

CSÁKI JUDIT

# Mennyi a mérhetetlen?

■ A SIEMENS KULTÚRATÁMOGATÁSA ■

**A** Siemens Nemzeti Vállalat nevét és logóját rengeteg művészeti és kulturális eseményen lehet látni: színházban, koncerten, de utcákon, tereken is. A Siemens a nagy mecénások közé tartozik. Mire és miért ad pénzt? – kérdeztem dr. Beke-Martos Gábertől, az igazgatóság tagjától, gazdasági és pénzügyi igazgatótól.

– 1997-ben hosszú távra meghatároztuk a támogatás elveit és céljait. Örömmel – s talán némi büszkeséggel – mondhatom, hogy ma is ezek alapján döntünk. A támogatás elvei a Siemens tradicionális értékeihez és innovatív szelleméhez kapcsolódnak, a célok pedig abban segítenek, hogy olyan más, fejlődő vállalkozásokat segítsünk, amelyek a mi újító szellemünket is demonstrálják. Meggyőződésünk, hogy innováció nélkül egy helyben topogna a világ.

– A megtérülés a kulturális mecenatúrában nyilván nem mérhető forintban, ezért ez aligha szempont...

– Valószínűleg igaza van, bár ellenpéldát is lehetne mondani. Úgy, ahogy például az eladásösztönzésben szokás, mi sem mérjük ezt a megtérülést. A százötven évesnél is régebbi vállalati kultúrával rendelkező Siemensnél a szociális érzékenység nem divat, hanem hagyomány. Ez az úgynevezett „good corporate citizenship”, azaz a vállalatként gyakorolt elkötelezett állampolgáriság, más szóval azok a döntések, amelyek a társadalmi problémák iránti érzékenységre épülő elkötelezettségből fakadnak. S ebbe nemcsak a kulturális mecenatúra tartozik, hanem az oktatási, a tudományos, de még a környezetvédelmi területen való aktivitás is. „Zöldtetős” programunk természetesen pénzbe kerül, és az így keletkezett többletoxigént senki nem fizeti meg nekünk, de azért a gyerekeink mégis ezt fogják beleélegetni. Tehát ilyenkor nem a közvetlen megtérülésben gondolkodunk.

– Azt hinné az ember, hogy az állam – amely a kultúrából egyre inkább kivonulni látszik – ösztönzi a nagyvállalatokat a mecénási szerepvállalásra. Ha például a Siemens – hogy egy konkrét példát mondjak – a Madách Kamara új vezetését és programját támogatja, „megköszöni-e” valamilyen formában – például adócsökkentéssel – az állam, hogy átvállaltak valamit a feladataiból?

– Az oktatás terén működik a Szakképzési Alap, a kulturális-művészeti területen egyelőre kevésbé. Ám nemcsak köszönetet nem várunk, de voltaképpen állami feladat átvállalásáról sincs szó. A Madách Kamara esetében egy változatlan formában, változatlan tartalommal működő színházat biztosan nem támogattunk volna. Egy tehetséges művész új, jó eséllyel sikeres programja mögé álltunk – saját újító szellemiségünkhöz híven vállaltuk ennek a programnak bizonyos többletköltségeit. Természetesen ismerjük az elképzeléseket, tudjuk, milyen darabokat, kikkel és kiknek tervez Mácsai Pál. S vannak „direkt” mércéink is: a partnereinknek, más-kor a dolgozóinknak és az egyetemi, főiskolai diákság számára kínált előadásainkon első kézből jön a visszajelzés.

– A még éppen zajló Tavaszi Fesztiválnak is a Siemens az egyik fő szponzora. Itt nem egyes eseményeket, műsorokat támogatnak, hanem a fesztivál egészét. Milyen szempontok alapján?

– Ha az üzleti nyelvezetet is segítségül hívhatom, elsőként azt mondanám: mindketten piacvezetők vagyunk a saját területünkön – ez alap lehet az együttműködéshez. A fesztivál előnye az is,



hogy nemcsak budapesti esemény, hanem szinte az egész országban jelen van. Fontosnak tartom, hogy sokféle művészeti ágba kínál programokat, és azokon belül is nagy a „sávszélesség”. Gondoljon csak a tánkra, ahol az idén a Carmen-bemutatótól a táncszínházon át a néptáncig terjed a kínálat, de ugyanez a bőség minden területre jellemző. Célunk – s ebben a szervezőkkel meg is állapodtunk – nem a rendezvény létrejöttének, hanem a kiemelkedő színvonalnak a biztosítása. Mi ehhez szeretnénk hozzájárulni, véleményünk szerint ugyanis az „alapellátás” nem a mi feladatunk. Fontos, hogy rangos művészeti eseménysorozat születésék abból a kezdeményezésből, amelyet politikai és egyéb hovatartozásra való tekintet nélkül ilyen széles kör támogat. Ezen belül azért konkrétan is részünk van egy-egy kivételes rendezvény létrejöttében, például Zuckermann két évvel ezelőtti meghívásában vagy a tavalyi Rostropovics-koncertben. Egyébként a támogatás közvetve sokfelé ágazik el: így a kultúrán és művészeteken kívül a turizmus felé is.

– A Siemens „főhadiszállásának” folyosóit elsőrangú fotóművészek képei díszítik. Ezeket nyilván megvásárolták, és ezen túlmenően is kiemelkedően támogatják a Mai Manó Házat, a Magyar Fotográfusok Házát.

– Igen, méghozzá a kezdetektől, azaz a Ház létrejöttétől. A magyar fotóművészet ugyanis a zenéhez hasonlóan igen sok jelentős művészt adott a világnak, de a zenétől eltérően még itthon sem ismerik őket. Emellett a fotóművészet fontos szerepet játszhat a vizuális kultúra alakításában. Ez is szép és vonzó kihívás! Ezért támogatunk ottani kiállításokat, munkatársaink között rendszeresen pályázatokat írunk ki, és bemutatjuk munkáikat; jelenleg is megtekinthető egyikük kiállítása. Máskor meghívott művészek alkotásait állítjuk ki. Díjat alapítottunk végzős hallgatóknak, akiknek anyagai a Mai Manóban láthatók. A közönség szavazatait is figyelembe vevő szakmai zsűri dönt. És talán az is érdekes, hogy dolgozóink a munkahelyi belépőjükkel ingyen látogathatják a Mai Manó Házat.

– Biztosan tudja, hogy mindazon művészeti vagy kulturális vállalkozások, amelyeknek pénzre van szükségük – és melyeknek ne lenne? –, nagy becsben tartanak egy-egy olyan listát, amely a szponzorálásra hajlandó cégek hozzáférhetőségét teszi közzé. Nyilván önöket is sokan keresik. Kik döntenek, és hogyan mérlegelik a kéréseket?

– A Siemensnél az ilyen ügyekről – éppúgy, mint a vállalat stratégiai kérdéseiről – a magyarországi legfelsőbb grémium dönt. De van egy ezzel foglalkozó csapat, amely olyan szakemberekből áll, akiknek adunk a véleményére, és akik meg tudnak kérdezni más hozzáértőket. Így lehet érvényesíteni azt, hogy a sokszínűség és a rétegzett kommunikáción túl minden ilyen döntés ugyanazt a hitvallást, ugyanazt az egész vállalatot jellemző szemléletet tükrözze: egy több mint százötven éves, globális vállalkozás értékrendjét és annak a partnereket, az ügyfeleket, a környezetünket megbecsülő magatartását.