

# 2022 ELECTION BUSINESS PRIMER

Hungary

## ÜZLETI ALAPOZÓ A 2022-ES VÁLASZTÁSOKHOZ



Open  
For  
Business

English 3

---

Hungarian 9

---

#### **DISCLAIMER**

This report is prepared for information purposes only by Open For Business. While the report has been prepared based upon sources, information and systems believed to be reliable and accurate, they are provided on an "as-is" basis. The information contained in this report is intended as a guide only, and whilst believed to be correct at the date of publication, is not a substitute for appropriate legal or financial advice, detailed specific research or the exercise of professional judgement. Open For Business, its coalition partners, the contribution authors to this report, or the members of the Open For Business Research Advisory Board have not, and will not, verify the information in this report, and in no event will they be liable for any decision made or action taken in reliance of the results obtained through the use of, or the information or data contained in, this report. Neither the authors nor any contributors to this report make any representation, expressed or implied, or accept any responsibility, with respect to the accuracy or completeness of the information in this report. The opinions expressed in this report are those of the editorial team and do not represent an official position of Open For Business or any of the companies supporting the coalition.

**CONTACT:** [info@open-for-business.org](mailto:info@open-for-business.org)

**FIND OUT MORE:** [open-for-business.org](http://open-for-business.org)

**FOLLOW US:** [@OFB\\_LGBT](https://twitter.com/OFB_LGBT)

# 2022 Election Business Primer - Hungary

Evidence shows that LGBT+ discrimination is having a direct impact on the Hungarian economy, decreasing the competitiveness of Hungarian companies and discouraging foreign investment from Hungarian markets. Meanwhile the government ran the equivalent of a close to \$600 million negative image campaign with its policies. This is negatively effecting Hungary's international reputation and undermining tourism. Combined, these effects are putting a dent in the Hungarian GDP.

## Context

This year, Hungary will see a watershed election and referendum, that will determine the direction of LGBTQ equality and acceptance for years to come. The validation of the government's policies with an election victory would set Hungary on a path of further crackdown on LGBTQ rights. Human rights organizations are actively campaigning for voters to cast invalid votes in the referendum, hoping to take away the power of the anti-LGBTQ narrative.

With the world around Hungary trending toward openness and acceptance, this will also have a deep impact on the country's economy. More and more studies show the business value of expanded human rights, as financial decision makers on both institutional and personal levels favor indicators of openness. In the following primer we hope to provide further data and a deeper understanding to accompany our 2021 [CEE report](#).

## National reputation

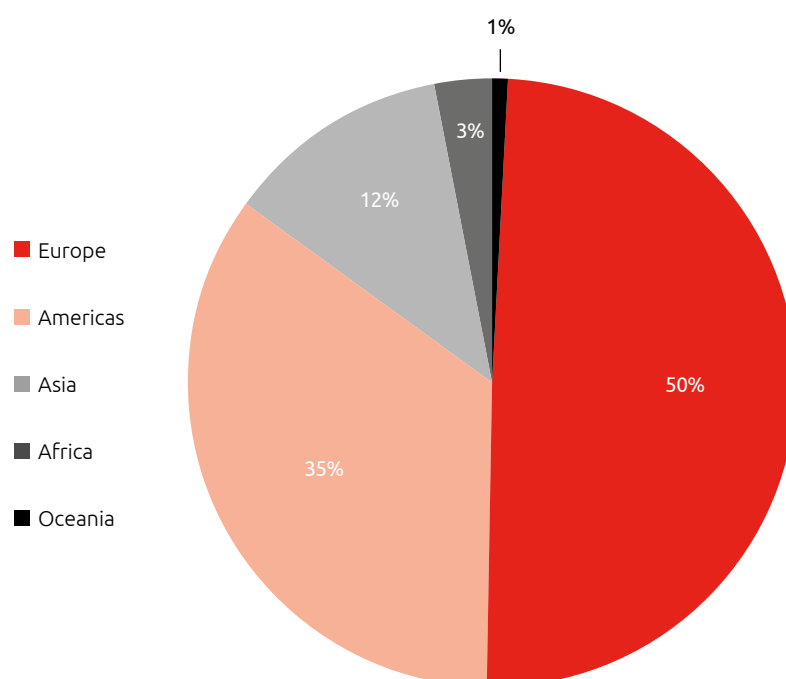
In June 2021 Hungary's government quickly passed **new legislation** aimed at **restricting access** to educational and media materials regarding **LGBTQ topics**.

The law was widely criticized by civic society and the issue garnered coverage from not only political publications, but has seeped into coverage of sports and culture, as athletes and celebrities voiced their concerns over the new legislation.

According to new media monitoring data by Signal AI, since the law was passed by the Hungarian parliament almost **1400 global digital publications in 85 countries have covered the topic** in thousands of articles, reaching a worldwide **audience of more than 3 billion people**.<sup>[1]</sup>

The **media value** of these appearances is estimated at **\$594 million**. It's as if the government had invested an equivalent sum to besmirch Hungary's reputation. This is just the tip of the iceberg, as print, TV and radio coverage is not included in the data. This coverage heavily damaged the image of Hungary in the eyes of decision makers, investors and consumers worldwide.<sup>[2]</sup>

Coverage by region



<sup>1</sup> Signal AI, 2021.06-2021.12

<sup>2</sup> Value calculated using "1% rule". Each appearance is worth 1% of the publication's reach in USD.

## European Union Funding

With the recent EU decisions making funds dependent on upholding rule of law, Hungary is in a very precarious position. Policy makers are expecting a more hardline stance as the **withholding of funds** a looming possibility.<sup>[3]</sup>

The country's economy is heavily reliant on EU funding for its continued growth, so the country is at a crossroads. Continued investment and business development by global companies is one of the few avenues where the country can attain growth without being seen as making concessions on an international stage. This gives business leaders a unique opportunity to advocate their values to policy makers, as their bargaining position improves.

## Foreign Investment

While Hungary's government emphasized their new economic direction of opening up to the east, most of its investors still lie in the west.

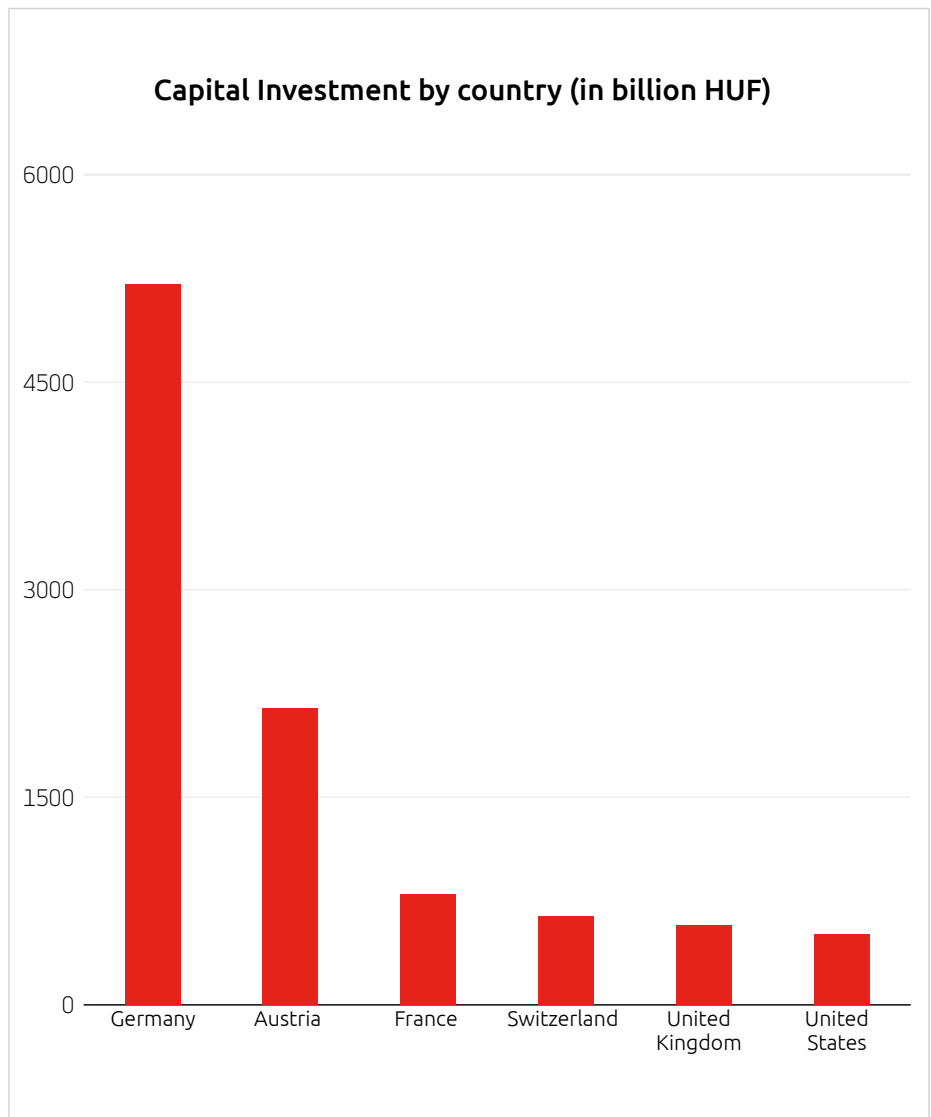
The **contribution of foreign companies to the GDP is over 49%**. To put that in perspective: this is double that of the EU average. So to say that global investors have the government's ear is no exaggeration.<sup>[4]</sup>

Companies have also discovered, that inclusivity pays in dividends. **LGBT-inclusive employers** have experienced **returns of 9.1%** since 2010, higher than the market average. This is an **overshoot of 378 basis points per year** for similar companies without LGBTQ inclusive initiatives. As such openness is slowly becoming a normalized part of risk assessment for investing.<sup>[5]</sup>

Businesses thrive in environments where diversity and openness are encouraged, so they are actively looking to invest in countries where this is uninhibited.

With legislative safeguards for equality slowly degrading, foreign investors are receiving **negative feedback on** these up-and-coming **market indicators**, shifting foreign investment to other countries in the region.

Signal AI data shows **high reach, high intensity coverage** in some of the most important investing economies for Hungary with close to half the articles on the topic being published in these regions.



<sup>3</sup> New York Times [LINK](#)

<sup>4</sup> KSH (Central Statistics Office), [LINK](#)

<sup>5</sup> Credit Suisse ESG Research (2016) „LGBT: The Value of Diversity“, [LINK](#)

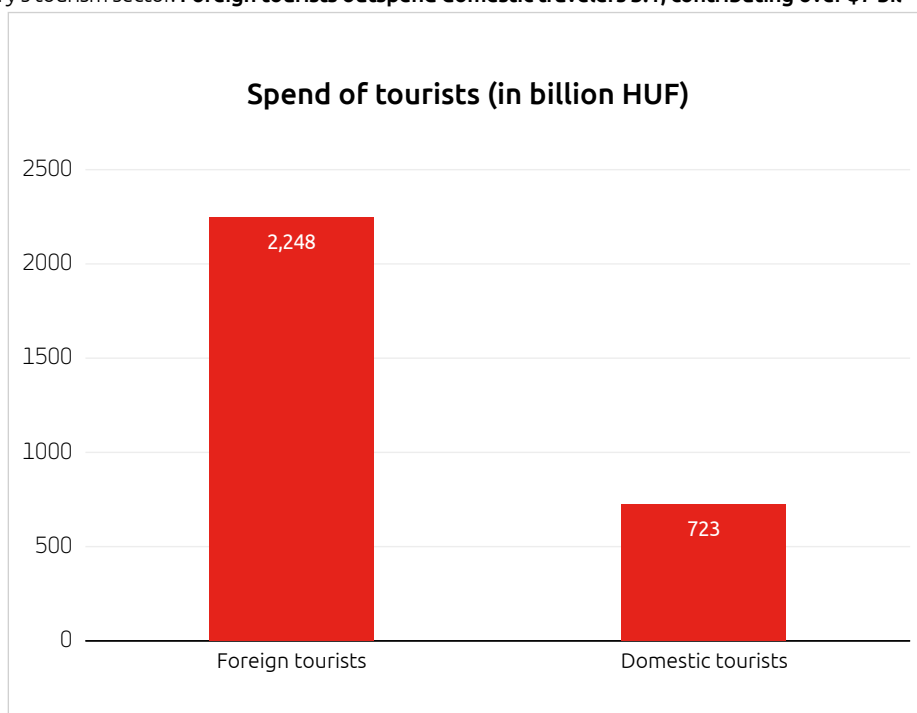
## Tourism

Europe is a global hub of tourism, which the Hungarian government saw as one of the flagship industries of the country, investing close to a billion dollars in the past decade into its success via the Hungarian Tourism Agency. With the global travel industry looking to bounce back as COVID fears slowly fade, millions of tourists will travel abroad again for the first time in years, with money to spend.

These foreign tourists are the lifeblood of Hungary's tourism sector. **Foreign tourists outspend domestic travelers 3:1, contributing over \$7 billion to the country's GDP** in the last pre-COVID year. However, the destinations they choose are heavily impacted by the openness of the local governments. <sup>[6]</sup>

While some are quick to dismiss LGBTQ tolerance as an issue only impacting LGBTQ tourists, surveys in the Caribbean suggest that the **general public's opinion** is also **significantly influenced** by local laws. Overall **likelihood of visiting increased as much as 5 percentage points** when LGBTQ equality legislation is enacted. In the case of Hungary, this could mean an **increase of as much as \$333 million in tourism**. <sup>[7]</sup>

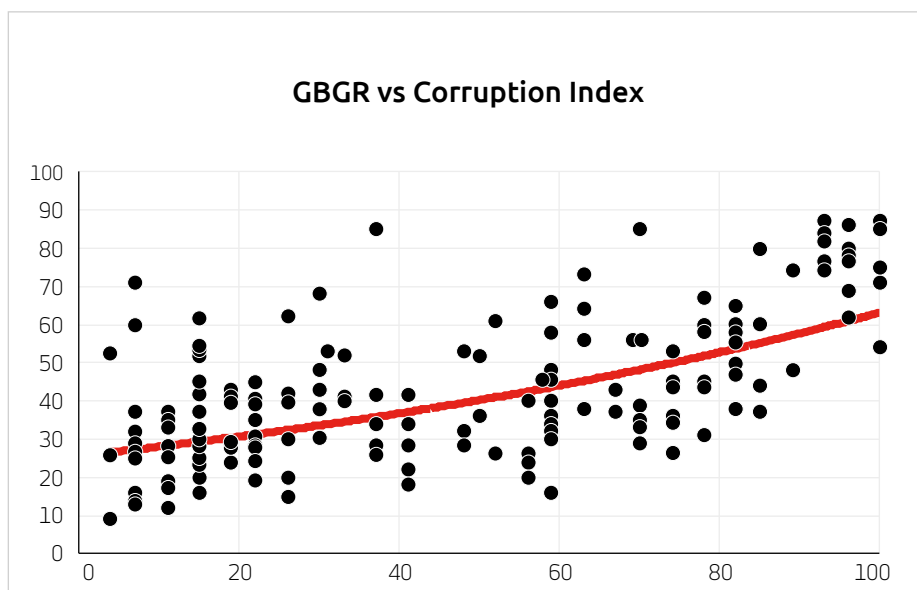
LGBTQ spending is also not to be underestimated. The **purchasing power** of the community is estimated at **\$3.9 trillion**, the **LGBTQ travel market** making up for an estimated **\$211 billion** of that. <sup>[8][9]</sup>



## Corruption

Analysts increasingly link the stagnation of investment in CEE region with corruption and nepotism. Government level diversity and inclusion policies effect employment and power distribution, and countries which lack these policies leave more room for corruption to flourish.

Transparency International's **corruption index** rates **Hungary** at 43%, the **second worst in the EU** behind Bulgaria, while the EU-15 average stands at 74%. The corruption and GBGR and GBTR indexes of countries – which show the state of LGBT right in countries – correlate, which underlines the hypothesis that **corruption and LGBTQ discrimination go hand in hand**. <sup>[10]</sup>



<sup>6</sup> KSH (Central Statistics Office) 2004-2019

<sup>7</sup> Open For Business Survey 2 data, UNWTO International Tourism Highlights

<sup>8</sup> LGBT Capital, [LINK](#)

<sup>9</sup> Out Now LGBT2030, [LINK](#)

<sup>10</sup> Transparency International, [LINK](#)

## Discrimination and brain drain

Last year's Open for Business survey of LGBT inclusion in Hungary – published before the passing of the new law - has also shown major deficits to the economy.

The annual cost of discrimination against LGBT + people in Hungary was estimated at HUF 63.9-96.9 billion (0.14-0.23% of GDP in the period under review). Its components are the pay gap resulting from discrimination, the stress caused by discrimination and the loss of productivity caused by health inequalities.<sup>[11]</sup>

Discrimination also reinforces “brain drain”, the main directions of **migration** lead to more open societies and specifically affect the “**future-oriented**” professions - e.g. finance, science, communication, IT and engineering.<sup>[12]</sup>

Policymakers were also hopeful that Brexit would boost the number of returning expats,

Brain drain - target countries	GBGR / GBTR value	Net loss to this country
Germany	81% / 87%	-4,93
Austria	93% / 73%	-3,03
Netherlands	93% / 80%	-2,46
United Kingdom	93% / 87%	-2,45
Switzerland	70% / 73%	-2,22

however according to recent data, **Hungarians in Western Europe have settled for the long term**. The only area where a more dynamic return is seen, is from Austria, which being a border country is a target for many people looking for shorter term stays abroad.<sup>[13]</sup>

Recent surveys show that expats are not supportive of the current government policies. Expats expressed **negative favorability to environmental, foreign, economic, education, healthcare and poverty policies** and support

for the opposition was 4x higher than for the current government.<sup>[14]</sup>

These effects compound together, decreasing the competitiveness of Hungarian companies, discouraging foreign investment from Hungarian markets and putting a dent in the Hungarian GDP.

<sup>11</sup> Complete methodology of calculations found on p83 of the 2021 CEE Report, [LINK](#)

<sup>12</sup> World Bank & LinkedIn „Digital Data for Development”, [LINK](#)

<sup>13</sup> KSH (Central Statistics Office), [LINK](#)

<sup>14</sup> 21 Research Center, [LINK](#)

# About Open For Business

The purpose of Open For Business is to advance LGBT+ rights globally. We are doing this in two ways. At an international level, we are building a consensus amongst the business community that anti-LGBT+ policies run counter to the interests of business and economic development. At a local level, we are creating advocates in the local business communities, strengthening local business voices by providing them with evidence and fact-based arguments.

Three core objectives follow from this: first, to construct and promote unique research perspectives on the economic and business case for LGBT+ inclusion; second, to catalyze a collective voice on LGBT+ inclusion from the global business community; and third, to facilitate local networks of senior business leaders to advance LGBT+ inclusion.

---

**For more information contact:**

Ambró Stoics / Hungary Campaign Lead / [astoics@open-for-business.org](mailto:astoics@open-for-business.org)

George Perlov / Interim Executive Director / [george.perlov@open-for-business.org](mailto:george.perlov@open-for-business.org)





# Üzleti Alapozó a 2022-es Választásokhoz

A bizonyítékok azt mutatják, hogy az LMBTQ diszkrimináció negítívan hat a magyar gazdaságra, rontva a hazai vállalkozások versenyképességét, és elriasztják a potenciális befektetőket a magyar piactól. Ez Magyarország nemzetközi hírnevére is rányomta a bélyegét, károkat okozva a turisztikai szektorban. Mindeközben a kormány politikája egy közel 600 millió értékű negatív imázskampányt is kerített az országnak. Ezek együttes hatása pedig a magyar GDP-n érezteti a kellemetlen hatását.

## Bevezető

2022-ben Magyarország egy történelmi választásnak és népszavazásnak néz elébe, ami évekre eldönti, hogy az ország milyen irányt vesz az LMBTQ elfogadás területén. A kormánypártok győzelme érvényt szerezne az eddig folytatott gyűlöletkeltő politikának, és várhatóan az LMBTQ jogok további szűkítéséhez vezetne. Emberi jogi szervezetek aktívan kampányolnak a választók körében, hogy érvénytelenül szavazzanak a népszavazáson, hogy ezzel elvegyék az LMBTQ-ellenes narratíva erejét.

Míg a nyugati világ egyre inkább a nyitottság és az elfogadás irányába tendál, Magyarország nem mehet a másik irányba gazdasági következmények nélkül. Egyre több kutatás mutat rá a kiterjesztett emberi jogok pénzügyi értékére, ami arra sarkallja az üzleti döntéshozókat – mind intézményi, mind személyes szinten -, hogy egyre több figyelmet fordítsanak a társadalmak nyitottsági mutatószámaira. A következőkben célunk az, hogy számok és adatok segítségével mutassuk be miért éri meg egy ország számára elfogadónak lenni, folytatva a [2021-es CEE riportunkban](#) megkezdett munkát.

## Nemzeti hírnév

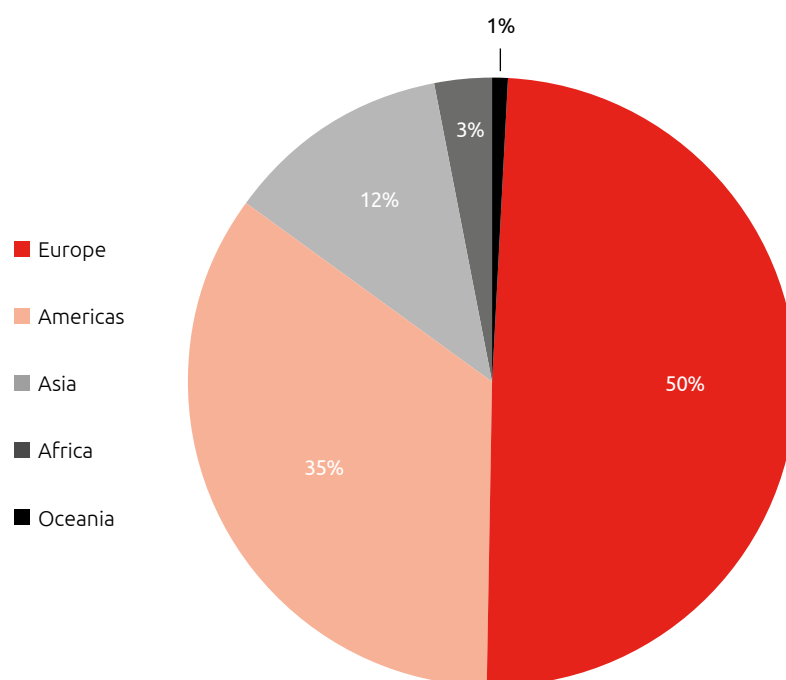
A 2021 júniusában elfogadott „gyermekvédelmi” törvény legfőbb célja az **LMBTQ témákat felölelő oktatási és média tartalmakhoz való hozzáférést ellehetetleníteni** kiskorúak körében.

A törvényt széleskörű támadások civil és politikai oldalról is és globálisan témává vált, annak köszönhetően, hogy a sport és kulturális hírekben is megjelent, miután nemzetközi sportolók és hírességek szólaltak fel a törvény ellen.

Az Signal AL médifigyelő szoftver adatai alapján a törvény életbelépése óta **85 ország közel 1400 online publikációja cikkezett** az „LMBTQ-ellenes” törvényről, több ezer anyagban, ezzel globálisan **3 milliárd fős közönséget** megszólítva.<sup>[1]</sup>

Ezeknek a **megjelenéseknek a hirdetési értéke eléri a 594 millió dollárt**. Ez olyan mintha a kormány ekkora összeget költött volna egy nemzetközi lejárató kampányra. Ez pedig mindössze a jéghegy csúcsa, mivel a fenti összeg csak az online médiumokat takarja, ha hozzávonnánk a TV, rádió, nyomtatott sajtó és közösségi média megjelenéseket, akkor jóval mélyebben kéne a zsebünkbe nyúlunk, hogy kompenzáljuk az okozott kárt. Minden egyes ilyen megjelenés rontja hazánk megítélését a döntéshozók, befektetők és hétköznapi fogyasztók szemében.<sup>[2]</sup>

Megjelenések régió szerint



<sup>1</sup> Signal AI, 2021.06-2021.12

<sup>2</sup> „1% szabály” alapján kalkulált érték. Minden megjelenés, az adott medium elérésének 1%-át éri dollárban..

## Európai Unió Források

Miután a bíróság elutasította a magyar és lengyel kormányok fellebbezését a jogállamisági mechanizmussal szemben, Magyarország bizonytalan helyzetbe került. Az **Európai Unió források visszatartása** egyre inkább valós fenyegetés. <sup>[3]</sup>

Magyarország gazdasági növekedése erősen támaszkodik a EU-s fejlesztési forrásokra. Ha ez a csap elzárul, az ország még inkább az külföldi cégek fejlesztéseire és befektetéseire kényszerül támaszkodni, mint a gazdasági növekedés mozgatórugója, mivel így azt sem kockáztatja, hogy megfutamodás látszatát kelti az EU-val szemben. Ez azonban jelentős mértékben felülértékeli a befektetők alkupozícióját.

## Külföldi tőkebefektetés

Míg a magyar kormány a keleti nyitás szerepét hangsúlyozta a gazdaságban az elmúlt évtizedben, az ország legfőbb befektetői továbbra is nyugatra találhatóak.

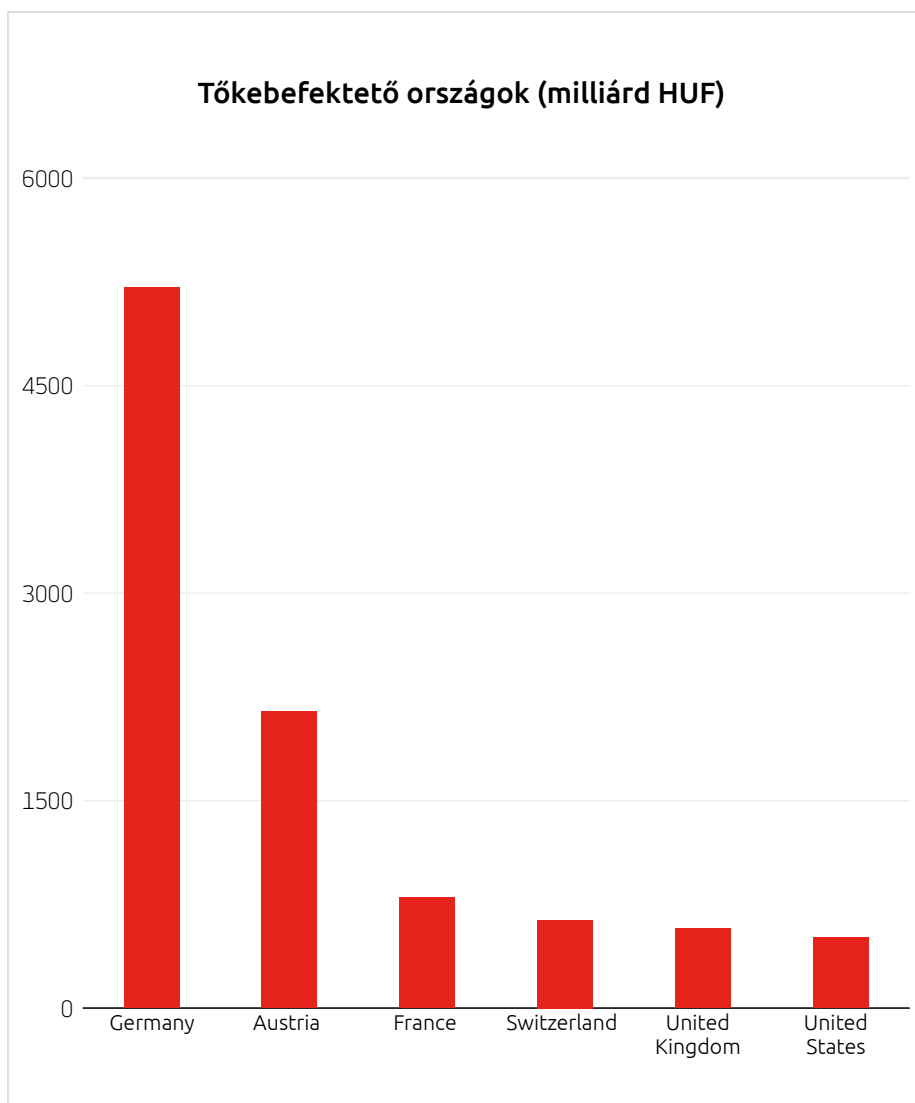
A külföldi vállalkozások hozzájárulása a GDP-hez, több mint 49%, ez az EU-s átlagérték duplája. Ezek alapján nem túlzás azt állítani, hogy a kormány kénytelen hallgatni a befektetők visszajelzéseire. <sup>[4]</sup>

A globális vállalkozások már felfedezték, hogy a nyitottság kifizetődő. Az LMBTQ-elfogadó vállalatokba történt befektetések 9,1%-os megtérülést hoztak 2010 óta, meghaladva a piaci átlagot. A hasonló nem-nyitott vállalatokból álló befektetési portfóliót pedig 378 bázisponttal előzte meg. A nyitottság egyre elfogadottabb mutatója a üzleti kockázat elemzéseknek, és nincs ez másképpen az országoknál sem. <sup>[5]</sup>

A vállalkozások virágznak a sokszínűséget és nyitottságot támogató környezetben, ezért befektetéseiknek olyan országokat keresnek célpontként, ahol ennek semmi sem szab gátat.

Az egyenlőségvédelem törvényi korlátjainak folyamatos lebontásával a külföldi befektetők **negítv visszajelzést kapnak** ezeken az egyre nagyobb szerepet játszó indikátorokon, ezzel a **régió más országait helyzetbe hozva**.

A Signal AI adatai alapján **magas intenzitású és magas elérésű sajtómegjelenések** voltak az LMBTQ ellenes törvénnyel kapcsolatban a Magyarországi befektetéseket adó legfőbb befektető országban. A megjelenések több mint fele, ebből a régióból származott.



<sup>3</sup> New York Times [LINK](#)

<sup>4</sup> KSH, [LINK](#)

<sup>5</sup> Credit Suisse ESG Research (2016) „LGBT: The Value of Diversity”, [LINK](#)

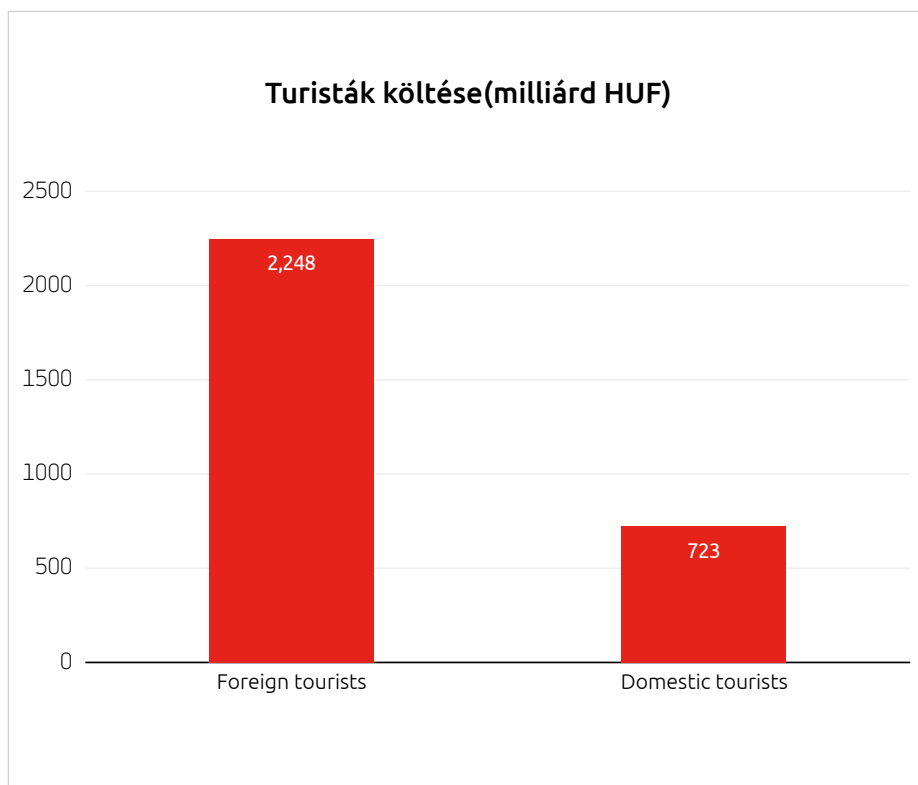
## Turizmus

Európa világszínvonalon is jelentős turisztikai célpontnak számít, amit a magyar kormány jó érzékkel felismert és az ország egyik kulcs iparává emelte, közel egymilliárd dollárnyi összeget befektetve az elmúlt évtizedben az MTÜ-n keresztül.

A COVID enyhülésével többmillió turista fog évek óta először külföldre látogatni 2022-ben. Ezek az utazók a magyar turizmus számára létfontosságúak. A külföldről érkezők 3:1 arányban járulnak hozzá a GDP-hez a belföldi turistákkal szemben. 2019-ben **2248 milliárd forintot hagytak hazánkban**. A célországok kiválasztásánál viszont szerepet játszik az adott ország és helyi kormányok nyitottsága a turisták számára. [6]

Bár könnyű elhessegetni az LMBTQ elfogadás témakörét, mint csak az LMBTQ embereket érintő dolgot, a Karib-tengeren végzett kutatások alapján az **átlagemberek véleményét is jelentősen befolyásolja** egy célországgal kapcsolatban, annak nyitottsága. A kutatás azt találta, hogy akár 5 százalékponttal emelkedik az adott országba ellátogatni tervezők száma, ha az LMBTQ jogokat erősítő törvényeket hoznak. Összehasonlításképpen Magyarország esetében egy **5%-os növekedés 112 milliárd forintot jelentene**. [7]

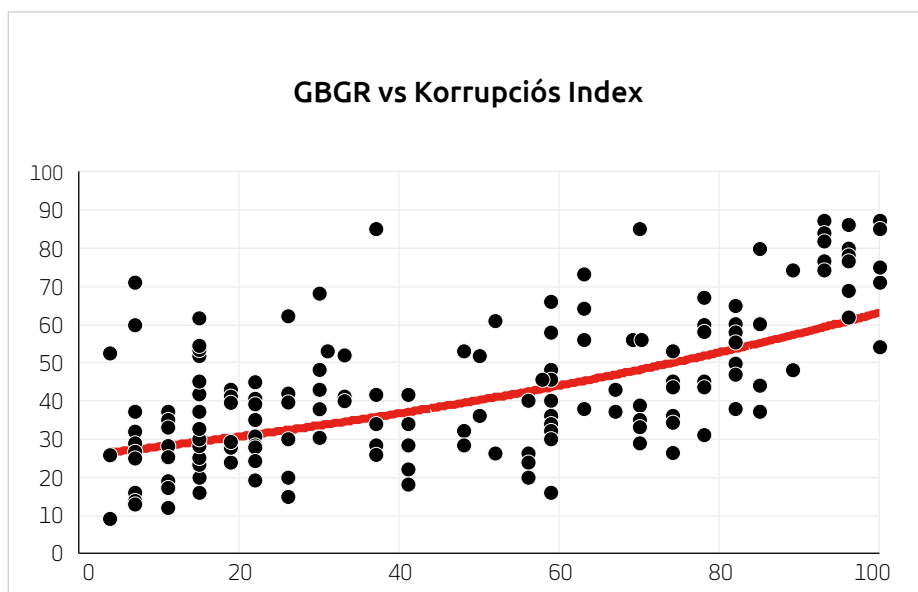
Az LMBTQ fogyasztók költését sem érdemes alulbecsülni. Globálisan az **LMBTQ közösség vásárlóereje 3.9 trillió dollár**, amelyből az **LMBTQ utazási piac kb 112 milliárdot** tesz ki. [8][9]



## Korrupció

A közép-európai térségben kialakuló stagnációért egyes elemzők egyre inkább a nepotizmust és korrupciót teszik felelőssé. A diverzitást és elfogadást erősítő kormányzati intézkedések segítik a hatalom egyenletesebb eloszlását, erősítve a transzparenciát, hozzájárulva a korrupció visszaszorításához.

A Transparency International **korrupciós indexe** szerint Magyarország 43%-al a **második legrosszabb helyen áll az EU-ban** Bulgária mögött. Az EU-15 átlag 74%. Az országok korrupciós indexe és meleg jogok globális barométere (GBGR) között korreláció mutatkozik, ami megerősíti a hipotézist, mi szerint a **korrupció és az LMBTQ diszkrimináció kéz a kézben járnak**. [10]



<sup>6</sup> KSH, 2004-2019

<sup>7</sup> Open For Business Survey 2 data, UNWTO International Tourism Highlights

<sup>8</sup> LGBT Capital, [LINK](#)

<sup>9</sup> Out Now LGBT2030, [LINK](#)

<sup>10</sup> Transparency International, [LINK](#)

## Diszkrimináció és agyszívás

A 2021-es Open For Business kutatás már a LBMTQ-ellenes törvény elfogadása előtt is rámutatott több gazdaságra káros tényre, amit az azóta történt események, csak megerősítettek.

A diszkrimináció éves költségét 63,9-96,9 milliárd forint között becsülték – ez a GDP 0,14-0,23%-a. Ez az összeg az LBMTQ fizetési szakadékból, a diszkrimináció okozta stressz miatti hatékonyságvesztésből és egészségügyi költségekből tevődik össze. <sup>[11]</sup>

A diszkrimináció ezen felül erősíti az „agyszívást”, ami a munkaerőt elfagóbb, nyugati országokba csatornázza. A legnagyobb vesztesei ennek a jövő-orientált szakmák (pénzügy, tudomány, kommunikáció, IT és mérnöki szakmák). <sup>[12]</sup>

Agyészívás - célországok	GBGR / GBTR érték	Net munkaerő-veszteség
Németország	81% / 87%	-4,93
Ausztria	93% / 73%	-3,03
Hollandia	93% / 80%	-2,46
Egyesült Királyság	93% / 87%	-2,45
Svájc	70% / 73%	-2,22

A Brexit hatására a kormány reménykedett benne, hogy visszatérnek az elvándoroltak, de a legfrissebb adatok szerint **a nyugat-európai magyarok hosszútávra rendezkedtek be**. Az egyetlen terület, ahol dinamikusabb lett az áramlás, az Ausztria, amelyik közelsége miatt jobb célország a rövid távú külföldi munkavállalóknak. <sup>[13]</sup>

A jelenlegi kormánynak nincs sok esélye hazacsábítani az elvándoroltakat. A felmérések alapján a külföldre vándorolt magyarok nem

támogatják a kormány jelenlegi politikáját. Negatívan értékelték a környezetvédelmi, külpolitikai, gazdasági, oktatási, egészségügyi és szociális intézkedéseiket is és az ellenzék támogatottsága 4x volt a körükben. <sup>[14]</sup>

Ezek a hatások egymásra épülve csökkentik Magyarország és a magyar vállalkozások versenyképességét, elbizonytalanítva a külföldi befektetőket a hazai piactól és végsősoron nagy szeleteket kihalítva a GDP-ből.

<sup>11</sup> A kalkulációk részletes módszertana a 2021 CEE Report 83. oldalán, [LINK](#)

<sup>12</sup> World Bank & LinkedIn „Digital Data for Development”, [LINK](#)

<sup>13</sup> KSH (Central Statistics Office), [LINK](#)

<sup>14</sup> 21 Research Center, [LINK](#)

# Az OFB-ről

Az Open For Business célja az LMBTQ jogok előremozdítása világszerte. Ezt két módon érjük el. Nemzetközi szinten konszenzust építünk az üzleti közösségekben arról, hogy az LMBTQ-ellenes intézkedések az üzleti érdekekkel és gazdasági fejlődéssel szembemennek. Helyi szinten pedig segítjük az LMBTQ elfogadásért kiálló vállalkozások és közösségek hangját felerősíteni, javítani a hozzáférésüket a szükséges bizonyítékokhoz és adatokhoz.

Ez alapján három központi célunk van: először, támogatni és elősegíteni az olyan kutatási témákat, amik alátámasztják az LMBTQ elfogadás gazdasági hatásait; másodsor, felerősíteni az globális üzleti közösség elfogadást sürgető üzeneteit; és harmadszor, közösséget és kapcsolatrendszert kiépíteni a helyi üzleti vezetők és döntéshozók körében az LMBTQ elfogadás előremozdítása érdekében.

---

## **További információért:**

Ambró Stoics / Hungary Campaign Lead / [astoics@open-for-business.org](mailto:astoics@open-for-business.org)

George Perlov / Interim Executive Director / [george.perlov@open-for-business.org](mailto:george.perlov@open-for-business.org)



Open  
For  
Business