósulását segíti elő pénz vagy természetbeni juttatások fogadására alkalmas jogi forma biztosításával.

Jogi meghatározás az 1959. évi IV. törvény a Polgári Törvénykönyvről 74/A. § (1) szerint: Magánszemély, jogi személy és jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaság – tartós közérdekű célra – alapító okiratban alapítványt hozhat létre. Alapítvány elsődlegesen gazdasági tevékenység folytatása céljából nem alapítható. Az alapítvány javára a célja megvalósításához szükséges vagyont kell rendelni. Az alapítvány jogi személy.

Az alapítvány a bírósági nyilvántartásba vétellel jön létre. Ezt követően az alapító az alapítványt nem vonhatja vissza, nem szüntetheti meg. Legfőbb döntéshozó szerve a kuratórium. Közhasznú szervezeti minősítése esetén adókedvezményre jogosító igazolást adhat.

alternatív kultúra: A hetvenes-nyolcvanas években a fogyasztói tömegkultúrával és az

állam által támogatott kultúrával szemben határozta meg önmagát. Kódolt nyelvezete, a hozzájárulás korlátozottsága és ellenzéki politikai állásfoglalása miatt csak egy szűk kör mondhatta magáénak. A rendszerváltást követően, több területen megfigyelhető fokozatos feloldódása a fogyasztói kultúrában, megváltoztatva annak főbb vonásait. Mai használatában az állam által támogatott intézményrendszeren kívüli, független, kísérletező kezdeményezéseket is jelenti, amelyek függetlenségükből adódóan nem kötöttek előírt számú produkció megtermeléséhez vagy adott nagyságú nézőterek megtöltéséhez, így több lehetőségük van az elmélyült alkotómunkára, új kifejezőmódok keresésére. Ezek az új formák idővel beszűrődnek a szélesebb közönséget kiszolgáló kulturális produkciókba, és jelentős szerepet játszanak azok megújításában.

arculat (vállalati vagy termék): kép, amelyet vállalatokról, árucikkekről, szolgáltatásokról kívánnak kialakítani a fogyasztók, illetve társadalmi rétegek tudatában; az enek alapján kialakult képet hívjuk imagenek. Az arculat kialakítására, kedvező irányú befolyásolására a marketingkommunikáció eszköztára szolgál.

baráti kör: valamely közös ügy elősegítése érdekében létrejött csoport, amely többnyire anyagiakkal, kapcsolattalrendszerével, befolyásával, tanácsaival támogatja az ügyet képviselő szervezetet. A baráti kör kerete lehet klub- vagy pártolói társág is, jogi személyiséggel, vagy anélkül.

below-the-line (röv: BTL): *lásd vonal alatti reklám*

betéti társaság (Bt.): Forprofit társasági forma. A rendszerváltást követően általánosan elterjedt vállalkozási forma a kulturális, művészi munkát végzők között. Jogi meghatározás az 1997. évi CXIV. törvény a gazdasági társaságokról 101. § (1) szerint: A betéti társaság létesítésére irányuló

társasági szerződéssel a társaság tagjai üzletszerű, közös gazdasági tevékenység folytatására vállalnak kötelezettséget oly módon, hogy legalább egy tag (beltag) felelőssége a társasági vagyron által nem fedezett kötelezettségeikért korlátlan és a többi beltaggal egyetemleges, míg legalább egy másik tag (kültag) csak a társasági szerződésben vállalt vagyoni betétje szolgáltatására köteles, a társaság kötelezettségeiért azonban – a Gazdasági társaságokról szóló törvényben meghatározott kivétellel – nem felel.

branding: *lásd márkázás*

civil: francia eredetű szó (pl. Code civile), jelentése: magán, azaz nem kormányzati.

civil szervezet: kormányzattól, állami szervezetektől, pártoktól, önkormányzatoktól kinevezési, döntéshozatali, működési mechanizmusukban és finanszírozásukban független, jogi személyiséggel rendelkező nonprofit szervezetek, *lásd még NGO*

civil társadalom: eszméje autonóm, önszervező kezdeményező személyiségen alapszik, az állampolgári ethoszon. E vállalkozói mentalitás megnyilatkozhat a személy gazdasági vagy társadalmi, közösségi tevékenységében (citoyen). Az állampolgári szabad cselekvés társadalmi megnyilvánulása, a közösségi vállalkozók tevékenysége az alapja a nem kormányzati, azaz magán (civil) kezdeményezésű nonprofit szervezetek működésének is. A civil társadalom, azonban, nem azonos a nonprofit szektorral, mint ahogy a civil társadalom részét képező civil (nem kormányzati) szervezet sem feltétlenül azonos a nonprofit szervezettel – merthogy léteznek kormányzati alapítású és/vagy kormányzati ellenőrzés alatt működő nonprofit szervezetek is.

CSR (Corporate Social Responsibility): *lásd társadalmi felelősségvállalás*

egyesület: Nonprofit szervezeti forma. Közhasznú szervezeti minősítése esetén adókedvezményre jogosító igazolást adhat. Jogi meghatározás az 1959. évi IV. törvény a Polgári Törvénykönyvről 61. § szerint: Az egyesület olyan önkéntesen létrehozott, önkormányzattal rendelkező társadalmi szervezet, amely az alapszabályban meghatározott célra alakul, nyilvántartott tagsága van és céljainak elérése érdekében szervezi tagjainak tevékenységét. Az egyesület jogi személy.

erőforrás: a célok megvalósításához rendelkezésre álló illetve igénybe vehető saját, meglévő, valamint megszerezhető természetbeni/infrastrukturális, pénzben, ismeretekben és önkéntes munkában tetet öltő érték.

felelős vállalatirányítás (Good Corporate Governance): kapcsolatrendszer egy társaság ügyvezetése, igazgatósága, tulajdonosai és egyéb érintettjei között. A hatékony felelős vállalatirányítási rendszer alkalmazása elősegíti a piacgazdasági megfelelő működéséhez szükséges bizalom kialakulását. Célja, hogy az egyének, a gazdasági társaságok és a társadalom érdekeit a lehető legjobban közelítse egymáshoz. A ~ a vállalat társadalmi felelősségvállalását ösztönzi (lásd társadalmi felelősségvállalás).

filmtörvény: A filmtörvényt 2003. év végén fogadta el a parlament, és 2004. április 1-én lépett hatályba; a jogszabály a magyar mozgóképkultúra értékeinek megőrzését és gyarapítását, a magyarországi filmipar fejlesztését, nemzetközi viszonylatban való versenyképessé tételét, valamint a mozgóképkultúra fejlődését szolgáló források hatékony felhasználását elősegítő támogatási rendszert tűzte célul. A törvény hatálya a magyar, illetve magyar részvétellel készülő filmalkotások előállítására, terjesztésre és archiválására, valamint a magyarországi filmtérjesztésre terjed ki. A törvény rögzíti a mozgóképszakma közvetlen támogatásának típusait. A jogszabály a

Magyar Mozgóképek Közalapítvány feladatai között határozta meg a közvetlen költségvetési támogatások, valamint egyéb forrásokból származó bevételek elosztási rendszerének működtetését. A mozgóképszakma támogatását szolgáló állami és az audio-vizuális iparból igénybe vehető források összehangolására Mozgóképek Koordinációs Tanács áll fel, mint konzultatív testület; az államigazgatási feladatokat a Nemzeti Filmiroda látja el.

for profit: haszonérdekelt vállalkozás. A bevételeiből származó hasznot a tulajdonosok a vállalkozásból kivehetik, más célra használhatják

fund raising: *lásd* adománygyűjtés

image: *lásd* arculat

kizárólagosság: több területre terjedhet ki, mint például valamely esemény vagy szervezet szponzorálása, termék értékesítése, személy vagy cég képvisellete, hirdetésekben való megjelenés; minden esetben a konkurens piaci szereplők kizárását szolgálja egy ügyletből. A kizárólagosságot az érintett felek a köztük létrejött megállapodás kizárólagossági záradékában szabályozzák.

korlátolt felelősségű társaság (Kft.): For-profit társasági forma. Társasági szerződéssel jön létre, legfőbb döntéshozó szerve a taggyűlés, egyszemélyi felelős vezetője az ügyvezető. Jogi meghatározás az 1997. évi CXIV. törvény a gazdasági társaságokról 121. § (1) szerint: A korlátolt felelősségű társaság olyan gazdasági társaság, amely előre meghatározott összegű törzsbetétekből álló törzstőkével (jegyzett tőkével) alakul, és amelynél a tag kötelezettsége a társasággal szemben csak törzsbetéteinek szolgáltatására és a társasági szerződésben esetleg megállapított egyéb vagyoni hozzájárulás szolgáltatására terjed ki. A társaság kötelezettségeiért – törvényben meghatározott kivétellel – a tag nem felel.

közhasznú szervezet: a bíróság által közhasznúnak vagy kiemelkedően közhasznúnak minősített társadalmi szervezet, alapítvány, közalapítvány, közhasznú társaság és köztestület. A közhasznú szervezetekről az 1997. évi CLVI törvény rendelkezik.

A közhasznúsági nyilvántartásba vételhez a szervezet létesítő okiratának tartalmaznia kell, hogy a szervezet milyen, törvényben meghatározott közhasznú tevékenységet folytat; vállalkozási tevékenységet csak közhasznú céljainak megvalósítása érdekében, azokat nem veszélyeztetve végez; gazdálkodása során elért eredményét nem osztja fel, azt a létesítő okiratában meghatározott tevékenységére fordítja; közvetlen politikai tevékenységet nem folytat, szervezete pártoktól független és azoknak anyagi támogatást nem nyújt. Kiemelkedően közhasznú szervezet nyilvántartásba vételéhez a szervezet létesítő okiratának az előbbieken felül tartalmaznia kell, hogy a szervezet közhasznú tevékenysége során olyan közfeladatot lát el, amelyről törvény vagy törvény felhatamazása alapján más jogszabály rendelkezése szerint valamely állami szervnek vagy a helyi önkormányzatnak kell gondoskodnia. A kiemelkedően közhasznú szervezet létesítő okiratának tartalmaznia kell továbbá, hogy a létesítő okirata szerinti tevékenységének és gazdálkodásának legfontosabb adatait a helyi vagy országos sajtó útján is nyilvánosságra hozza.

A közhasznú szervezeteket támogató szervezetek és személyek adókedvezményben részesülnek. A kedvezmény mértékét jogszabály határozza meg. A közhasznú szervezetek működése a nyilvánosság előtt folyik, gazdálkodásuk adatait évente nyilvánosságra kell hozniuk ún. közhasznúsági jelentésben.

közhasznú társaság (Kht.): Nonprofit társasági forma. A társadalom közös szükségleteinek kielégítését nyereség- és vagyonszerzési cél nélkül szolgáló, önálló jogi személyiséggel rendelkező szervezet. Működési formája a kor-

látolt felelősségű társaságokéval gyakorlatilag megegyezik, de a tevékenység nyereségét az alaptevékenységre kell fordítani, nem osztható fel a tagok között. Társasági szerződéssel jön létre az egyszemélyes közhasznú társaság kivételével, amelynek létesítésére alapító okirattal kerül sor, lefőbb döntéshozó szerve a taggyűlés vagy egyszemélyes társaság esetén az alapító, egyszemélyi felelős vezetője az ügyvezető. Közhasznú szervezeti minősítése esetén adókedvezményre jogosító igazolást adhat.

közösségi adományszerzés: pénzkérés a saját közösségtől vagy a nonprofit szervezet szolgáltatásait használók körétől. Biztos, megújítható, közösségen belül ellenőrizhető pénz.

kulturális járulék: egy külföldön példa nélkül álló magyar adónem, melyet az Adóhivatal gyűjt be, és amely egyenesen az NKA-nak az Államkincstárnál vezetett számlájára kerül. Több száz termék után kell ma kulturális járulékot fizetni, 0,5 és 25% közötti eltérő mértékben. A legtöbb kulturális járulékot a reklámügynökségek fizetik be. A járulékolatott termékek listáját ld. www.nka.hu honlapon: Szervezet/Hatályos jogszabályok/Melléklet a törvényhez.

marketing: olyan tevékenység, amely a vevők és a felhasználók igényeinek kielégítése érdekében elemzi a piacot, meghatározza az eladni kívánt terméket, megismerteti azt a fogyasztókkal, kialakítja az árakat, megszervezi az értékesítést és befolyásolja a vevőket illetve a fogyasztókat.

marketing-mix: a vállalati marketing eszközök tudatos és megfelelő arányú, az aktuális piaci helyzethez alkalmazott kombinációja (4P): Product – Price – Place distribution – Promotion

1) Termékpolitika (product): mindazon termékek, szolgáltatások, amelyek szükségletet elégítenek ki. Kulcsszavak: terméktervezés, fejlesztés, pozicionálás, termékek bevezetése és kivonása, formatervezés, cso-

magolás, portfólió, életgörbe, kutatás

2) Arpolitika (price): ellenérték, amelyért a termék megszerezhető; költségvizsgálatok, fogyasztói árelfogadás vizsgálata, árpolitika meghatározása, költségtérítések, engedmények, árérzékenység vizsgálata

3) Értékesítési politika (place distribution): az eladó és vevő közötti értékesítési út és politika, logisztika, kereskedelmi formák alkalmazása, kereskedelmi partnerek kiválasztása, kereskedelmi szervezet kialakítása

4) Marketingkommunikáció (promotion): kommunikációs elvek, stratégiák, eszközök és csatornák meghatározása, reklám és PR tevékenység koordinálása, eladás ösztönzése, reklámhatás elemzés. A marketingkommunikáció alakítja a vállalat képét (image) a fogyasztókban és a felhasználókban, illetve a tudatosan megtervezett marketingkommunikációs tevékenység eredményeként jön létre az egyedi vállalati arculat (corporate identity, rövidítve: **CI**, lásd **arculat**).

matching fund: Többnyire konkrét terv megvalósítását elősegítő, kiegészítő projekt támogatás, amelynek összegét a támogatott projekthez igazolhatóan megszerzett, megígért vagy megtermelt forrás értékétől függően, annak valamilyen arányában határozzák meg.

márkázás: árumegjelölés. Olyan azonosító jel bevezetése és alkalmazása, amelynek célja valamely termék, áru, szolgáltatás azonosítása, tulajdonságainak mástól való megkülönböztetése.

mecenatúra (patronage): egy konkrét magán-személy, intézmény, műalkotás, esetleg esemény rendszerint anyagi, ritkábban természetbeni támogatása konkrét cél megvalósítása érdekében, ellenszolgáltatás nélkül. Bizonyos álláspont szerint az önzetlen klasszikus mecenatúra csupán magánvagyonból származhat, hiszen a támogatásról döntő vállalati vezetőknek el kell számolniuk a tulajdonosok, részvényesek felé a megtermelt

javakkal, így nemes célokra is csak számon kérhető eredmény fejben áldozhat. A vállalatok szóhasználati miatt ezért érdemes megkülönböztetnünk magánmecenatúrát, ami alatt valóban ellenszolgáltatás nélküli adakozást értünk, illetve vállalati mecenatúrát, ahol az esetek jelentős részében kommunikációs ellen-szolgáltatásról van szó, azaz ugyanúgy üzletfelek állnak egymással szemben, mint a szponzorálás esetén, azzal a különbséggel, hogy a támogató fél itt csupán jó hírének növekedését, imázsprofitot vár el.

membership: *lásd* **baráti kör**

nemes ügghöz kötött marketing (cause related marketing): egy cég eladásösztönző akciójának összekötése egy nemes ügy illetve nonprofit szervezet támogatásával oly módon, hogy a termék értékesítéséből befolyt összeg egy részét előre meghatározott célra fordítja, szervezetnek juttatja stb. Az adományozással szemben inkább promóciós eszköz, mintsem jótékonykodás.

névszponzor: a szponzorált esemény nevében megjelenő támogató.

NGO: (non governmental organisation) nem kormányzati szervezet, társadalmi szervezet. Részletesebben lásd **civil szervezet**.

NKA: Teljes nevén Nemzeti Kulturális Alap-program, mely az 1993. évi XXIII. évi törvénnyel jött létre, amelyet azóta többször módosítottak. Nem alapítvány, hanem alap, mert nincs vagyona, hanem minden évben a kulturális járulékból beérkező összeget költi el, jogszabályokkal körülbástyázott módon.

nonprofit: nem haszonérdekelt, profitját az alaptevékenységének folytatására fordítja

nonprofit szektor: a nonprofit szektort bizonyos szervezetek köre, pl. az alapítványok és egyesületek – illetve közhasznú társaságok,

közttestületek és közalapítványok összessége alkotja, amelyek:

- Intézményesült, jogilag létező szervezetek,
- önálló vezetéssel bíró szervezetek, amelyek szervezetileg nem függenek a kormányzattól (nem kormányzati szervezet),
- Gazdálkodásuk eredményét a szervezethez kapcsolódó személyek közt fel nem osztó szervezetek, amelyek nem elsődlegesen üzletszerű gazdálkodási tevékenység folytatására alapultak (nem gazdasági társaság; nonprofit szervezet).
- Önszerveződésen és öntevékenységen alapuló szervezetek.
- Közvetlen politikai hatalom megszerzését és gyakorlását célul nem tűző szervezetek.

pályázat: a támogatás formális kérése, egy ötletnek a potenciális támogató elé terjesztése. Írott dokumentum.

PR: A kommunikációnak az a területe, amelynek során a kommunikáló szervezet a környezetével való kapcsolatot javítani kívánja, mindenképp a bizalomépítés segítségével; a kapcsolatok tudatos szervezése, melynek célja az egyének, szervezetek és környezetük közötti megértés, valamint a bizalom megteremtése, fenntartása.

projekt: egyszeri, konkrétan körülhatárolt célt megvalósító feladat, amelyet jól meghatározott költségkeretek között, pontosan rögzített határidőre kell teljesíteni.

promóció, akció: (sales promotion) az eladás ösztönzését közvetlenül elősegítő marketing kommunikációs tevékenység, gyakran szponzorált eseménnyel összekapcsolva.

quango: a „Quasi Non-Governmental” angol kifejezés általános használatú rövidítése az állam vagy pártok által alapított, finanszírozott civil szervezetekre. Az elnevezés arra utal, hogy ezek valójában csak nevükben civil szervezetek, hiszen állami vagy párt tulajdonosi háttérrel

rendelkeznek – finanszírozásuk jelentős mértékben csorbitja azt a függetlenséget, amivel egy valódi civil szervezetnek rendelkeznie kell. Anyagi forrásai ellenben biztosítottak. Az egyik legismertebb magyar QUANGO az NKA.

stratégiai marketing: a vállalati marketing részfolyamatokat a vállalati stratégiával összhangban kialakító, annak célkitűzéseit szolgáló, és a vállalati stratégia kialakításához információt szolgáltató marketing menedzsment.

szponzorálás - szponzoráció: egyén, szervezet vagy esemény anyagi, vagy természetbeni támogatása konkrétan meghatározott, előre kikötött, a szponzor piaci pozícióit javító, illetve értékesítését támogató ellenszolgáltatások fejében. A szponzoráció a marketing mix egyik eleme, a marketingkommunikáció része. E tevékenység konkrétan marketingtevékenységet szolgál, üzletfelek állnak egymással szemben.

kulturális ~: Anyagi juttatás valamilyen művészeti szervezetének abból a célból, hogy az hozzásegítse a vállalatot nevének, termékeinek vagy szolgáltatásainak megismertetéséhez. A kulturális szponzorálás a vállalati ösztönző, befolyásoló, kommunikációs tevékenységnek része. A művészetekhez kapcsolódó képzetek, mint például a presztízs, elegancia, klasszikus szépség, kreativitás, a kulturális értékek időtállósága olyan asszociációk, amelyekhez számtalan vállalat kapcsolódhat.

szponzorálási célcsoport: a szponzorálást folytató vállalat ügyfeleinek azon csoportja, amelyet a vállalat a szponzorálás révén – vállalati kommunikációjának részeként – el kíván érni.

szponzorálási stratégia: a vállalati marketing-stratégián alapuló, azt elősegítő szponzorálási módszerek összessége, amely magába foglalja a szponzorálási terület kiválasztásától az ellenőrzésig terjedő intézkedéseket.

szponzorálási célok: azon kommunikációs célok, amelyek elősegítésének, megvalósításának érdekében a szponzor a támogatás mellett dönt.

szponzorszerződés: a szponzor és a szponzorált között létrejövő szerződés, amely részletesen leírja mindkét fél kötelezettségeit, és az azok elmulasztásából fakadó károk megtérítését.

tartós adományozás: valamely szervezet egymást követő több naptári évben megismétlődő támogatása. Adókedvezménnyel jár.

támogatás: átadott pénz vagy más erőforrás. Általában az adakozás, mecenatúra és szponzorálás ernyőfogalmaként használják, de ezen a téren nincs egységes álláspont. Egyes álláspontok szerint (pl. dr. Fazekas – Nagy) a támogatás és a szponzorálás különböző kategóriák, a támogatás kifejezést csak az ellenszolgáltatás nélküli segítségnyújtásra lehet alkalmazni. A támogatást általában írott szerződéskötést követően adják, ami jelzi, hogy a támogató szervezet mennyi támogatást biztosít, milyen időtartamon keresztül, milyen feltételek mellett, és felhasználásával a nonprofit szervezet milyen tevékenységet fog végezni.

állami ~ : normatív és nem normatív költségvetési és önkormányzati támogatás, állami forrásból, állami tulajdonú szervezetektől származó támogatás

magán~: magántulajdonú vállalati, lakossági, külföldi támogatások, valamint non-profit szervezetektől származó hozzájárulások.

projekt ~: a nonprofit szervezet egy meghatározott projektjének megvalósulását biztosító támogatás (céltámogatás)

természetbeni ~: eszközök, felszerelések vagy egyéb vagyontárgyak, szolgáltatások révén való hozzájárulás a szervezet működéséhez, programok megvalósulásához

támogatási szerződés: A támogató és a támogatott között létrejövő, a támogatási aktust szabályozó dokumentum.

társadalmi felelősségvállalás (CSR - Corporate Social Responsibility): A megtermelt profit egy részének társadalmi célokra, társadalmi problémák enyhítésére fordítása, esetenként egy nemes ügyhöz való kapcsolódás

természetbeni juttatás: termék, szolgáltatás, amely helyettesíti a támogató pénzben nyújtott adományát

underground: *lásd* alternatív kultúra

vagyoni előny: vagyoni előnynek minősül minden olyan ellenszolgáltatás, amit az adományozott nyújt az adományozónak az adományozó nevére, tevékenységére történő utaláson kívül.

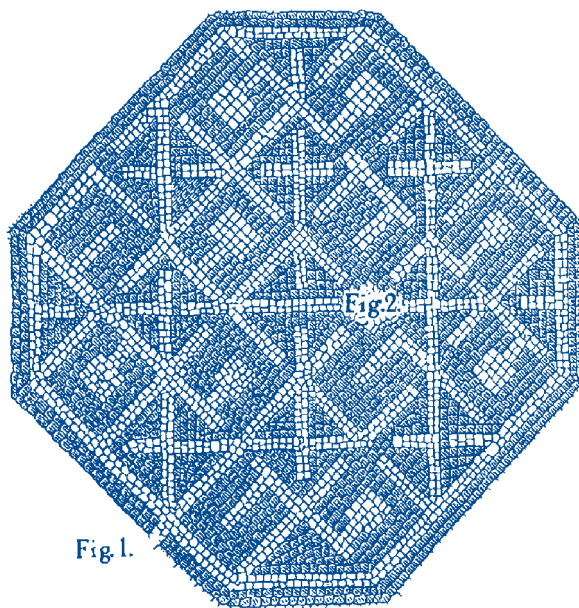
vállalati filantrópia: emberbaráti indíttatású, üzleti elvárások és ellenszolgáltatások nélkül végzett vállalati támogatói tevékenység

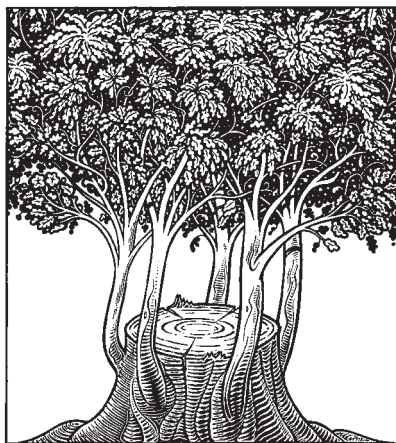
vállalati jó polgár magatartás (Good corporate citizenship): *lásd* társadalmi felelősségvállalás

vállalati kommunikáció: a vállalat és környezete (célcsoportjai) közötti bizalom kialakítását és fenntartását szolgáló kommunikációs tevékenység

vonat alatti reklám (angol eredetű: below-the-line): a nem hagyományos reklám-tevékenységek (pl. értékesítés ösztönzés, eladáshelyi reklám, reklámajándék, szponzorálással egybekötött reklám) összefoglaló elnevezése. Az elnevezés onnan ered, hogy az ilyen jellegű reklámoknál a reklámügynökség nem kap jutalékot a hagyományosan reklámot megjelentető (sajtó, rádió, tévé, közterületi média stb.) média-tulajdonosoktól.

UTÓSZÓ





A SUMMA ARTIUM EMBLÉMÁJA

*„A kultúrára adakozás valaha erős, nagy hagyomány volt,
melyet negyven év diktatúra és tizenöt év átmenet után újjá lehet növeszteni”*

© Orosz István, 2003

Arnold István

TÁRGYSZERŰEN A SUMMA ARTIUM ELSŐ „IGAZI” ÉVÉRŐL

Éppen másfél éve, 2004. februárjában kezdte meg működését a Summa Artium. A kitűzött cél nem kevésbé ambiciózus (többek szerint túlzottan is, Soros Györgynek is kételyei voltak a várható eredményeket illetően): A Soros Alapítvány két évtizedes kultúratámogató tevékenységének befejeztével meg kell próbálni növelni a kultúrára fordított magántámogatások (vállalati és egyéni) összegét, ezen belül pedig javítani a kortárs művészetek arányát.

A hasonló célkitűzéssel működő külföldi szervezeteket áttekintve nyilvánvalóvá vált, hogy a munkamódszer nem az ügynökségi, egyes projekteknek támogatót kereső megközelítés, hanem a kultúra magántámogatásának ügyét egészében felkaroló metódus kell legyen. Ezt szem előtt tartva több programot indítottunk el 2004. koratavasztól kezdve. Az első három programról már a tavalyi évkönyvben is beszámoltunk, lássuk, mennyire váltották be ezek az elvárásokat:

I

Az évente kiadott *Jelentés a kultúra magántámogatásáról* című, magyar-angol nyelvű könyv immár második számát tartja kezében az olvasó. A tavalyi kiadvány mind az 500 példánya elfogyott, sok igénylőnek nem jutott belőle (a könyv a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár fiókjában, valamint a megyei könyvtárakban mindenki számára hozzáférhető). Idén 1000 példányban

készül a kulturális szponzorálásról szóló tanulmányokat, esetleírásokat, és sokrétű ismeretanyagot tartalmazó kiadvány. Ez tehát sikernek tekinthető. Ami még mindig hiányzik belőle, az a vállalati vagy egyéni szponzorok, adományozók kultúrára fordított támogatásának konkrét összege. Az összeg felmérésére tett kísérletünk sajnos kudarcba fulladt: a Nemzeti Kulturális Alap és a Kultúrpont Iroda segítségével több ezer kulturális szervezethez juttattuk el kérdőívünket, de a 138 válasz nem volt elegendő komoly tanulmány elkészítéséhez. A felmérést jövőre újra megpróbáljuk elkészíteni hivatásos közvéleménykutató igénybevételével, ehhez még keressük a partnereinket.

II

Summa Artium üzleti klubok létrehozása a regionális központokban, kisvárosokban, a helyi kulturális, művészeti kezdeményezések támogatására. — Bár sok munkát fektettünk az első klub elindításába, sajnos ezidáig eredménytelenül. Tervünket nem adjuk fel, új területet, új partnereket keresünk

III

Az eredetileg — a támogatói oldal számára — előfizetési termékeknek szánt Summárium adatbázis tavaly nyáron indult el, a www.summa-artium.hu oldalhoz kapcsolódóan. Az adatbázis segítség-

gével a lehetséges szponzorok, támogatók számára tesszük hozzáférhetővé a következő fél – egy évben várható, támogatásra érdemes kulturális-művészeti projektek adatait. Az adatbázist néhány hónap után ingyenessé tettük, hogy ezzel növeljük a sikeresen támogatásra találó projektek számát. Egyéves működést követően úgy látjuk, általában 50-60 aktuális művészeti projekt adatai találhatók az adatbázisban (az aktualitást veszített projekteket levesszük), közülük pedig havonta 1-3 talál támogatóra.¹ Úgy érezzük, ez komoly eredmény, de szeretnénk elérni, hogy 100-ra emelkedjen az aktuális projektek száma, hogy minden, a 6-12 hónapos jövőben tervezett fontos projekt megtalálható legyen a Summáriumban. Ebben az esetben a támogatók még nagyobb kínálatból választhatnának, feltehetően nagyobb gyakorisággal. Ehhez rá kell bírnunk a művészeket, kulturális szervezeteket, hogy kiemelkedő kezdeményezéseik adatait töltsék fel az adatbázis regisztrációs felületén.

IV

Az első három programot hamarosan több új követte:

A.) 2004. őszén elindítottuk havi hírlevelünket *A kulturális szponzorálás hazai és nemzetközi újdonságairól* alcímmel. A hírlevél jelenleg közel 600 címzetthez jut el, kétharmaduk üzleti, egyharmaduk kulturális/művészeti arányban. Ezzel egy időben Vadmecum címmel heti kulturális ajánlót indítottunk öröndetesen gyarapodó pártolóink számára. A kifejezetten az elfoglalt üzletemberek számára készülő ajánló, és a hetente kisorsolt „kulturális lottó” nyereménye révén „akut kortárs művészeti fertőzés” állapotban tartjuk a csatlakozókat.

B.) Stratégiai partnereinknek köszönhetően még 2004. végén meghirdethettük a Summa

Plusz programot, amelynek keretében kiegészítő támogatáshoz juthattak a szponzori támogatással rendelkező projektek. A program célja, hogy biztonságosabbá tegye a projekt megvalósulását, elősegítse marketingjét, összességében pedig a szponzor számára vonzóbbá tegye a támogatást, csökkentse annak kockázatát. Úgy érezzük, hogy több esetben is fontos érvként szolgált a kiegészítő támogatás lehetősége a szponzori döntések meghozatalakor.²

C.) Az év végén a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma, a francia Kulturális és Kommunikációs Minisztérium, a budapesti Francia Intézet és a Budapesti Kulturális Obszervatórium mellett társszervezőként vettünk részt a Malraux Szeminárium hazai megrendezésében. A franciaországi Kulturális és Kommunikációs Minisztérium utazó rendezvényének budapesti állomásán a kulturális mecenatúra és szponzoráció volt a téma, amelyet mindkét oldal hazai és franciaországi képviselői vitattak meg, a 100 fős közönség részvételével.

V

A 2005-ös év két megaprojekt jegyében telik:

A.) **Az Új Bartók Összkiadás.** Bartók Béla életműve összességében utoljára húsz éve jelent meg. Szakértői vélemények szerint elérkezett az idő egy új összkiadás elkészítéséhez, amelynek a közelgő évforduló ad aktualitást. A Summa Artium felvállalta a kezdeményező szerepet, felkért egy szakmai testületet a felvételi és a megvalósíthatósági terv kidolgozására, és egy magántámogató révén megteremtettük az előkészítő munkák anyagi feltételeit. Az első szakasz célja, hogy elkészüljön egy olyan teljeskörű megvalósíthatósági terv, amely magában foglalja a felvételi tervet (a művek sorrendje, az előadók), a költségvetést, a sorozat vizuális megjelenését és a szponzori ajánlatot a támogatóknak.

1. Melyek is voltak ezek 2005. augusztusig bezárólag? Lista az 1. mellékletben.

2. A Summa Plusz programban kiegészítő támogatást nyert projektek listája az 1. számú melléklet táblázatában található.

B.) Mecénás Nap. A Summa Artium valamennyi külföldi testvérszervezete évente díjakkal ismeri el a kultúra kiemelkedő magántámogatóinak tevékenységét. Az első hazai díjakat 2005. december 12-én, Eszterházy Miklós herceg születésnapján fogjuk kiosztani egy fogadás keretében, a Műcsarnokban. A díjkategóriák: „Kortárs művészetért” díj — egy mecénás vagy szponzor, aki a lehetőségeihez képest a legtöbbet költött (kortárs) kultúrára, a legeredetibben használta ki a kortárs művészetekben rejlő lehetőségeket.

„Kis- és középvállalkozások díja” — a legizgalmasabb projektfinanszírozásért.

„Az év patrónusa” — olyan üzletember, aki a legtöbb önkéntes munkát fektette egy kulturális projekt vagy szervezet segítségébe.

„Eszme-díj” — mecénás, szponzor, médium vagy újságíró, aki az eszme terjesztéséért a legtöbbet tette az adott évben.

A díjkiosztó mellett a fogadáson résztvevő támogatók 12 különleges kulturális projektre licitálhatnak. A Mecénás Nap lényege azonban az október elején kezdődő kommunikációs kampánnyal gerjesztett országos „mozgalom”, amelynek keretében a különféle kulturális szervezetek december 12-én köszönetet mondanak támogatóiknak, beszámolót készítenek a számukra, tagtoborzást tartanak baráti köreikbe, páholyaikba.

A Mecénás Nap megvalósítását lehetővé tevő főtámogatók a Magyar Telekom és a Raiffeisen Bank.

C.) A születőben levő Fundus Program. A hollandiai Prins Bernhard Kultuurfonds által működtetett 160 magánalap mintájára indított program lehetőséget ad arra, hogy a kultúra és művészetek iránt elkötelezett vállalatok és magánszemélyek hosszú távú kötelezettségek és adminisztráció nélkül próbálják ki, milyen is lenne, ha egy saját névhez kötődő, saját alapítványon keresztül folytatnának támogatói tevékenységet. A támogatói magánalap

különösen alkalmas néhány éven át folytatott támogatói tevékenységre, de a támogató döntése szerint évente, vagy rendszeresen megújítva, akár évtizedeken át is fenntartható. A program biztosítja, hogy a támogatások a támogató által meghatározott névhez kötődjenek, ily módon megörökítve a támogató vagy családtagja nevét, és hogy a támogató élhessen a törvény biztosította adócsökkentési lehetőségekkel. A Summa Artium a teljes támogatási pályázati ciklusokat az előkészítéstől az elszámolásig lebonyolítja, oly módon, hogy a támogató csak az általa kívánt mértékig vegyen részt a munkában — ha úgy kívánja, csak az örömben és a köszönetben részesüljön. A Fundus Program eredményeiről reményeink szerint jövő évi kiadványunkban adhatunk örömteli beszámolót.

VI

A nemzetközi szakmai hálózati tevékenységnek az elindulástól kezdve nagy jelentőséget tulajdonítunk. Már a megalapítást megelőzően felvettük a kapcsolatot a Nyugat-Európa 13 országában működő „arts and business” civil szervezeteket tömörítő, brüsszeli székhelyű **CEREC** ernyőszervezettel, amelynek a megalapítást követően — régióinkban elsőként — megfigyelő státuszú tagjává vált a Summa Artium. A kezdeti együttműködést követően 2004. decemberében meghívást kaptunk a hivatalos tagságra. Ennek az a különös jelentősége, hogy tagságunk által a velünk együttműködő vállalatok is bekapcsolódhatnak egy nemzetközi hálózat vérkeringésébe. Információhoz jutnak a külföldi kulturális szponzorálás újdonságairól, kutatási eredményekről, konferenciákról, és részt vehetnek az évente kiosztásra kerülő **European Arts Sponsorship Awards** díjaiért folyó versengésben. A Magyarországról szóló hírek, kutatási eredmények, kiadványunk a CEREC révén azonnal Európa-szerte eljutnak az érdeklődőkhöz.

A Summa Artium közreműködésével támogatáshoz jutott projektek 2004. december és 2005. augusztus között. Az összegek csak a Summa Artium-on keresztül adott támogatásokat tartalmazzák, ezen felül értendő a Summa Plusz programban (SP) adott kiegészítő támogatások „másik” fele.

1. SZÁMÚ MELLÉKLET

PROJEKT

(SP) A Petőfi Irodalmi Múzeum kéziratvásárlása. Petőfi Sándor A virágok című versének nemrégiben előbukkant kézírata külön érdekessége, hogy a hátoldalán található egy mondat Jókai Mór kézírásával és aláírásával, így a dokumentum egyben Jókai autográf is. Petőfi kéziratvásárlásra a Múzeum két évtizede nem vállalkozott, aminek egyik oka, hogy manapság már igen ritkán bukkannak elő eredeti Petőfi kéziratok, a másik ok a ritkaságok ára. A Summa Artiumon keresztül adott támogatás egy másik vállalat szponzori támogatását is elősegítette, így valósulhatott meg a vásárlás.	4 500 000
Sára Dorottya fotóművész és Feldmár András pszichológus közös, verses fotóművészeti kiállítása	2 000 000
Lajkó Félix 2005 első felében megvalósuló fellépéseinek, új lemez kiadásának, promóciójának támogatása	2 000 000
(SP) A Merlin Színház angol nyelvű előadásainak szponzori támogatásaihoz	5 000 000
(SP) A Földvári Napok - hangversenyek, zenetudományi konferencia Kurtág György vezetésével - 2005 évi megrendezéséhez (ideiglenes budapesti vendéghelyén, a Művészetek Palotájában), a kiemelkedő eseménysorozat megmentése érdekében, a szponzori támogatásokat kiegészítő támogatás.	5 000 000
(SP) Pécsi Nemzetközi Zongoraverseny Liszt Ferenc Emlékére 2005. májusi megrendezéséhez, kiegészítő támogatás a szponzorszerző munka elősegítésére.	1 500 000
(SP) A Filmkritikusok Díja 2005. januári megrendezéséhez, a szponzori támogatásokat kiegészítő támogatás.	475 000
(SP) Takáts Márton grafikusművész katalógusának megjelentetéséhez, a szponzori támogatást kiegészítő támogatás.	500 000
Egressy Zoltán Portugál című, gyűjteményes drámakötetének támogatása. Hazánk egyik legsikeresebb kortárs drámaírójának több színházban futó színdarabjait (Portugál; Sóska, sültkrumpli; 4x100; Kék, kék, kék; Baleset stb.) tartalmazó drámakötete áprilisban jelent meg.	300 000

(SP) A Budapest Animációs Filmklub 2005. első félévi programjaihoz. A Mille-náris Fogadóban kétheti rendszerességgel jelentkező sorozatban az animációt kedvelő közönség a magyar animáció aranykorának alkotásait tekintheti meg.	500 000
(SP) Snétberger Ferenc április 26-i zeneakadémiai koncertjéhez kiegészítő támogatás	500 000
(SP) A Katapult - Európai Forgatókönyv Fejlesztő Központ 2005-ben ismét megrendezi nagysikerű Forgatókönyvíró Workshopját. A Jiri Menzel fővédnökségével létrejövő programhoz adott kiegészítő támogatás	965 000
A Színház és Filmművészeti Egyetem rendkívül érdekes, az elmúlt század elején készült fényképeket őriz. Most nyolc olyan 1905-ben készült fénykép restaurálása vált szükségessé, amelyek a Magyar Királyi Színiakadémia különféle helyiségeit ábrázolják. A képek megmentéséhez szükséges eljáráshoz adott támogatás	87 000
Nemes László , a Magyar Rádió Gyermekkórusának karnagya, a Zeneakadémia tanszékvezető tanára 2005. április 11. és április 22. között a Manilai Egyetemen egy workshop keretében kórusvezetést, előadásokat, gyakorlati foglalkozásokat tart a helyi zenetanárok számára. A Summa Artium partnerei az utiköltség támogatásával segítik a magyar zenepedagógia és kórusművészet eredményeit népszerűsítő projektet.	273 700
A Fiatalkok Fotóművészeti Stúdiója pályázat útján kiválaszt két fiatal fotóművészt, akik részt vehetnek a 36. Arles-i Fotóművészeti Fesztivál eseményein 2005. nyarán. Az egyik legjelentősebb európai fotóművészeti eseményen való részvétellel jelentős mértékben segítheti a fiatalok karrierjét és a hazai fotóművészet nemzetközi kapcsolatait. A Summa Artium partnerei a két résztvevő portfóliójának elkészítését, szállás és utiköltségüket támogatják.	700 000
Lovász Irén Fellegajtó című új CD-jének megismételt lemezbemutató koncertje május 12-én volt az A38 hajón. A koncert létrejöttét a fellépő művészek támogatásával segítették a Summa Artium partnerei.	150 000
(SP) A MusiciansWho internetes portál (www.musicianswho.hu) hosszas előkészítést követően május elején indult el. Célja, hogy olyan komolyzenei adatbázist hozzon létre, amely a fiatal hazai zeneművészek nemzetközi ismertségének, karrierjének segítője lehet. A Summa Artium kiegészítő támogatással segíti a portál elindulását.	500 000
A Corvina Kiadó Peter Baum: Avantgárd a magyar festészetben című könyve 2006-os kiadását készíti elő. Az osztrák művészettörténész professzor, a linzi Neue Galerie egykori igazgatója a tárgyat kitűnően ismerő, ám az objektivitáshoz elengedhetetlenül szükséges távolságból szemlélő szerző. Munkája új szempontokkal	3 400 000

gazdagíthatja ismereteinket a 20. század magyar művészetéről. A könyv magyar, német és angol nyelven is megjelenik. A sok színes reprodukciót tartalmazó, igényes kivitelezésű album megjelentetéséhez adott támogatás:

(SP) Az **N&n galéria** a kortárs hazai építészet fóruma, amely tárgyának tekinti a belsőépítészet, bútortervezés, városépítész, kert- és tájtervezés, technológiai tervezés, díszlettervezés - utóbbi időben - mesterségesen szétválasztott elemeit. Az N&n galéria fontosnak tartja bemutatni a kortárs képzőművészet alkotóit és műveit is. Ezekkel a kiállításokkal az építészet és a társzművészetek kapcsolatát erősíti. A galéria 2005. második félévi működéséhez adott kiegészítő támogatás:

800 000

A Praesens Kiadó két jelentős művészeti könyv kiadását készíti elő. Tatai Erzsébet: **Neokonceptuális művészet Magyarországon a kilencvenes években** és Hock Beáta: **A 3 T-ből a 3 P-be: a politikus, a publikus és a privát hangvétel előfordulásai a kortárs magyar művészetben** című könyveinek megjelentetését a Summa Artium partnereinek támogatása:

600 000

(SP) **Szakcsi Lakatos Béla és Vukán György zongora estje**. A két méltán elismert zongoraművész egy nem mindennapi közös produkció létrehozására vállalkozott, most először lépnek együtt színpadra a széles nyilvánosság előtt, és örvendeztetik meg zenekedvelő közönségüket. A Thália Színházban egy exkluzív est keretein belül adnak közös zongorakoncertet, melyről lemezfelvétel készül. A Summa Plusz program kiegészítő támogatása:

250 000

(SP) **Dés László és a Balázs Elemér Jazzquartet** a Voces4 Ensemble gregorián énekegyüttessel „Contemporary Gregorian” című közös lemezük felvételéhez és a lemezbemutató koncertekhez kerestek támogatót. A Summa Plusz program kiegészítő támogatása:

1 000 000

Kardos Péter és Nyári Gábor első könyve, a szerepjáték formában íródott és nagy sikert aratott Cigánylabirintus egyedi, játszható formája megmutatta, hogy egy egyébként elutasított, sztereotipizált témát hogyan lehet újszerű módon érdekessé, izgalmassá, átélhetővé tenni, és így széles közönséghez - különösen a fiatalokhoz - eljuttatni. A szerzők most a „Forradalmak városa” munkacímrel az 1956-os forradalomról és szabadságharcról készítenek szerepjáték könyvet. A Summa Artium partnerei támogatják a könyv elkészítését.

1 000 000

A **Médiamix** című különleges média szaklap a nemzetközi médiabirodalmak, külföldi csatornák, jelentős média személyiségek bemutatásával, az internet és a média kölcsönhatásával foglalkozik. A decemberi szám megjelentetéséhez adott támogatás:

500 000

A **Ludwig Múzeum két projektje**: 1) A **Kortársunk a művészet** címmel az óvodáskortól kezdődő pedagógiai program a kortárs művészetet a felnövő

1 000 000

korosztály hétköznapijaiba szeretné becsempészni. 2) A kiállítóterekben és a könyvtárban elhelyezett, **bérelt információs terminálok** beváltották a hozzájuk fűzött reményeket. Hogy a múzeumlátogató közönség hosszú távon, a következő kiállítások során is találkozhasson velük, a Múzeum szeretné megvásárolni a terminálokat. A két projekthez adott támogatás:

Az 1920-as években épült különleges műemlék, a tibolddaróci Bottlik Mauzóleum és a benne lévő festmények restaurálásához adott támogatás:	1 000 000
Klimó Károly festőművész a Francia Intézetben és más helyszíneken megrendezett kiállítások anyagából állította össze új katalógusát. A katalógus kiadásához adott támogatás:	500 000
Korábbi franciaországi szereplései és díjai eredményeként a Bakáts Téri Általános Iskola francia nyelvű színjátszó csoportja meghívást kapott a franciaországi Chatillon-i nyári gyermekszínházi találkozóra. A részvételhez adott támogatás:	500 000
ÖSSZESEN:	35 500 700

2. SZÁMÚ MELLÉKLET

Summa Artium Kultúra Támogató Közhasznú Társaság

Statisztikai számjel: 2190191391335710

Cégjegyzék száma: 01-14-000514

A közhasznú egyszerűsített éves beszámoló eredménykimutatása (224/2000. (XII. 19.) Korm. rendelethez 6. számú melléklet) Beszámolási időszak: 2004. február 24.- 2004. december 31.-ig

MEGNEVEZÉS	ELŐZŐ ÉV*	ELŐZŐ ÉV(EK) MÓDOSÍTÁSAI*	TÁRGYÉV*
A.) Összes közhasznú tevékenység bevétele:	18 106	-	54 071
1. Közhasznú célú működésre kapott támogatás	18 104	-	51 946
a.) alapítótól	18 104	-	-
b.) központi költségvetésből	-	-	-
c.) helyi önkormányzattól	-	-	-
d.) egyéb	-	-	51 946
2. Pályázati úton elnyert támogatás	-	-	-
3. Közhasznú tevékenységből szárm.bevétel	-	-	300
4. Tagdíjból származó bevétel	-	-	-
5. Egyéb bevétel	2	-	1 825
B. Vállalkozási tevékenység bevétele	-	-	-
C. Összes bevétel(A+B):	18 106	-	54 071
D. Közhasznú tevékenység ráfordításai	1 461	-	26 557
1. Anyagjellegű ráfordítások	451	-	6 144
2. Személyi jellegű ráfordítások	862	-	11 458
3. Értéksökkenési leírás	148	-	455
4. Egyéb ráfordítások	-	-	8 500
5. Pénzügyi műveletek ráfordításai	-	-	-
6. Rendkívüli ráfordítások	-	-	-
E. Vállalkozási tevékenység ráfordításai	-	-	-
1. Anyagjellegű ráfordítások	-	-	-
2. Személyi jellegű ráfordítások	-	-	-
3. Értéksökkenési leírás	-	-	-
4. Egyéb ráfordítások	-	-	-
5. Pénzügyi műveletek ráfordításai	-	-	-
6. Rendkívüli ráfordítások	-	-	-
F. Összes ráfordítások (D+E)	1 461	-	26 557
G. Adózás előtti eredmény (B-E.)	-	-	-
H. Adófizetési kötelezettség	-	-	-
I. Tárgyévi vállalkozási eredmény (G.-H.)	-	-	-
J. Tárgyévi közhasznú eredmény (A.-D.)	16 645	-	27 514

TÁJÉKOZTATÓ ADATOK

MEGNEVEZÉS	TÁRGYÉV*
A. Személyi jellegű ráfordítások	11 458
1. Bérköltség	8 160
ebből: - megbízási díjak	-
- tiszteletdíjak	-
2. Személyi jellegű egyéb kifizetések	494
3. Bérjárulékok	2 804
B. A szervezet által nyújtott támogatások	8 500

*e Ft-ban

Budapest, 2005. május 10.
 ügyvezető

A SUMMA ARTIUM KHT. TÁMOGATÓI 2004-2005-BEN:

ALAPÍTÓ, FŐ TÁMOGATÓ: Magyar Soros Alapítvány

TÁMOGATÓK: AEGON Magyarország Általános Biztosító Rt., ÁJK-SATEC Kft., Café csoport, Credit Suisse Life and Pensions, Erdélyi László Attila. Four Seasons Hotel Gresham Palace Budapest, Főfotó Kft. - Photo hall, GMR Reklámügynökség Bt., Gundel Étterem, Lentus Kft., Maecenas Könyvkiadó Kft., Magyar Külkereskedelmi Bank Rt., Magyar Telekom Rt., MOL Rt., Nyílt Társadalom Intézet, Odeon Kiadó Kft., Orosz István grafikusművész, Profil Pénzügyi Szolgáltató Kft., Raiffeisen Bank Private Banking, Reafotó Kft., Reklámvonal, Szerencsejáték Rt., Térták Ádám, Tesco Global Rt., TIARA Rt., Web Services Hungary Kft.

Török András

„A HÉT HALÁLOS BŰN”

— *avagy mitől óvakodjon egy józanul vezetett cég, a kultúra támogatásával kapcsolatban**

Ahogy elképzelem évkönyvünk olvasóit, csupa csillogó, értelmes szemet látok, nyilvánvaló, hogy csupa kultúraszerető emberről van szó. Nem vesztegetem hát az időt arra, hogy érveljek a kultúra nagyszerűsége mellett. Mindannyian tudjuk, hogy a kultúra, különösen a művészeti része, nagyszerű dolog, hogy szórakoztat, fiatalabbá tesz, kisimítja a ráncokat, gazdagít, megnyitja az utat a felső osztályokba, stb.

EGY DARABKA ELMARADT RENDSZERVÁLTÁS

Azt is tudják talán, hogy Magyarországon egy apró elem még hiányzik a rendszerváltásból: a kultúra világában még nem történt meg. A kulturális szervezetek nagyon nehezen alkalmazkodnak a szép új világhoz, ahol szabad meghalni az utcán, ahol örök adottságnak veszik, hogy egy tíz milliós országnak csaknem ötven repertoárszínházat kell működtetnie, állandó társulattal, ahol a jegyek árának háromnegyedét olyan személyek adójából fizetik, akik sohasem járnak színházba.

A kulturális rendszerváltás akkor gyorsul fel majd, ha a verseny jobb teljesítményre kényszeríti majd a szereplőket, és egyes versenyzők majd elhullanak, becsuknak, és helyet engednek a fiatal, életerős kezdeményezéseknek.

E rendszerváltás késlekedésében bűnrészes az üzleti világ is, mert bár egyre többet költ kultúrára, a maga jól felfogott érdekeinek meg-

felelően, de saját fő tevékenységéhez méltatlanul alacsony színvonalon űzi támogatásait — tisztelet a kivételnek. Ebben a rövid írásban szándékosan a hibákat pécéztem ki, úgyhogy a jó példákról ezúttal kevés szó esik. Aki azokra kíváncsi, lapozzon a cikk végére, vagy a Hét fontos példa című fejezethez.

A HÉT FŐBŰN, SPECIÁLIS SORRENDEN

Magyarország kultúraszerető, katolikus hagyományú ország — ki ne hallott volna a hét főbűnről, amelyet „hét halálos bűnnek” is szokás emlegetni. Ha nem megy, nem baj, segítek. Úgysem a bibliai hagyomány része, a középkori latin nyelvű prédikatori hagyományból ered.

Nos, a hagyományosan felsorolt hét főbűn a következő:

Irigység (Invidia)
Kevélység (Superbia)
Restség (Accidia)
Harag (Ira)
Fösvénység (Avaritia)
Falánkság (Gula)
Paráznaság (Luxuria)

Mivel a hagyományban nem mutatható egyértelmű sorrend, megpróbáltam ezeket a bűnöket súlyossági sorrendbe rendezni — témánk szempontjából.

* A Magyar Reklámszövetség 2005. szeptember 27/28-i Országos Reklámkonferenciáján, Egerben elhangzott előadás szerkesztett változata.

IRIGYSÉG

Témánk szempontjából az irigység, illetve ikerbűne, a féltékenység alig-alig számít bűnnek. Hiszen szempontunkból csak az lehet irigy, aki sokat tesz, de még többet szeretne. Irigy a többi cég magasabb mecenatúra keretére. Magában füstölög azon, hogy versenytársa milyen remek projektet talált ki, bánatos, hogy nem őneki jutott eszébe. Vagy veri a fejét a falba, hogy nem nézte meg alaposabban az ajánlatot, amikor az tavasszal megjárta az ő íróasztalát is.

Az irigység a kultúratámogatás szempontjából produktív bűn, amely tettekre sarkallja azt, aki beleesik.

KEVÉLYSÉG

A kevélység már a komolyabb, bár egyre ritkább bűnök közé tartozik. Olyan cégek maraszthalatók el benne, amelyek méltóságon alulinak tartják a kulturális kérések elbírálásnak rendszerszerű kialakítását, a kultúra nem támogatásának időről időre való végiggondolását, még akkor is, ha ez egyenesen következik a cég bevált filozófiájából, s ha társadalmi értelemben felelős cégről van szó, csak a jótékonyág más területein jeleskedik. Ez azonban nem ok arra, hogy ne mérlegelje a kultúra és üzlet összekapcsolásának egyéb területeit — a dolgozói kreativitás növelése, az emberibb környezet kialakítása, a dolgozók öntudatának, a céghez való kötődés növelése érdekében.

RESTSÉG

A kultúrával kapcsolatos restség elterjedt bűn a magyar business világában. Sok cég rest végiggondolni, mit hozhat nekik a kultúra. Restek végiggondolni, hogy miért nem kezdenek valamit a kultúrával, ha olykor mégis támogatnak egy-egy projektet, akkor nem gondolják végig, hogy miért, azon kívül, hogy a vezér unokatestvérének volt katonatársa az illető. Ha

pedig a kultúra a fő támogatási irány, nem szervezik a támogatást átlátható, világos rendszerré, nem követik a „legkisebb csalódás” termékeny elvét, amely a honlapról leolvasható módon bátorítja az esélyeseket, eltántorítja az esélyteleneket. Szerencsére egyre több ellenpélda is akad. A restség egyáltalán nem divatos bűn.

HARAG

Ez a bűn is eltűnőben van Magyarországon. Ma már egyre kevesebb vezető haragszik a kérelmező kulturális szervezetekre. A harag egyre inkább azokra irányul, akik nem tartják be szerződéses kötelezettségeiket. A támogató és támogatott partnerek egy társadalmi folyamatban, érdekeik mentén. A harag, mint általában, itt is rossz tanácsadó. A köteleességek megszegése a nehezen megszerzett támogatók gyors elvesztésével jár. Kevés kulturális szervezet kockáztatja ezt. A kevés eset viszont igen nagy nyilvánosságot kap.

FÖSVÉNYSÉG

Elterjedt magyar főbűn, mely abban a szűk sávban virágzik, ahol már a megállapodásig jutottak a felek. Azért tenyészhet ilyen buján, mert a kulturális szervezetek lassan tanulják az egyenlő partnerséget, mert az elmúlt évtizedben nagyrészt az önkizsákmányolás erényét (bűnét?) gyakorolták, és valóságos árán alul is hajlandók portékáikat eladni. Pedig az üzleti érdek jó hatásokkal való érvényesülésének vannak olyan eszközei is, amelyek egy „win-win” típusú játszma részei: olyat kérni például, ami nem kerül pénzébe a kulturális szervezetnek, mégis értéket jelent a business oldalnak. De ez már az erények terepe, és az egy másik előadás témája...

FALÁNKSÁG

A faláncság is elterjedt magyar bűn, bár szempontunkból talán nem annyira súlyos dolog. Két értelemben is beszélhetünk ilyesmiről: ha

egy cég túl sokat akar markolni, túl sok projekt-be fog, tegyük fel, méltó módon, de mégis telítődik, egyik évről a másikra „elmegy az étvágya”. Márpedig a kultúrának kiszámítható, legalább közép távú partnerekre lenne szüksége. Ahol van idő a partnerek alapos kiismeréséhez, a cég érdekeinek mélyebb megértéséhez, az ahhoz való kreatív viszonyuláshoz. A másik értelemben vett falánkság az, ha egy-egy projekten belül túl sok mindent kér pénzért a cég, amely értelmetlenül köti le a kulturális szervezet erőforrásait. Mint a gazdag kisgyerek, aki megveti az új babát, de aztán nem játszik vele.

PARÁZNASÁG

Egy kevésbé elterjedt bűnfajta, legalábbis szempontunkból nézve. Olyan cégek marasztalhatók el ebben a bűnben, amelyek össze-össze támogatnak mindenféle egymáshoz nem illő dolgot. Ami az adott keret felhasználásának kevésbé bölcs módja, mert nem hozhat optimális eredményt. Leköti saját adminisztratív erőforrásait, mert az ilyen cégek felé indul meg aztán a kérelmek arzenálja. De összezavarja a kulturális életet is, mert a szervezetek nyakló nélkül pályáznak — leköti az ő erőforrásait is, és a sok ezer értelmetlen pályázat végül is negatív érzületet vált ki a cég iránt.

VÉGÜLIS MI A JÓ A KULTÚRA TÁMOGATÁSÁBAN?

A CSR, a Corporate Social Responsibility eszméje prérítűzként söpört végig a civilizált világon. Ez egy nagyon nagy területre vonatkozik, végtelenül nagy anyagi igényekkel, összefügg a kisebb állam kérdésével. A kultúra támogatásával egész egyszerűen több személyes öröm és több jóézés járul, a cég vezetői és dolgozói számára egyaránt. De ne feledjük, hogy a kultúra támogatását világszerte prédi-

káló szervezetek elsősorban nem az állatvédők vagy szociális céloktól kívánják a támogatásokat elszipkázni, hanem az egész jótékonyági/szponzorálási torta növelésében reménykednek.

A HÉT FŐ ERÉNY

Mint ismeretes, a katolikus hagyomány nem csak a gonosz dolgokban utazik, ismeri a hét fő erényt is, bár érdekes módon, ezekről sokkal kevesebb szó esik. (Talán kevésbé elterjedtek?) Ezek a következők:

Nagylelkűség
Szerénység
Szorgalom
Megértés
Bőkezűség
Mértéktartás
Hűség.

LEHET A KULTÚRÁT JÓL IS TÁMOGATNI?

Hogyne. Tele vagyok jó történetekkel, jó példákkal, külföldről és belföldről egyaránt. Csak egyet mondok. Március 1-jén a londoni Barbican Centerben több mint ezer ember ünnepelte a hagyományos, már 28. alkalommal megrendezett Arts&Business díjkiosztó gálán az egyik díjazott céget, melynek neve Rolls-Royce. Nem fogják elhinni, hogy miért tüntették ki a céget. Egy ismert szobrász rendszeres foglalkozást tartott a cég autószerelő inasainak, hogy az autógyártás folyamán keletkező fémhulladékból plastikákat készítsenek. Mert fontos nekik a kreativitás. Így egyszerre adtak munkát egy művésznek, és képezték saját jövőendő munkaerejüket.

Ha más pozitív példákat szeretnének hallani, vagy tanácsra van szükségük, forduljanak kicsiny cégünkhöz. Mert non-profit alapon működünk, de mi is a bevételekből élünk.

