

nyilatkozta *Jan Willem Loot* úr. A *Concertgebouw* hangversenyein nem próbálkoznak zenei szendvicsekbe csomagolni korszakokat és műfajokat, inkább körültekintőbb számvetést készítenek. Természetesen lehetőség van arra, hogy valakik csak Beethovent, Brahmsot hallgasson, de azért sokkal többet kell fizetni. Tudni kell azt is, hogy a sorozatkonzertekre szinte nem is kell marketing (kivéve természetesen a kortárs zenei bérleteket). Az intézménynek fantasztikus közönsége van: a teljes szezonra, már 18 hónappal korábban tizennégyezer bérletet adnak el. S ha figyelembe vesszük, hogy a *Concertgebouw* a világ legzsúfoltabb hangversenytérme, ahol két teremben évenként 800 hangversenyt tartanak, ez meglehetősen jó anyagi biztonságot jelenthet.

- A koncertlátogató közönség megtartásában és gyarapításában három elemnek kell párhuzamosan érvényesülnie. Egyrészt szokásokat kell kialakítani, amelyekben biztonsággal igazodhatnak el a látogatók. Másrészt törekedni kell újabb szokások létrehozására, valamint számolni kell azzal, hogy a szokások változhatnak. A piaci szükségletnek megfelelően három-négy évre előre kell eseményeket szervezni, idejekorán bérleteket meghirdetni.
- Alkalmat kell teremteni a közönség bővítésére – kellenek ingyenes rendezvények, nyitott próbák, ebédrel egybekötött koncertek.

• Helyet kell hagyni a rövid távú reakcióknak, amelyek segítik a szokásváltozásokra történő kellően gyors reagálást.

Az arányokat tekintve figyelemreméltó a *Royal Festival Hall* kimutatása, amely szerint évente 1000 fizető és 400 díjtalan bemutató várja az érdeklődőket.

Jegyeladás is felsőfokon

S ha adott az átgondolt, minden lehetséges szempontot figyelembe vevő műsor, még mindig nem megoldott, hogyan lehet a jegyvásárlási kedvet fokozni. Ebben a kérdésben *Karsten Witt* szolgált ötletekkel, akinek Bécsben sikerült bőven megdupláznia hangversenyeinek számát. A Művészetek Palotájának helyzetével kapcsolatban elmondta, hogy tapasztalatai szerint minden új helyszín újabb közönségépítési folyamatokat igényel. Több tényező is meggyorsíthatja a folyamatot:

Ha olyan hangversenytéréről van szó, amelynek saját zenekara is van, ez a munka eredményesebb lehet. (Ennek egyéb szakmai előnye is van: csúcsmínőségű zenekar egyik feltétele, hogy ott próbáljon, ahol koncertezik.) PR-hatékonyágát különösen erősíti, ha azt nem teremigazgató, hanem a zenekari menedzser irányítja – ám sajnos ez a ritkább. Jobban funkcionálnak az integrált művészeti központok is, ahol színház és kiállítóterem gazdagítja a kínálatot. Sokat számít, hogy egy-egy ilyen intézménynek milyen a művészeti-

gazdasági irányítása. Az elmúlt időszak alapvető tanulsága, hogy nem magát az intézményt, hanem a kínálatot kell hirdetni. S ahogy arra már *Jan Willem Loot* is utalt a bérletek, sorozatok kelendőségével kapcsolatban, *Karsten Witt* tapasztalatai szerint az emberek csomagban, projektekre sokkal könnyebben megveszik mondjuk a fesztiválokra szóló jegyeket, mintha csak célirányosan a koncerteket ajánlanák.

Hosszas kísérletezés után lehetőséget teremtett arra is, hogy módosított körülmények között vásárolhassanak jegyeket az érdeklődők. Figyelembe véve az élet dinamikus változását, a szokványosan nyitva tartó pénztárak mellett néhány helyen kora reggel és késő este is árulnak jegyeket. Ezeket a helyszíneket a tömegközlekedést figyelembe véve jelölték ki, azokon a pontokon, ahol tömegesen fordulnak meg a korán munkába igyekvő és későn hazatartó emberek.

A lényeg, hogy minden évben történjék egy új kezdeményezés, hiszen nem lehetetlen akár 1–20%-kal is növelni a látogatottságot. Igaz, hogy nem a pénztáraknál kell elkezdni, de ha egyébként minden rendben van, még ott is el lehet érni eredményeket. Étvágygerjesztő programokkal kell a közönséget „levenni a lábáról”, majd megkönnyíteni az útját a különleges muzsikáktól roskadozó „asztalig”. Ez a legfontosabb és ez az, amiben tenni tudnak azok (és csak azok), akik a zenei kínálatot biztosítják.

Tóth Anna

...még arra is vigyázni kell, nehogy kortárs művet beletegyünk a programba. Ebben az esetben ugyanis a bevétel 9%-át kell befizetni, ami irrealisan sok....

Mi kell a közönségnek?

Beszélgetés Jakobi Lászlóval, aki 1993 óta foglalkozik hangverseny-rendezéssel és a mind a mai napig talpon maradt két magán koncertrendező cég egyikének élén fontos szereplője hangverseny-életünknek.

– *Amióta Ön ezzel foglalkozik, érzett-e valamilyen elmozdulást a közönség részéről? Hogy mire mennek szívesen vagy kevésbé szívesen, kellett-e profilt, koncepciót váltania?*

– *Kellett természetesen profilt módosí-*

tani, de azt az alapelvemet, hogy a kama-
razenét, a kisebb létszámú együttesek pro-
dukcióit népszerűsítem, nem adtam fel.
Annak ellenére, hogy egy vonósnegyes,
dal- vagy szonátaestet sokkal nehezebb el-
adni, mint egy zenekari hangversenyt.

– *Nem gondolt arra, hogy kicsit „köny-
nyít” a műfajon a nagyobb publikum ér-
dekében?*

– *Műfajban nem vagyok hajlandó
megalkudni. Nem rendezek olyan kon-*

certeket, ami teljesen eltávolodik a komolyzenétől, mert az nem szívügyem. És miután maga a hangversenyrendezés amúgy sem nyereséges, csak azzal foglalkozom, amit igazán szeretek. Becsülöm természetesen a többi műfajt is, csak éppen én magam nem szeretnék mást rendezni.

Tudom, hogy a közönség szereti az átiratokat; a klasszikus művek rockosított-poposított változatait. De nem hiszem, hogy ezek közelebb hozzák az embereket a komolyzenéhez. Nem az történik ugyanis, hogy mondjuk egy feldolgozás után megkeresik és meghallgatják az eredetit, sőt vannak olyanok is, akik azt hiszik, hogy az „igazit” hallották. A végeredmény, hogy nem ismerik meg az eredeti műveket. Azt hiszem, hogy még a Három Tenor óriási sikerű koncertjei sem elsősorban újabb komolyzene-híveket szereztek; bár nagyon sokan hallották a sorozat egy vagy több rendezvényét, de aki addig nem járt vonósnegyes-hangversenyre, azután sem jött el. És ugyan sokak szerint csak jó zene és rossz zene van, amivel én is egyetértek, én azt szeretném, ha a hagyományos, „régimódi” komolyzene meg tudna maradni a koncertlátogatók számára.

– *Vannak-e munkakapcsolatai a szimfonikus zenekarokkal is? Ha igen, milyen arányban?*

– Nagyzenekarokkal csak egészen különleges helyzetben kerülök kapcsolatba, hiszen a zenekarok többsége maga rendezi hangversenyeit. Előfordult azonban nálam a Nemzeti Filharmonikusok, a Rádiózenekar, sőt a Londoni Filharmónia Zenekar is.

– *Mennyire népszerűek, keresettek a zenekari estek összehasonlítva az egyéb hangversenyekkel?*

– A zenekari estek látogatottak, hiszen minden zenekarnak megvan a maga törzsközönsége. Ezért is tartom nagyon fontosnak szerepüket a zenei életben, még esetleg ilyen nagy számban is, hiszen olyan hallgatóságot tudnak megmozgatni, akik más koncertre nem biztos, hogy eljárnának.

– *Van-e rálátása arra, hogy mi az, ami jobban vonzza a látogatókat? Milyen ötletekkel lehet gyarapítani a nézők számát? Valahogy úgy, ahogy az Önök csa-*



ládi hangversenyein azt megtapasztalhatjuk.

– Ma már szinte minden zenekar rendez olyan hangversenyeket, melyeknek célja, hogy fiatalokat megnyerjenek a műfaj számára. Ez teljesen kézenfekvő ötlet, hiszen mindenki érzi ennek sürgető szükségességét. Az a sorozat, amelyet idén rendeztünk a családok számára azért különleges, mert a főszereplő a nagyon népszerű Amadinda együttes. Ők a hagyományostól eltérő oldalról közelítik meg a komolyzenét, egészen különleges, érdekes hangszerparkkal, ami vonzó a 6–10–14 éves korosztály számára is. Látványban is sok minden történik a színpadon.

– *A hagyományosan megrendezett farsangi koncertek, amelyek kicsit interaktívak szoktak lenni, hoztak-e közönséget a „konyhára”? Lemérhető-e ez egyáltalán?*

– Végül is mérhető, ugyanis címlistával dolgozunk. Az elmúlt tíz év alatt mintegy húszezer név gyűlt össze és azokból válogatva mindig megtaláljuk, hogy egy-egy koncertre honnan lehet „meríteni”, kikkel lehet megtölteni a termet. A farsangi koncertek közönsége gyerekekből és szüleikből áll. Ezekon a hangversenyeken nem adtunk jelentkezési lapokat. Nem akartuk, hogy bármilyen nyomás, kényszer érzete elvegye a kedvüket a dologtól. Ennek ellenére most már kiderült, hogy több száz jelentkező is megjelölt a későbbiekben azt, hogy részt vett a koncerteken.

Ezek nagyon népszerű rendezvények, jók a visszajelzések. Az Amadinda-sorozaton például mindig telt ház van úgy, hogy csak a fele kelt el bérletben, a többiek jegyet vettek. Ez azt jelenti, hogy sokkal többen vesznek részt legalább egy ilyen hangversenyen, mintha bérletben adtunk volna el minden helyet. Vonzó az is, hogy a jeggyel a koncert napján ingyen lehet az Állatkertbe menni – kicsit összekapcsoltuk a kellemest a hasznossal. A farsangi koncertek pedig a Magyar Villamos Művek támogatásával teljesen díjtalanok, amit szeretnek, várnak minden esztendőben. Idén pedig új sorozatot indítunk: ismerkedés a hangszerekkel.

– *Minden feladat Önre hárul? A szponzorok felkutatásától kezdve az ötletek kitalálásán keresztül azok megvalósításáig?*

– A rendező-producernek ez a feladata. Kitalálja, hogy milyen hangversenyek legyenek és meg kell ezeknek teremteni az anyagi háttérét is. Mivel egy személyben végzem a munkát, így a közönséget is én toborozom a hangversenyekre. A munka jelentős része a marketing tevékenység. Nagyon fontos, hogy a közönség tudjon a hangversenyekről, hogy az információk eljussanak hozzájuk. Egyébként más szakma a rendező és más a produceré. Ha felkérnek valamilyen munkára, rögtön megkérdezem: arra gondoltak, hogy megrendezzem, tehát a felkérőtől én kapok tiszteletdíjat, vagy producerként gondoltak rám, vagyis nekem kellene a koncert anyagi feltételeit megteremteni. Bizonyos esetekben ugyanis vállalom, bizonyos esetekben pedig nem.

– *Volt-e olyan kényszer az elmúlt több mint tíz év alatt, hogy új helyszíneket kellett bekapcsolni a koncertrendezés során? Miként vélekedik a jelenlegi helyzetről, ami a helyszíneket illeti, Sok? Kevés? Éppen elég? Kellene más jellegű is, vagy jók azok, amik vannak?*

– Számomra ideális megoldás a Zeneakadémia, mert kamarazenére és szólókoncertekre specializálódtam és arra ez a legalkalmasabb helyszín. Az utóbbi időben a legnagyobb sztárokkal dolgozom és ők is legszívesebben itt lépnek fel. A közönség – úgy látom – a terem miatt is jön estjeinkre. Volt egy olyan alkalom, amikor minden jegy elfogyott elővételben

és arra gondoltunk, hogy a Vörösmarty téren egy nappal korábban megrendezzük még egyszer ugyanazt a koncertet. Még két hét volt hátra, volt tehát időnk mindenre. Az ITD dísztermét választottuk – kifejezetten kellemes terem, ahová éppen befért volna az a kétszáz ember, akit el kellett küldenünk a Zeneakadémiáról. Négyen hallgatták meg ugyanazt a produkciót, amit egy nappal később ezerkétszázan a Zeneakadémián. A közönséget tehát a zene mellett a helyszín is vonzza (vagy taszítja). Fontos tehát, hogy mit játszanak, fontos, hogy ki játszik és fontos, hogy mindez hol történik.

– *Mennyivel vált könnyebbé vagy éppen nehezebbé a helyzete producerként ez alatt a 12 év alatt? 1993 is nehéz időszak volt – jobban odafordultak-e azóta a komolyzene felé azok, akiktől anyagi segítség várható?*

– Nem volt könnyű már az elején sem, de én szerencsésnek tudhatom magam. Nagyon komoly szponzorok álltak mellém, de az a baj, hogy mindig épphogy nem elég az a pénz, amivel gazdálkodhatok. Tudom, hogy bennem van a hiba, de ha 80 ezer Ft-om van, akkor egy százezer forintba kerülő produkciót hozok létre, ha 800 ezer, akkor egymillióst, ha 8 millió, akkor egy tízmillióst, és így tovább. Valószínűleg ezért is születnek meg nagyon jelentős produkciók, nemcsak az én, de mások rendezésében is. Az ember mindig jobbat és többet szeretne megvalósítani az álmaiból.

Nem is az a legnagyobb probléma, hogy nincs elég pénz a komolyzenére, bár ez sem elhanyagolható. A legnagyobb baj, hogy nem születnek olyan döntések, amelyek révén könnyebbé válna a munkánk. Ez nem kerülne semmibe, csak egy határozatba, hogy egy hangversenyrendezőnek mondjuk az elszámolásnál ne olyan dolgokkal kelljen foglalkozni, aminek semmi értelme sincs. Produkciónként hat-nyolc illet végigcsinálni; hogy egy példával illusztráljam: olyan banki bizonylatot szerezni egy közel egy évvel ezelőtt megrendezett koncertre érvényesítve, hogy a pénzt visszafizetem, ha nem kerül sor a hangversenyre (ami egy évvel korábban már megvolt), több mint felesleges butaság. Sok ilyen abszurd helyzet adódik.

És ha legalább nincs elég pénz, a meglévőt engednék úgy felhasználni,

hogy ne kelljen súlyos összegeket csak az elszámolás elkészítésére költeni; ennél optimálisabb arányban lehetne magára a lényegre fordítani.

– *Ez nem javult semmit?*

– Semmivel sem jobb, pedig leírtam, elküldtem államtitkártól miniszterig bezárólag, de nem változott semmi. Nem hinném, hogy fontosnak tartanak a hangversenyrendezést a magyar kulturális életben, hiszen annyi más gond is van. A legrosszabb azonban az, hogy a gyerekeket egyre kevésbé érdekli – a számítógépek árnyékában közelébe nem kerülnek, mondjuk egy vonósnégyes-koncertnek. Erőltetni pedig nem érdemes. Szeretnék azonban kapcsolódási pontokat keresni a kultúrához általában, ami talán jobban megmozgatja a legfiatalabb korosztályt is. Könyvek, mozi, színház, kiállítások, sport, számítógépes játékok és más területek bevonásával, rockkoncerteket is látogatva kísérelném a közönség bővítését. Sine Morbo tízpróba (ép testben ép lélek) elnevezéssel indítok el egy új akciót.

– *Tervezne-e változtatásokat is eddigi működéséhez képest, már ami a felnőtt, az Ön által korábban megcélzott korosztályt, nézői kört illeti?*

– Inkább maradnék az eddigi, jól bevált vonalon. Volt egy összejövétel a főváros kulturális ügyvezetésével, hogy ha Budapest kulturális főváros lesz, milyen új dolgokkal lehetne készülni. Sok új javaslat, kezdeményezés hangzott el, hallgattam is több órán keresztül. Én azonban azt mondtam, hogy meg kellene őrizni azokat, amik vannak. Sok olyan kezdeményezés van ugyanis, amelynek nincs elég támogatása. Budapestnek alapvetően jó zenei élete van.

– *Mik azok a nagyobb események, amelyek most a Jakobi Koncert naptárjában, vagy elképzeléseiben szerepelnek?*

– A nagy tervünk az volt, hogy idehozuk a világ nagy zenekarait. Több évi munkával szerveztük le a Bécsi, a Berlieni, a New York-i, a Londoni Filharmonikusok, a Concertgebouw és sok más híres együttes koncertjeit, óriási évadot teremtve az új hangversenyterem megnyitására, de ezt elvetették. Lehet, hogy egyébként is lesz egy ehhez hasonló évad, de azt hi-

szem, hogy mi olcsóbban tudtuk volna megrendezni bárki másnál, és rengeteg munkát fektettünk volna bele Strém Kálmánnal együtt. Sajnos a magánhangversenyrendezés nem igazán vonzó a döntéshozók számára.

Én továbbra is szólókoncertekkel, kamarazenével, legfeljebb kamarazenekarokkal fogok foglalkozni. Az „A Zongora” mintájára lesz „A Hárfa” és más hangszer-főszereplős sorozat is. A Zeneakadémiára tervezem, de időközben igénybe kell majd venni az új koncerttermet is, hiszen a Zeneakadémiát belátható időn belül felújítják, és évekre nem lehet leállni a hangverseny-rendezéssel. De ezek a koncertek a Zeneakadémiára való, még azt sem könnyű megtölteni. Amikor itt volt Kawakos és a Nemzeti Filharmonikusokkal játszott a Brahms Hegedűversenyét, pillanatokon belül minden jegy elment. Amikor Nagy Péterrel adott szonátaestet, nagyon meg kellett küzdeni a jó házért. De folytatni szeretném a gyerekprogramot, ami nonprofit vállalkozás.

A legfurcsább a mi szakmánkban az, hogy magánhangverseny-rendezőként nonprofit rendezvényekkel foglalkozunk, miközben úgy tekintenek ránk, ebben az esetben is, mint profit orientált vállalkozásra.

Arról nem is szólva, hogy amikor ilyen nehéz helyzetben van a zenei élet, ennyire nincs pénz semmire, még arra is vigyázni kell, nehogy kortárs művet beletegyünk a programba. Ebben az esetben ugyanis a bevétel 9%-át kell befizetni, ami irreálisan sok. Javasoltam, hogy lehessen egy éves pausz fizetni (nem keveset, hiszen legalább egymillió forintról volt szó), hogy ne kelljen például egy vidéki templomi koncert programjából a még jogdíjas Ravel művét kihagyni. Nem lehetett. És mivel ritkán játszanak kortárs műveket, a közönség azokat kevésbé ismeri. Pillanatnyilag úgy néz ki, hogy aki kortárs művet helyez el a programjában, annak többet kell dolgoznia a közönség szervezésekor, kevesebb lesz a bevétel, a végén pedig még közel 10% „büntetést” is kell fizetnie. Ez egy eleve veszteséges vállalkozás esetén nem működik. Óriási fényűzés, rossz kilátásokkal a jövő felé. Én amúgy is borúlátó vagyok, ami a közönséget, annak esetleges gyarapodását illeti, de természetesen mindent elkövetek, hogy ne így legyen.

Tóth Anna