

2. válaszadó: Petneházy Flóra, A HOTS könnyűzenei exportiroda vezetője

A HOTS könnyűzenei exportiroda vezetésével foglalkozom, ahol fő tevékenységeim közé tartozik általánosságban edukációs programok szervezése és lebonyolítása, nemzetközi partnerkapcsolatok építése, magyar előadók külföldi piacra lépésének támogatása.

Hogyan léphet egy kiselőadó az exportpiacra?

Egy nemzetközi szinten versenyképes induló előadónak elengedhetetlen egy testre szabott exportstratégia kialakítása, ami tartalmazza a célpiac meghatározását és az építkezés lépéseit. Ideális esetben az előadónak legalább hároméves tervvel kell rendelkeznie, ami erőteljesen fókuszál a digitális jelenlétre, hogy a rendelkezésre álló büdzsét hatékonyan használhassa fel. A klasszikus B2C eszközök mellett kiemelt jelentőséggel bír a szakma elérése, amelynek kulcsa a nemzetközi showcase fesztiválokra való részvétel és kapcsolatépítés.

Mennyi esélye van egy hazai kiselőadónak (még komolyabb hazai ismertség nélkül) külföldre jutnia?

A hazai ismertség hiánya nem zárja ki a külföldi karrier lehetőségét. Számos showcase fesztivál kínál fellépési lehetőséget olyan előadónak, akik hazájukban kevésbé ismertek, de nemzetközi közegben figyelemre méltóak. Az ilyen helyzetekben a megfelelő költségvetés előteremtése jelenthet komoly kihívást. Egy stabil hazai bázissal rendelkező előadó könnyebben indíthatja el nemzetközi építkezését. A nemzetközi siker esélyeit alapvetően meghatározza a produkció egyedi zenei irányzata, a célzott piac kiválasztása, valamint a menedzsment szakmai tapasztalata.

Mennyire nyereséges egy hazai előadó exportja?

Egy előadó exportja hosszú távú befektetésnek számít. Rövid távon gyakran veszteséges, különösen kisebb előadók esetében, mivel az utazási, marketing és technikai költségek jelentős terhet jelentenek. Az első külföldi turnék inkább presztízsértékkel bírnak, és ritkán generálnak bevételt, ezért kulcsfontosságú a pénzügyek tudatos kezelése. A stratégia részeként például érdemes kitűzni, hogy a hazai koncertekből származó tiszteletdíj egy bizonyos százalékát az export tevékenység finanszírozására teszik félre.

Milyen marketing tevékenység kíséri egy előadó külföldre menetelét?

Erős online jelenlét, angol nyelven is. Szükséges egy profi EPK (electronic press kit), de eszközök tekintetében ugyanaz az eszköztár áll rendelkezésükre, mint a hazai közönségépítésnél. Nagyon fontos a helyes target megtalálása, ebben szükséges nemzetközi szakik bevonása is, akik jobban ismerik a választott célpiacot, illetve érdemes helyi PR ügynökkel együtt dolgozni.