



# **PROART**

## ZENEIPARI JELENTÉS

# **2016**

Tények és számok  
a könnyűzene világából

(kivonat)

2015 után idén második alkalommal készítettük el a hazai zeneiparról szóló, kutatáson, elemzésen alapuló iparági jelentésünket, melynek legfontosabb célja, hogy bemutassa, keretbe foglalja, számszerűsítse ezt a sokszereplős, izgalmas iparágot.

A jelentés a sokszínű zeneművészetben és az erre épülő iparági folyamatokon belül a könnyűzenével foglalkozik, a 2015. évi iparági trendekről, volumenekről, hangsúlyokról és folyamatokról ad átfogó képet. Reprezentatív felmérést készítettünk a lakosság zenehallgatási szokásairól; széles körben felmértük a hazai zenei szerzők, előadók tevékenységét és a zeneoktatást; a munka során továbbá hatvannál is több mélyinterjút készítettük a zeneipar szereplőivel. A rendelkezésre álló adatokat, információkat és tanulmányokat összegyűjtöttük és elemeztük.

## 1. A ZENEIPAR SZÁMOKBAN

A zeneipar bevételei több módszerrel is meghatározhatóak, ezek egy része pontos adatokon, más része – kutatásokkal alátámasztott – becsléseken alapul. A magyar zeneipar 2015-ös bevételei az alábbiak szerint alakultak:

- **HANGFELVÉTELEK ÁLTAL TERMELT BEVÉTELEK**      **18,5 MILLIÁRD FORINT,**
- **ÉLŐZENEI BEVÉTELEK (FESZTIVÁLOK ÉS KONCERTEK)**      **33 MILLIÁRD FORINT.**

Míg a hangfelvételek termelte bevételről egzakt adatok állnak rendelkezésre, az élőzenei bevételekről ez nem mondható el, ezért ebben az esetben a statisztikai adatokat – részben reprezentatív lakossági felmérésen alapuló – kutatási adatokkal egészítettük ki, azok segítségével pontosítottuk.

## 2. A HANGFELVÉTELEK ÁLTAL TERMELT BEVÉTELEK

A MAGYAR HANGFELVÉTEL-IPARÁG 15 ÉVES CSÖKKENÉST KÖVETŐEN **KÉT ÉVE NÖVEKSZIK**, 2015-BEN 18,5 MILLIÁRD FORINTOT REALIZÁLT.

Korábban sokszor a hanglemezipparral azonosították a zeneipart, mára azonban a hangfelvételek felhasználásából befolyt bevétel a zeneipar teljes bevételi struktúrájában kisebb arányt képvisel.

A fizikai értékesítés bevétele 2015-ben az előző évhez képest 20%-kal csökkent, míg a digitális bevételek értéke majdnem 40%-kal nőtt, így a két értékesítési csatorna lényegében egyenlő arányban, 8-9%-kal járul hozzá a hangfelvételekből származó bevételekhez. Továbbra is jellemzője a hazai hangfelvétel-iparág, hogy a bevételek túlnyomó többségét azok a felhasználások generálják, melyek esetében a közönség közvetlenül nem a hangfelvétel birtoklásáért vagy hallgatásáért fizet. Ilyenek például a rádiós, televíziós játszások, üzletekben a gépzene-szolgáltatás vagy az üres hordozó díj, mely területekről a szerzőknek, előadóknak és kiadóknak a **közös jogkezelő szervezetek** juttatják el a jogdíjbevételeket. Az ilyen jellegű bevételek együttesen a hangfelvételekhez köthető bevételek több mint 80%-át jelentik. A hangfelvétel-ipari bevételek belső megoszlása egyrészt azt jelzi, hogy a hazai piac fejletlen, az észak-amerikai vagy nyugat-európai szinthez képest a magyar zenerajongók sokkal kevesebb pénzt költenek közvetlenül hangfelvételre. Másrészt

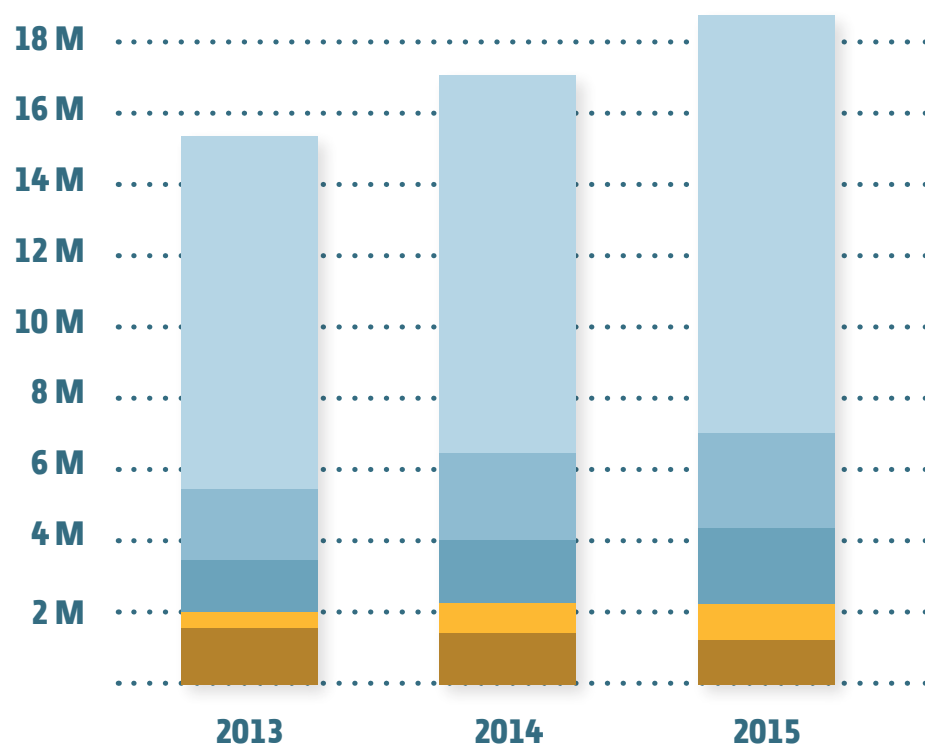
jelzi a hazai közös jogkezelő szervezetek nemzetközileg is elismert, hatékony működését, ami a magyar zeneipar motorjává teszi az Artisjus-t, az EJI-t és a Mahasz-t.

Az üres kép- és hanghordozók után befolyt kompenzációs díj a magyar szerzők, előadók és kiadók jogdíj formájában érkező bevételeinek fontos forrása. A jogkezelőknek az üres hordozók után járó bevételek 25%-át a Nemzeti Kulturális Alap részére át kell utalniuk, ez az összeg 2015-ben mintegy 1,8 milliárd forint volt. Ennek az összegnek egy szeletéből működik a könnyűzenét támogató Cseh Tamás Program, amelynek ez az egyetlen forrása.

A hangfelvételek online felhasználása, szembeötlően kevesebb bevételt hoz a szerzőknek, előadóknak, kiadóknak, mint azoknak a cégeknek, akik a zenén keresztül közvetlenül a közönséggel, felhasználóikkal vannak kapcsolatban. Ezt, az iparágban részt vevő szereplők által produkált hozzáadott értéket nem tükröző, a közvetítők javára fennálló egyensúlytalanságot nevezzük **value gap**-nek (értékhézag).

## 1. ÁBRA

## A HANGFELVÉTEL-IPARÁG BEVÉTELEI



A MAGYAR HANGFELVÉTEL-IPARÁG 15 ÉVES CSÖKKENÉST KÖVETŐEN **KÉT ÉVE NÖVEKSZIK**, 2015-BEN 18,5 MILLIÁRD FORINTOT REALIZÁLT.

■ KÖZÖS JOGKEZELÉS ARTISJUS      ■ KÖZÖS JOGKEZELÉS EMI  
■ KÖZÖS JOGKEZELÉS MAHASZ      ■ DIGITÁLIS ÉRTÉKESÍTÉS  
■ FIZIKAI ÉRTÉKESÍTÉS

### MI AZ A VALUE GAP?

A value gap (vagy transfer of value) kifejezés a digitális piacon jelenleg nem realizálódó zeneipari bevétel jelenségét írja le. A bevételkiesést az előadók, a szerzők és a zenébe fektetők szenvedik el, elsősorban a videomegosztó platformok működése során.

Ezek a platformok több mint 900 millió felhasználó számára juttatják el a zenei tartalmakat, mégis az innen származó iparági bevétel arányosan több mint harmadával kevesebb, mint az előfizetéses streaming szolgáltatásokból származó bevételek, melyek csak 68 millió felhasználót szolgáltak ki 2015-ben. A platformok ingyenes, hirdetésalapú működése miatt a streaming szolgáltatók is kénytelenek ingyenes, hirdetésalapú szolgáltatásokat nyújtani, ami további bevételkiesést okoz.

## 3. ÉLŐZENEI BEVÉTELEK (FESZTIVÁLOK ÉS KONCERTEK)

A ZENEIPAR LEGNAGYOBB BEVÉTELI FORRÁSÁT TOVÁBBRA IS AZ ÉLŐZENEI FELLÉPÉSEK ADJÁK, EZ A STATISZTIKAI ADATOK ÉS BECSLÉSEK ALAPJÁN 33 MILLIÁRD FORINTOT TESZ KI.

Az élőzenei bevételek a különböző felmérések alapján a zenészek legnagyobb jövedelmi forrását jelentik. Bár pontos adatok nem állnak rendelkezésre, a különböző tanulmányok, felmérések alapján az állapítható meg, hogy **az élőzenei bevételek Magyarországon a zenészek jövedelmének 40–60%-át teszik ki.**

Az élőzenei piacon belül kiemelt jelentőségű a magyar fesztiválpia, melynek méretét – egyrészt az iparág meghatározó szereplőinek becslése, másrészt a körülbelül 4 millió fesztivállátogató és a hozzájuk tartozó átlagos jegyárak, illetve költségek alapján – 15–18 milliárd forintra becsüljük.

Mindemellett az is elmondható, hogy a koncertek az év többi részében nagyságrendileg ugyanakkora bevételt generálnak a zenészeknek, mint a fesztiválszezonban tartott koncertek.

Az élőzenei iparág közvetlen bevételei mellett komoly jövedelmet generál azoknak a szerzőknek is, akiknek műveit az élő előadások alakalmával hallhatja a közönség, érdemes megemlíteni, hogy az élőzenében a legmagasabb a magyar zene aránya. Az Artisjus az élőzenei produkciók után jogdíjat szed, mely 846 millió forint bevételt jelentett 2015-ben a dalszerzőknek.

A jelentés készítése során készült felmérésben a megkérdezett zenészek majd' 50%-a 10 vagy annál kevesebb koncertet tartott az elmúlt évben, 15% számolt be 40-nél több fellépésről, míg az átlag 25 alkalommal állt a közönség elé. Az interjúk tapasztalatai alapján a nagyobb, fesztiválokon, koncerteken rendszeresen játszó zenekarok 60–100 koncertet adnak egy évben, míg a session zenészként dolgozó előadók nem ritkán 150 körüli fellépésről számoltak be.

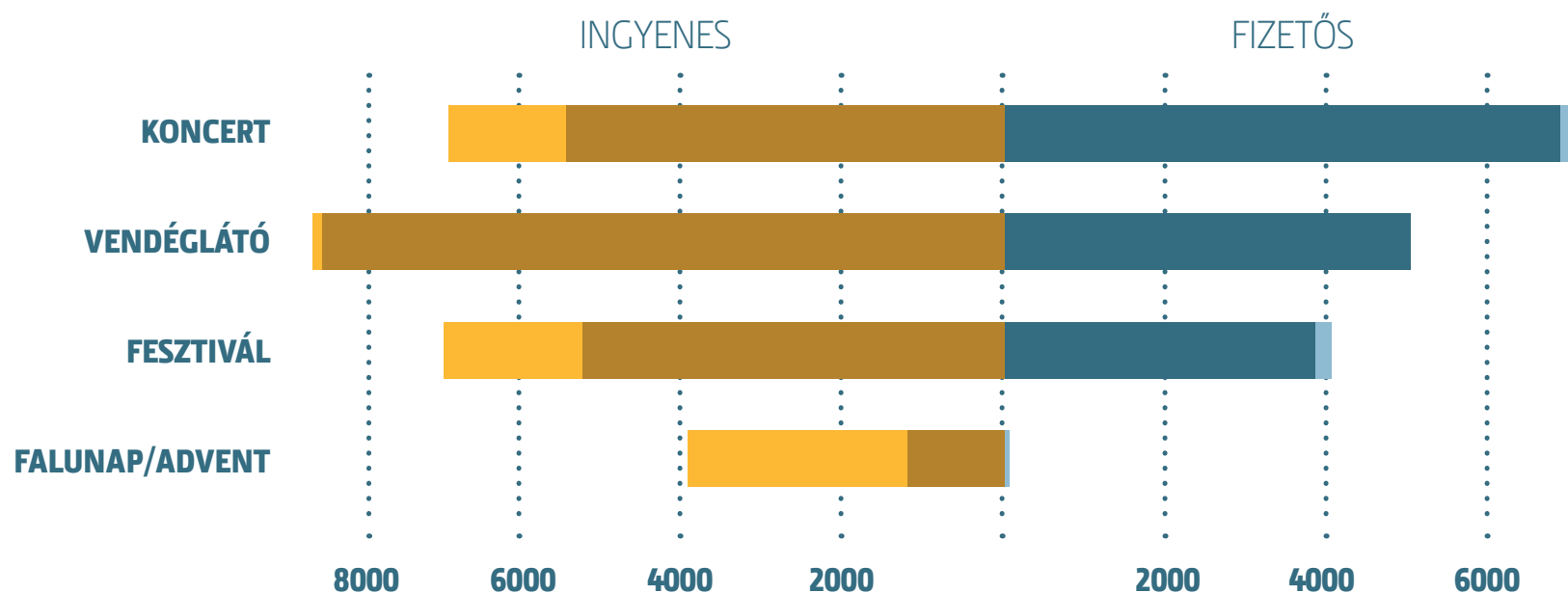
## 2. ÁBRA

## KONCERTEK SZÁMA (2015)

KONCERTEK SZÁMA	ÖNKORMÁNYZATI SZERVEZÉS			
	NEM		IGEN	
	KONCERTEK SZÁMA	NAPOK SZÁMA	KONCERTEK SZÁMA	NAPOK SZÁMA
<b>KLUB</b>	4285	2214	45	31
MŰVELŐDÉSI HÁZ	3102	2264	515	289
<b>BEVÁSÁRLÓKÖZPONT, STRAND</b>	342	187	57	38
<b>EGYÉB HELYEN</b> (SZILVESZTER, GÓLYABÁL, SZÜRETI BÁL STB.)	8932	5355	1769	884
<b>VENDÉGLÁTÓHELY</b>	12 621	9460	6	6
<b>ÖSSZESEN</b>	<b>29 279</b>	<b>29 480</b>	<b>2392</b>	<b>1248</b>

## 3. ÁBRA

## KONCERTSTATISZTIKÁK



**A RENDEZVÉNYEK 60%-A INGYENES**, ÁLTALÁNOSÁGBAN ELMONDHATÓ, HOGY A FELLÉPÉSEK MINDÖSSZE 40 %-ÁÉRT FIZET KÖZVETLEN MÓDON A KÖZÖNSÉG.



## 4. ÁBRA

AZ ÉLŐZENÉS FELLÉPÉSEK SZÁMA FESZTIVÁLOKON  
ÉS FALUNAPOKON (ÉV)

KONCERTEK SZÁMA	ÖNKORMÁNYZATI SZERVEZÉS		ÖSSZESEN
	NEM	IGEN	
<b>FESZTIVÁLOK</b> (ZENÉS FESZTIVÁL, BORFESZTIVÁL, KOLBÁSZFESZTIVÁL)	8523	1717	10 240
<b>FALUNAP, MAJÁLIS, CSALÁDI NAP</b>	1201	2509	3710
<b>ÖSSZESEN</b>	<b>9724</b>	<b>4226</b>	<b>13 950</b>

FORRÁS: ARTISJUS [2016]

## 4. 2016-OS KUTATÁS A HAZAI ZENEFOGYASZTÁSI SZOKÁSOKRÓL

A 2016-OS ZENEIPARI JELENTÉSHEZ EGY ÖNÁLLÓ, REPREZENTATÍV LAKOSSÁGI FELMÉRÉS KÉSZÜLT 2016 NYARÁN. A KUTATÁS ELSŐDLEGES CÉLJA AZ VOLT, HOGY FELTÉRKÉPEZZE A MAGYARORSZÁGI ZENEFOGYASZTÁSI SZOKÁSOKAT.

### 4.1 KONCERTLÁTOGATÁSI SZOKÁSOK

Az élőzenei koncertek tekintetében jelentős szerepet játszanak a különböző zenei fesztiválok, a lakosság közel 40%-a vett részt legalább egyszer ilyen fesztiválon az elmúlt évben. A fizetős könnyűzenei koncertek szintén nagyon népszerűek: a megkérdezettek több mint fele vett belépőt könnyűzenei előadó fellépésére. A koncert-helyszín koncentrálttsága miatt a könnyűzenei koncertlátogatások számát tekintve a főváros az első hely, Budapesten annyi koncertlátogatást mértünk, mint vidéken összesen.

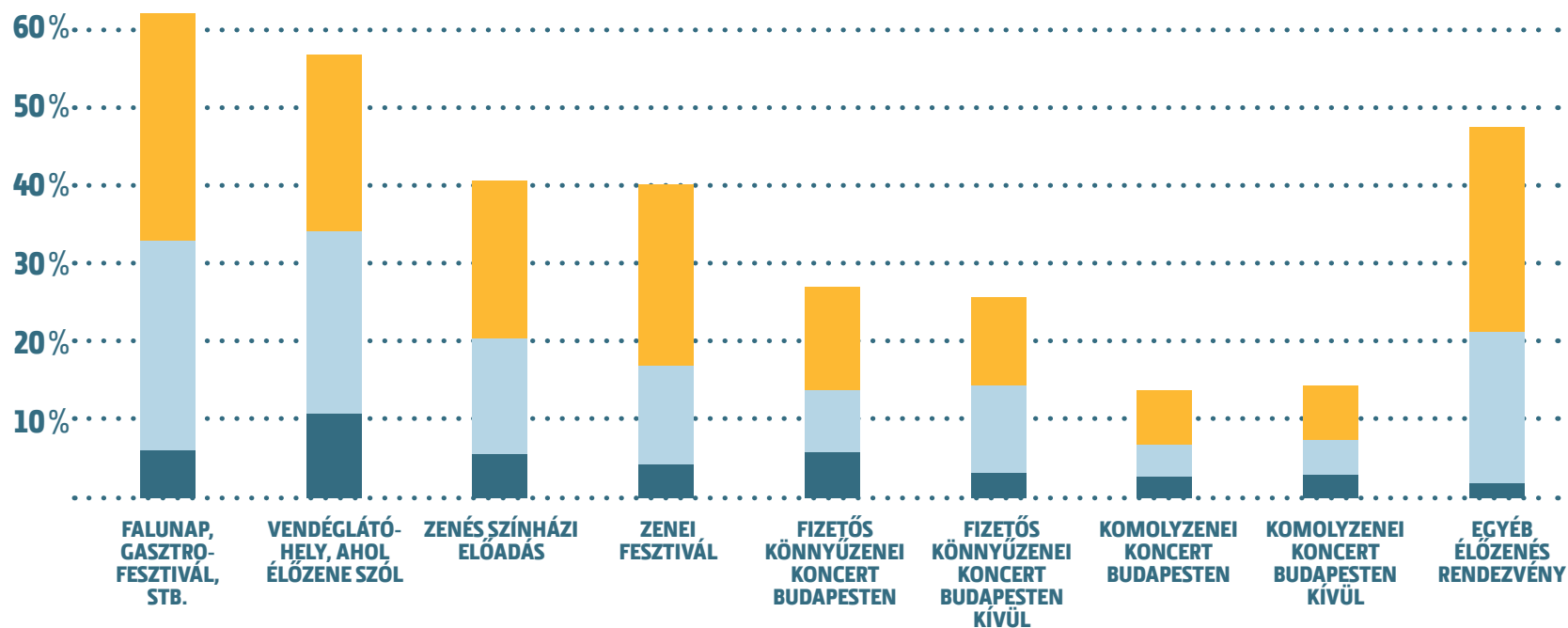
### 4.2 MENNYIT KÖLTÜNK ZENÉRE?

**Az idei felmérésből az derül ki, hogy többen és többet költenek élőzenére, mint hangfelvételekre.**

Ezt egyrészt magyarázhatja, hogy a legtöbben rádión és olyan online szolgáltatásokon keresztül hallgatnak zenét, ahol a zenehallgató nem fizet közvetlenül, másrészt mutathatja, hogy az élőzenei élményért a közönség inkább hajlandó fizetni, szívesebben költenek koncertre, fesztiválra, mint hangfelvételekre.

## 5. ÁBRA

## HÁNYSZOR VETT RÉSZT ZENÉS ESEMÉNYEN TAVALY?

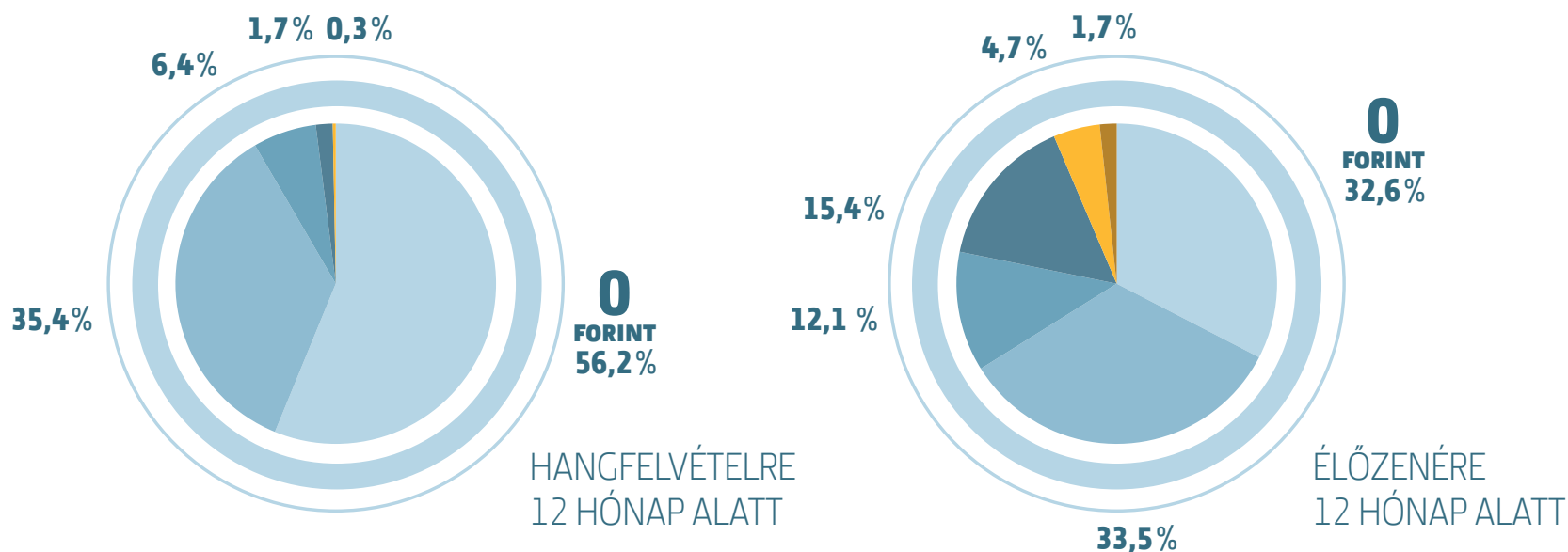


A KÖNNYŰZENEI KONCERTLÁTOGATÁSOK SZÁMÁT TEKINTVE A FŐVÁROSÉ AZ ELSŐ HELY, **BUDAPESTEN ANNYI KONCERTLÁTOGATÁST MÉRTÜNK, MINT VIDÉKEN ÖSSZESEN.**

■ EGYSZER ■ KÉT-HÁROM ALKALOMMAL ■ TÖBB MINT NÉGYSZER

## 6. ÁBRA

## MENNYIT KÖLTÜNK ZENÉRE?



LÁTVÁNYOSAN **TÖBBEN VANNAK AZOK, AKIK EGYÁLTALÁN NEM KÖLTENEK HANGFELVÉTELEKRE. DE A ZENÉÉRT SOKAT FIZETŐK KÖZÖTT IS AZ ÉLŐZENE VAN KEDVEZŐBB HELYZETBEN, 50 000 FORINT FÖLÖTTI KÖLTÉS CSAK ITT TALÁLHATÓ.**

■ 0 FORINTOT KÖLT ■ 500-10 000 FORINTIG ■ 10 001-20 000 FORINTIG ■ 20 001-50 000 FORINTIG ■ 50 001-100 000 FORINTIG ■ 100 000 FORINT FELETT

### 4.3 HOGYAN ÉLNEK A ZENÉSZEK?

#### **Az élőzenei bevételek és a jogdíjak adják a zenészek bevételeinek 71%-át hazánkban.**

A ProArt idei kérdőívében arra is megkértük a zenészeket, hogy osszák el 2015. évi, zenéhez köthető jövedelmeiket különböző, általunk meghatározott kategóriák között. A válaszok szerint a jövedelem közel háromnegyedét az élőzenei bevételek és a közös jogkezelés útján szerzett jogdíjak teszik ki, de jelentős részt képvisel a tanítás is a bevételi források között. A zenészek digitális értékesítésből származó bevételei összesen 3%-ot tettek ki.

A kutatás alapján az is megállapítható, hogy a zenészek zenéhez köthető jövedelme még egy „jó évben” sem éri el a kétmillió forintot, míg egy „rossz évben” a fél millió forintot sem éri el. Ez azt jelenti, hogy egy jó évben a megkérdezettek havonta átlagosan minimálbér körüli jövedelemre tesznek szert, egy rossz évben pedig a zenei jövedelmek csak kiegészítő szerepet töltenek be a zenészek összes jövedelmében.

### 4.4 HANGFELVÉTELEK FIZIKAI ÉRTÉKESÍTÉSE

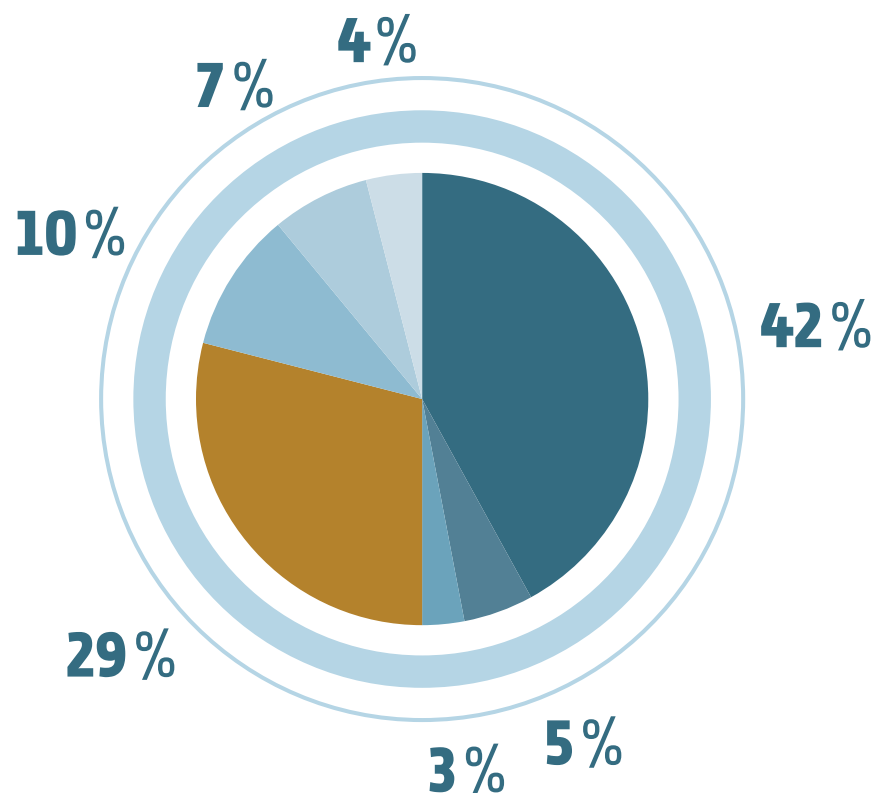
**Hangfelvételek fizikai hordozón történő értékesítése világszerte folyamatos csökkenést mutatott az elmúlt években,** bár még így is több mint harmadát teszi ki az összes zenei bevételnek, összesen 39%-ot. A fizikai hordozók szerepe itthon is csökkenő tendenciát mutat, de ettől függetlenül még mindig a legnagyobb bevételeket termeli a szegmens, hiszen a bevételek 35%-a ezen az értékesítési csatornán keresztül realizálódott.

Az értékesített albumok több mint 90%-át CD formájában adják el majdnem minden vizsgált országban, így Magyarországon is (91%-át). Figyelemre méltó trend ugyanakkor, hogy a vinyl formátum reneszánszát éli. A teljes eladott volumenhez viszonyítva nem jelentős a súlya, de dinamikusan növekszik az értékesített volumen és a bevétel is. A világon ez a formátum az elmúlt évtizedben megtízszerezte realizált bevételét, Magyarországon ennél is dinamikusabb növekedéssel, kevesebb mint 3 millió forintról 106,8 millió forintra emelkedett.

Az összértékesítési adatok alapján, 44%-os kereskedelmi árréssel számolva, 2015-ben Magyarországon egy CD átlagos ára 1540 forint volt, míg egy vinylért átlagosan 4465 forintot, egy zenei DVD-ért pedig 2077 forintot kértek a boltokban. A meglepően alacsony értékeket magyarázhatják az akciós, promóciós kiadványok átlagnál alacsonyabb árai.

## 7. ÁBRA

## ZENÉSZEK ZENÉVEL KAPCSOLATOS BEVÉTELEI

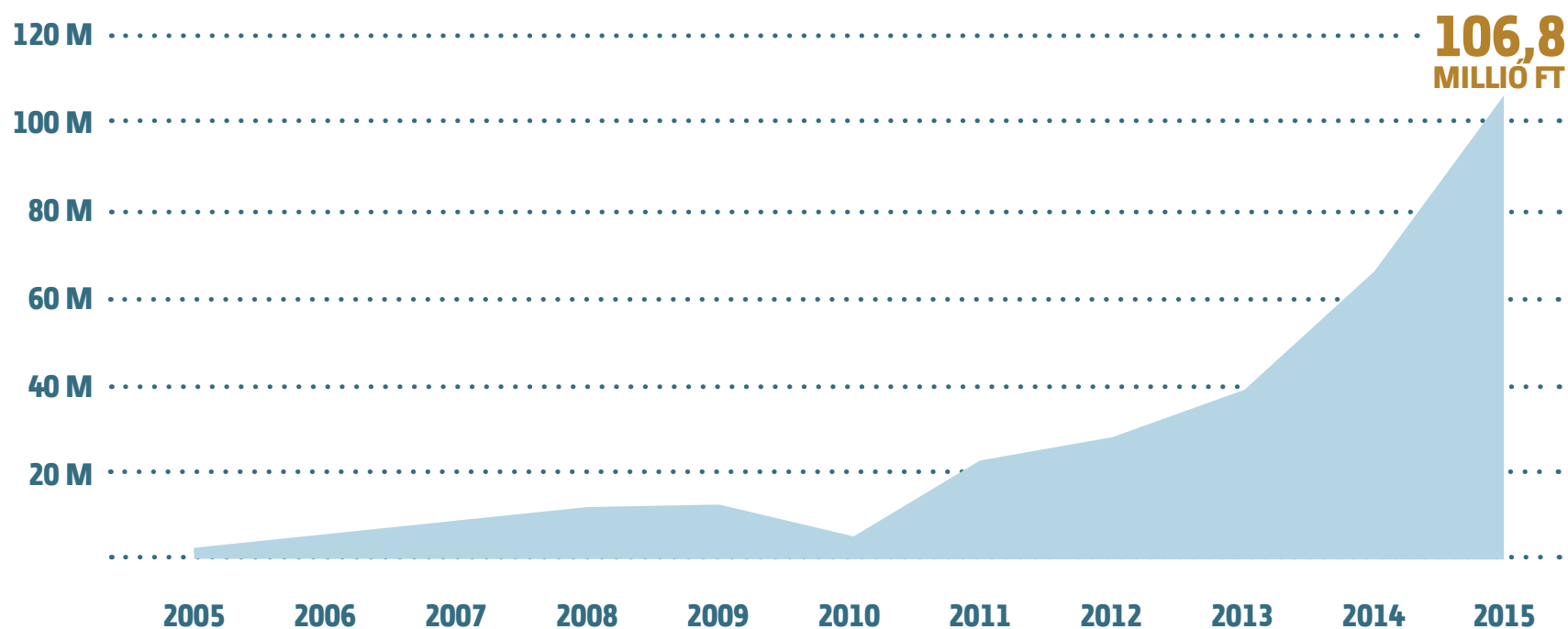


**A ZENÉSZEK JÖVEDELMÉNEK KÉT LEGNAGYOBB FORRÁSÁT AZ ÉLŐZENEI FELLÉPÉSEK (GÁZSIK) ÉS A JOGDÍJAK JELENTIK. EZEK EGYÜTT AZ ÖSSZES BEVÉTEL KÖZEL 3/4-ÉT ADJÁK KI. EKÖZBEN MÉG A ZENEOKTATÁSBÓL SZÁRMAZÓ BEVÉTELEK IS MEGHALADJÁK A HANGFELVÉTEL-ÉRTÉKESÍTÉSEK JÖVEDELMÉT.**

■ ÉLŐZENEI BEVÉTEL	■ FIZIKAI ÉRTÉKESÍTÉS
■ DIGITÁLIS ÉRTÉKESÍTÉS	■ KÖZÖS JOGKEZELÉS
■ TANÍTÁS	■ PÁLYÁZATOK
	■ EGYÉB

## 8. ÁBRA

## VINYLELADÁSOK NÖVEKEDÉSE AZ ELMÚLT ÉVTIZEDBEN



AZ KÖZELMÚLT VINYLELADÁSAINAK LASSÚ NÖVEKEDÉSÉT, MAJD STAGNÁLÁSÁT **AZ ELMÚLT ÖT ÉVBEN MEREDÉK EMELKEDÉS KÖVETTE, ÉS TAVALY MÁR MEGHALADTA A 100 MILLIÓ FORINTOT.**

## 4.5 A DIGITÁLIS ÉRTÉKESÍTÉS

Ahogy mára a digitális megoldások szinte minden iparágban nyomot hagytak, úgy a zeneipart sem hagyták érintetlenül. **A zeneipar minden oldalról megérezte az internet megjelenését:** a hanghordozó-másolásokkal kezdődött iparági lejtmenet folytatódott azzal, hogy az internet lehetővé tette hangfelvételek könnyű, de jogsértő beszerzését. Az utóbbi években ez a negatív tendencia látszik megfordulni az előfizetési szolgáltatások terjedésével.

Az IFPI adatai szerint először 2015-ben haladták meg a globális hangfelvétel-iparági bevételek a fizikai értékesítésből származó bevételeket, azzal hogy közel 10%-os növekedést realizált a digitális szegmens a 2014-es jövedelmekhez képest. Várhatóan folytatódik ez a tendencia: a digitális értékesítés tovább nő, a fizikai hanghordozók piaci részesedése pedig tovább csökken. A digitális szegmens 2015. évi adataiból továbbá arra lehet következtetni, hogy világszerte nőtt a hangfelvételekért fizetni hajlandó felhasználók száma. Az IFPI 2016. évi, Global Music Report című tanulmánya alapján egyértelmű, hogy az iparág elkövetkezendő évei a digitális megoldások terjedéséről fognak szólni.

**A digitális értékesítések összetétele lényegesen eltér a fizikai értékesítésétől.** A digitális értékesítések összértéke 1,13 milliárd forint, ennek háromnegyede a nemzetközi major kiadókhoz köthető, a Mahasz egyéb tagjainak részesedése pedig 7%. A fizikai értékesítés adataihoz képest a major kiadók súlya sokkal nagyobb a digitális értékesítés terén.

A magyar zenészek jövedelemforrásai között nem meghatározó a digitális értékesítésből származó jövedelem. A ProArt idei „zenész-kérdőív”-ében a kitöltő válaszadók átlagosan az éves zenei jövedelmük 3-4%-ára becsülték a digitális értékesítésből származó bevételeket. Fontos azonban megjegyezni, hogy ha csak kismértékben is, de a digitális szolgáltatások is hozzájárulnak a jogdíjbevételek alakulásához.

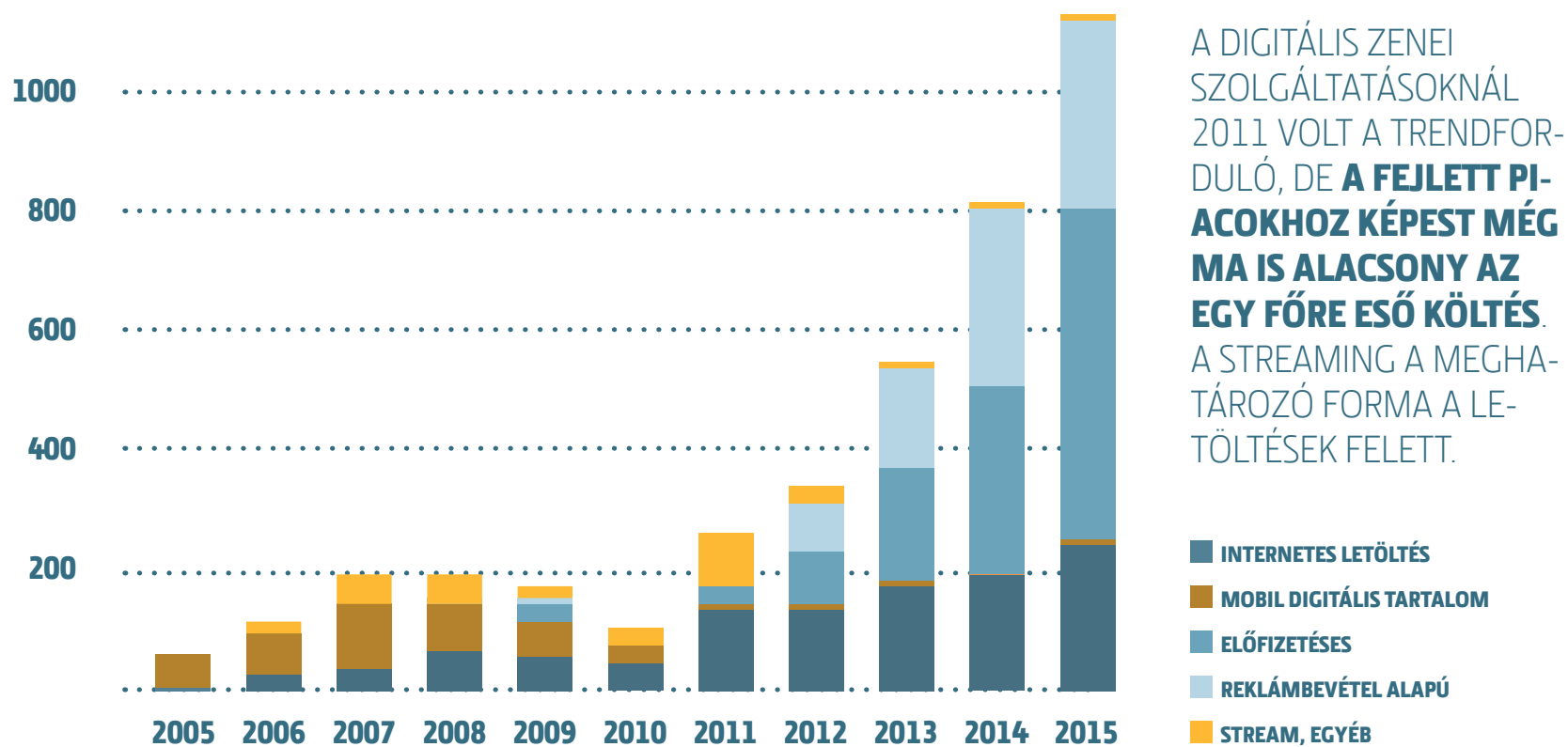
A digitális megoldások Magyarországon is egyre fontosabbak, hiszen hasonlóan a nemzetközi trendekhez, már Magyarországon is közel azonos súlyú bevételi forrást (31%) jelent a zeneiparon belül, mint a fizikai értékesítések után befolyó jövedelmek (35%). Az IFPI 2015. évi jelentése Magyarországot a dinamikusan növekvő piacok közé sorolta, 7,8%-os digitális növekedéssel.\*

\* IFPI (2015)

## 9. ÁBRA

## DIGITÁLIS ÉRTÉKESÍTÉS MEGOSZTLÁSA MAGYARORSZÁGON

(MILLIÓ FT/ÉV, SZERZŐI JOGDÍJAK NÉLKÜL)



FORRÁS: MAHASZ [2016]

## 4.6 A DIGITÁLIS SZOLGÁLTATÁSOKBÓL SZÁRMAZÓ ZENEIPARI JÖVEDELEM

A digitális szolgáltatók a hangfelvételek felhasználásáért a szerzői képviselőknek, illetve a kiadóknak a felhasználási szerződések útján fizetnek jogdíjat. Az előadóművészek számára a velük korábban kiadásra szerződött hangfelvétel-kiadókon vagy az aggregátorokon keresztül fizetnek.

### FAIR INTERNET FOR PERFORMERS

Az előadók igazságosabb javadalmazása nemcsak Magyarországon, hanem világszerte célja az előadói szervezeteknek és a jogvédő irodáknak. A „Fair internet for performers” elnevezésű kezdeményezés Európa- és világszerte küzd olyan szabályozásért, mely egyenlőbbé tehetné az internetes tartalomfogyasztásból származó jövedelmek elosztását. A kezdeményezés az Európai Unió belül a már létező szabályozási irányelvek kiegészítésért lobbizik.

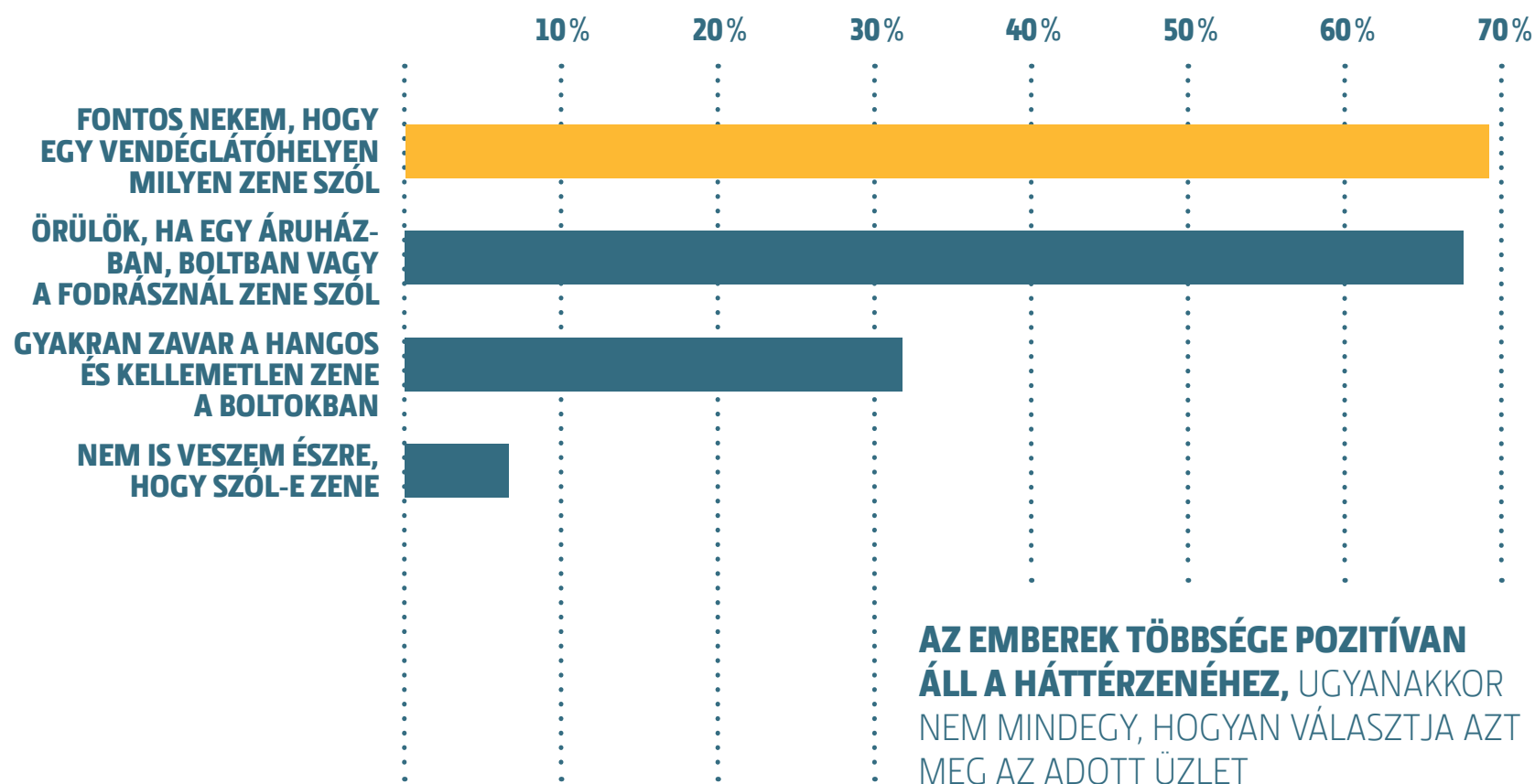
## 4.7 HÁTTÉRZENE

Az üzletekben szóló háttérzene mindennapi életünk része, majd’ minden helyszínen – és így tevékenység közben – a háttérben zene szól. A háttérzene ezért a lakosság nagy részéhez eljut, azonban ez a zenehallgatásnak egy passzív formája, hiszen az adott hely dönti el, hogy hallgassunk-e zenét, és ha igen, választja ki, hogy mit. A reprezentatív felmérésünk tanúsága szerint az emberek többsége pozitívan áll a háttérzenéhez, ugyanakkor nem mindegy, hogyan választja azt meg az adott üzlet.

A kutatás arra is rámutat, hogy az emberek észreveszik, hogy szól-e zene, sőt a vendéglátóhelyek esetében 68%-nak fontos, hogy milyen zene szól. A zene azért szól az üzletekben, éttermekben és szórakozóhelyeken, hogy az adott vállalkozás nagyobb értéket nyújtson a vendégnek, vásárlónak, vagy arra ösztönözze, hogy nagyobb összeget költsön. Azaz a zenének hozzáadott értéke van az üzlet számára, amelyből a zene alkotói, a szerzői és a hangfelvétel előadói, kiadója a jogdíjbevételeken keresztül részesülnek. Ez az alapja a háttérzene utáni jogdíjnak, amelyet a szerzőket képviselő Artisjus, az előadókat képviselő EJI és a kiadókat képviselő Mahasz közösen határoznak meg, de az egyszerűség és a költségek optimalizálása érdekében mindhárom közös jogkezelő nevében az Artisjus szedi be ezen díjakat.

## 10. ÁBRA

## ZENEHALLGATÁSI SZOKÁSOK



A jelentés a ProArt Szövetség a Szerzői Jogokért megbízásából készült.

A ProArt alapító szervezeteinek szakmai közreműködését dr. Békés Gergely (EJI), Jeszenszky Zsolt (Mahasz) és dr. Tóth Péter Benjamin (Artisjus) irányította, dr. Grad-Gyenge Anikó (ProArt), Kaszás-Tóth Rózsa (ProArt) és dr. Horváth Péter igazgató vezetésével.

[www.proart.hu](http://www.proart.hu) • [www.zeneipar.info](http://www.zeneipar.info)

A jelentés 2016. márciusa és novembere között készült.

**PROART ZENEIPARI JELENTÉS**  
**2016**