

„KOLOZSVÁR AZ UTÓBBI ÉVEKBEN ROMÁNIA LEGNAGYOBB KONCERTKÖZPONTJÁVÁ NÖTTE KI MAGÁT”

Interjú Sánta Levente koncertszervezővel

Sánta Levente a Backstage Production szervezőiroda tulajdonosa, már több mint 20 éve folyamatosan koncerteket és fesztiválokat szervez. Behatóan ismeri a szórakoztatóipart, a hazai piacot és a közönséget. Cégvezetőként túlélte a járvány időszakát, amely sok céget csődbe juttatott az iparágban. De nem csupán rendezvényszervező, hanem érti és átéli a zenét, a közönség hangulatát és igényeit.

■ – *Hogyan kerültél kapcsolatba a zenei rendezvények szervezésével, melyek voltak az első tapasztalataid?*

Mindig is vonzott a zene és a színpad, már középiskolás koromban ösztönösen éreztem, hogy ezzel szeretnék foglalkozni. Persze, akkor még nem voltak konkrét elképzeléseim arról, hogy milyen minőségben leszek közel a színpad világához, csak később jöttem rá, hogy koncertek és fesztiválok szervezésével, zenekarok menedzselésével szeretnék foglalkozni. Egyetemistaként is közel voltam ehhez a világhoz, 1996-ban szerveztem az első koncertemet a KMDSZ-diáknapokon: a Takács Tamás Dirty Blues Band lépett fel, és kétezer diák bulizott hajnalig.

Óriási élmény volt, ami elemi hatással volt rám, és éreztem, nem fogok tudni elszakadni a koncertek világától, mert ezt a világot szeretem a legjobban, ez az én utam. Ezt követte a Music Pub-os időszak: öt éven keresztül ügyvezetője voltam a legendás kolozsvári kultúr kocsmának. Azóta több ezer koncertet szerveztem, 2001-től gyakorlatilag folyamatosan ezzel is foglalkozom. Közben zenekart is menedzseltem, a



**Bár a rendezvény-
szervező cégek egy
része eltűnt a piacról,
mégis 2023-ban
a rendezvények száma
megsokszorozódott...**

Music Pub tulajdonosa, Bartha Ernő által felfedezett moldáv Zece Prăjini faluból származó Fanfara Shavale zenekarral jártuk a világot tíz éven keresztül.

A Kolozsvári Magyar Napok szervezőcsapatához 2011-ben csatlakoztam Gergely Balázs meghívására. Tíz éven keresztül fesztiváligazgatóként, majd koncertszervezőként vettem részt a KMN szervezésében, ezzel párhuzamosan, 2015-ben pedig beindítottam a Backstage Production céget, amely révén az újonnan épült BT Arénában kezdtünk koncerteket szervezni.

– Milyen adottságokkal rendelkezik Kolozsvár a koncertszervezés szempontjából?

Kolozsvár az utóbbi években Románia legnagyobb koncertközpontjává nőtte ki magát. Nagy előnyünk az, hogy egyelőre még a fővárosban sincs nagy kapacitású, tízezer férőhely feletti beltéri koncertlehetőség. Kolozsváron 2015-ben adták át a tízezres kapacitású BT Arénát, ahol beltéri körülmények között, időjárástól függetlenül, az országban a legnagyobb létszámú közönségnek lehet koncerteket szervezni. Ez a kapacitás lehetővé teszi, hogy fedezni tudjuk a jegyárakból a költségeket, továbbá szponzorokat is be tudunk vonni, így komolyabb nevek is fel tudunk vonultatni. A koncertcsarnokok befogadóképessége szempontjából Kolozsvár az európai középmezőnyben helyezkedik el: Magyarország előttünk jár, a Papp László Sportaréna 14 ezres, az újonnan átadott MVM Dome pedig 20 ezer férőhelyet tud biztosítani.

– Milyen koncerteket szervezett eddig a Backstage Production cég?

Jelenleg a Diszkó 80 koncertsorozat a cég legnépszerűbb rendezvénye, amelyre már hatodik alkalommal hívjuk meg az 1980-as évek legismertebb előadóit. Meghívottjaink voltak többek között olyan nagy nevek, mint a Ricchi e Poveri, a Modern Talking és Thomas Anders, a Boney M, Sandra vagy az Alphaville. Idén ősszel a Diszkó 90 rendezvényt is meg fogjuk szervezni a 90-es évek népszerű előadóival. Ezenkívül a BT Arénában számos koncertet szervez-



tünk nemzetközi hírességek közreműködésével: tavaly volt a Sting-koncert és a HAVASI Symphonic Concert Show, korábban a Deep Purple és Bryan Adams voltak az előadók között. Sikeres projektünk volt még a 2017-ben megszervezett *Rock határok nélkül* elnevezésű koncert (az Edda és a Holograf ugyanazon az estén léptek fel), amelyen a kolozsvári magyar és román közönséget próbáltuk közelebb hozni egymáshoz.

– *Milyen zenekarokat hívtok meg egy sportcsarnokos rendezvényre, és honnan érkezik a közönség?*

Olyan zenekarokat hívunk meg, amelyek minimum 7500 nézőt jegyvásárlásra ösztönöznek, legtöbbször ez a nullszaldó. Sokkal több koncertet szeretnénk szervezni, de sajnos a jegyvásárló közönségünk limitált, ezért azokat a zenekarokat célozzuk meg, amelyekre az ország minden tájáról érkeznek nézők. Tapasztalatunk a korábbi évekből, hogy a közönség 50-60%-a nem kolozsvári, hanem más városokból érkezik. Elsősorban az erdélyi városokból jönnek, de távolabbi megyékből is, akár százával. Egy telt házas sportcsarnokos rendezvényre általában 5-6 ezer néző érkezik az országból. A külföldi közönség aránya nem számottevő, az egyestés rendezvényekre kevés külföldi utazik el Kolozsvárra.

– *Milyen elgondolásból hoztad létre a Diszkó 80 sorozatot, mi volt az elképzelés mögötte?*

Az 1980-as, sőt még az 1990-es években sem jártak neves külföldi előadók Erdélyben vagy akár Romániában. Bukarestben a 2000-es évek elején kezdtek el világsztárok zenélni, ezeknek a koncerteknek egy része pedig veszteséges volt, sok hullámvölgyet élt meg a hazai fesztiválipar, mondhatni, hogy Románia közel 20 év késéssel lépett be a koncertszervezés körébe.

A Diszkó 80 lényege az, hogy olyan előadókat hívunk meg, akiknek a koncertjein a 60-as, 70-es években született generációk nem lehettek ott. Egész estés bulit szervezünk 5-6 meghívott sztárral, amelynek a legfontosabb eleme a nosztalgia, ami ezekhez az előadókhoz, dalokhoz társítható. Manapság nagy sikere van a hasonló rendezvényeknek egész Európában, a középkorúak szeretik újra megélni a fiatal éveiket. Szerintem az 1970-es és 1980-as évek zenéit már nem múlhatja felül semmi; a jelenkor előadói nehezen tudnak versenyezni azzal a dallamvilággal, gazdagsággal, amit az említett évtizedek adtak a zenei világnak.

– *A fiataloknak tetszik az 1980-as évek zenéje, eljönnek a nosztalgiapartikra?*

Nagyon sok fiatal jön el ezekre a koncertekre. Az átlagéletkor persze 45–55 év (a közönség 70%-a ebbe a korcsoportba tartozik), de jelen van több száz fiatalabb néző is. A fiatalok nyitottak az évtizedekkel ezelőtti slágerekre, jelenleg trendi is lett 30-40 éves slágereket feldolgozni.

– *Hogyan, milyen csatornákon kommunikáltok a közönséggel?*

A kommunikáció nagyrészt online történik, a Facebook-oldalunkon keresztül, mivel a nézőink 90%-a használja a közösségi oldalt. Ilyen módon hatékony a kommunikáció, mert a követőink is kérdezhetnek, megjegyzéseket tehetnek, visszaigazolhatják, hogy jól választottuk ki az előadókat, javasolhatnak előadókat a következő rendezvényre. A Diszkó 80 oldalon jelenleg 223 ezer követőnk van. A világvárvány előtt még csak 15 ezer ember követte az oldalt, ezek voltak

azok a személyek, akik tényleg részt vettek az első kiadásokon. A járvány alatt kezdtük promoválni azokat az előadókat, akiket szerettünk volna meghívni a későbbiekben; az emberek megnézték a klipeket, és tetszett nekik a zene, így tizenöt-szöröseire növeltük a bázisunkat. De természetesen van honlapunk, Instagram- és YouTube-csatornánk is, rádiós kampányunk és kültéri megjelenéseink is – ezek az úgynevezett passzív, egyirányú kommunikációs eszközök.

– Hogyan hatott a világjárvány a szórakoztatóiparra?

Mindenki érezte a saját bőrén, hogy mennyire bonyolult időszak volt ez, a teljes rendezvényipart bevétel hiányában csődközelbe taszította. Elég megemlíteni például a Cirque du Soleil társulatot, amely már a járvány első hónapjaiban csődöt jelentett, hiszen több ezer alkalmazott fizetését már nem tudta biztosítani. A szórakoztatóiparnak szüksége van a folyamatos bevételre, a folyamatos aktivitásra, és ez nemcsak a szervezőcégekre érvényes, hanem minden egyéb kapcsolt szolgáltatásra: termék, színpadtechnikai szolgáltatók, büfék, ruhatárak, beléptetőrendszerek, jegyértékesítési rendszerek – mindezek nélkül nem tudnánk működni. Az összes területen megérezték a járvány okozta nehézségeket, pénzt és alkalmazottakat veszített mindenki. A kis és közepes méretű rendezvényszervezők közül csak azok maradtak az iparágban, akik fanatikusan szeretik ezt a világot, és a végsőkig kitartottak.

– Mi következett a járvány után?

Bár a rendezvényszervező cégek egy része eltűnt a piacról, mégis 2023-ban a rendezvények száma megsokszorozódott, ami részben annak köszönhető, hogy számos eseményt, amely 2020–2021-ben vagy 2022 tavaszán lett volna, idén rendeznek meg.

Sajnos, amikor már fellélegezhettünk volna a járvány után, jött az infláció és az árak robbanása, ami a költségek növekedésével járt. Nőttek a jegyárak, ugyanakkor csökkent a vásárlóerő. Hamarosan mérleget vonhatunk, hogy mely cégek tudnak nyereségesek maradni ilyen körülmények között. A kis- és közepes rendezvények el fognak tűnni a piacról, mivel a nagyok tarolnak. A stadionkoncerteket például néhány óra alatt eladják Európában; nálunk ez nem jellemző, itt akár 6-7 hónap is kell, hogy eladjunk egy sportcsarnokos rendezvényt.

– Miért járnak a fiatalok fesztiválozni, milyen élményt nyújt egy fesztivál?

Egy zenei fesztivál minimum 3-4 napot tart, ez már életforma lett, hozzátartozik egy életézés, hangulat. A nagy fesztiválok általában a 16–30 éves korosztálynak szólnak, és attól sikeresek, hogy a szervezők megtalálják az egyensúlyt a zene és a hangulat megteremtése között. A zene mellett sok minden tartozik még az ilyen rendezvényekhez, maga a vidámparkszerű fesztiválközeg, ami gyakorlatilag találkozási pont a közösségek számára; a szórakozási lehetőségek, a koncertélmények, a gasztrofesztivál teljes életérezést nyújt. A romániai fesztiválokra előszeretettel járnak külföldiek is, mert alacsonyabbak a költségek, mint Nyugat-Európában.

– Hogyan változott az elmúlt évtizedekben a koncertek világa? Manapság nagyon sok a fesztivál, nagyon sok a rendezvény és a koncert, van-e még hely a piacon?

Régen sokkal kevesebb lehetőség volt, csak tévében vagy videokazettákon láthattunk nagy koncerteket: óriási hatással volt rám például az 1985-ös *Live Aid*

koncertsorozat, amelynek a bevételeit az afrikai kontinens megsegítésére használták. Akkoriban még Nyugat-Európában sem volt divat a fesztiválozás, nem volt ekkora koncertdömping. Kolozsváron még az 1990-es évek közepén is alig voltak koncertek, a régi sportcsarnok 5000 férőhelyes volt, tehát az alkalmoszerű koncertek legtöbbször veszteségesek voltak.

Valóban, manapság dömping van fesztiválokból és koncertekből világszinten. A mai fiataloknak sokkal több a szórakozási lehetőségük, az események száma tart a végtelenhez, szinte mindig van valahol koncert vagy fesztivál. Ha Kolozsvárra és környékére gondolunk, például 2013-ban is a Kolozsvári Magyar Napok (KMN) volt a legnagyobb koncerteket befogadó rendezvény a városban, utána indultak sorra a Jazz in the Park, az Electric Castle, az Untold, a torockói Double Rise és a mérai világzenei fesztivál.

– *Milyen a magyar közönség, mit szeretnek, és hogyan buliznak a kolozsvári magyarok?*

A KMN elsősorban közösségi élményt jelent, családok és baráti társaságok együtt vesznek részt a koncerteken. Számomra életre szóló élmény volt, amikor 2013-ban az *István, a király* rockopera előadásán közel 40 ezer ember töltötte meg Kolozsvár főterét és a mellékutcákat.

Egy 2015-ben készült felmérésünkből az derült ki, hogy a kolozsvári magyar közönség koncertre járó hajlama magasabb a román közönségénél, arányain felül reprezentálja magát a koncerteken. A magyarok korábban vásárolják meg a jegyeket, de érzékenyebbek a jegyárakra.

Erdélyben népszerűek lettek a Kolozsvári Magyar Napokhoz hasonló ingyenes rendezvények, mint például a Szent László Napok, Temesvári Magyar Napok, Nagybányai Magyar Napok, marosvásárhelyi Forgatag, emiatt a magyar előadókkal szervezett sportcsarnokos vagy klubkoncertek piaca gyakorlatilag tart a nullához.

– *Melyek a szervezés lépései, hogyan készítesz elő egy koncertet?*

A szervezés azzal kezdődik, hogy hónapokig kommunikálunk az előadóval vagy a menedzserével, megbeszéljük az időpontot és a fellépési feltételeket. A szerződésalkötés pillanatában felelősséget vállalunk mindenért: az utazásért, érkezésért, a megfelelő minőségű autók vagy mikrobuszok bérléséért, a szálloda kiválasztásáért, a cateringért, az öltözők kialakításáért. Az első fázisban ketten dolgozunk a szervezési-technikai előkészítéseken és a rendezvény bejelentésén, illetve négy személy a kommunikációs feladatokat látja el (grafikus, PR-os, Facebook-felelős, honlaptervező). A rendezvény napjához közeledve vonjuk be azokat az embereket, akik a szervezés egyéb területeivel foglalkoznak, például színpadtechnika, szállások, belső szállítások, öltözők berendezése, catering, önkéntesek, beléptetés stb. Egy sportcsarnokos koncerten a stábunk létszáma eléri a 200 főt is.

Az előadónak megteremtünk minden körülményt, hogy jól érezze magát a koncert előtt az öltözőben, hogy ne csupasz, steril falakat lásson, hogy legyenek kényelmes kanapék, élő növények, kávégép vagy akár dekorációk. Minden előadónak van lámpaláza, nem könnyű több ezer ember elé kiállni, és legalább egy estére megváltoztatni az életüket, katarzisélményt nyújtani. A rajongó tömegnek nagy felhajtóereje van: a taps, a rajongás, az érzések kimutatása komoly energiákat szabadít fel.

– *Mi a kihívás számodra a koncertszervezésben, miért szereted?*

Én is szeretek koncertekre járni, szeretem a zenét; az egyik legfontosabb célom az, hogy a közönség mindig kapjon katarzisélményt, amit a hétköznapiakban nem tudunk generálni, csak a művészetek révén. A zene szerintem a művészetek közül talán a legkönnyebben tudja ezt a katarzist előidézni.

A koncertkezdések után figyelem a közönséget, keresem a kapcsolódási pontokat, a tekinteteket, arcokat, próbálom átélni a hangulatukat, ettől feltöltődöm – ezért érdemes ezt csinálni. Megnyugtató látni, hogy a közönség szereti az előadót, jól érzi magát, és nagy öröm tudni, hogy ez az én munkám eredménye is.

– *Kiket szeretnél még Kolozsvárra hívni, mik a terveid?*

Az 1980-as és 1990-es évek rockzenéje áll legközelebb hozzám. Sting-koncertet szeretnék újra szervezni, mert zeneileg és emberileg is a kedvenceim közé tartozik, mindannyian szerettük a csapatból, de szeretem még például a következő előadókat: Queen & Adam Lambert, Roger Waters, Guns N' Roses, AC/DC, Aerosmith, Metallica, Iron Maiden, U2, Bruce Springsteen. Az új hullámból a kedvenceim közé tartoznak: a Coldplay, Ed Sheeran, a The Weeknd, Adele, Bruno Mars, Lady Gaga, Harry Styles és Pink.

Bízom benne, hogy a következő években egy stadionkoncert szervezését is be tudjuk vállalni az előbb említett előadók egyikével.

Számomra a koncertszervezés a legjobb dolog a világon, szerencsés vagyok, hogy a hobbim lehet a munkám, és sikeres lehetek ebben. Hálás vagyok a sorsnak, hogy ezt a pályát nézte ki nekem.

Kérdezett Gyórfy Gábor

