

**AZ ECONET.HU  
MÉDIA, TELEKOMMUNIKÁCIÓS ÉS VAGYONKEZELŐ  
NYILVÁNOSAN MŰKÖDŐ RÉSZVÉNYTÁRSASÁG  
KÖZGYŰLÉSI ELŐTERJESZTÉSE A CÉGCSOPORT STRATÉGIÁRÓL**

*Az econet.hu Nyrt. 2007. július 23-i közgyűlése fogadta el az akkor kialakított új stratégiának (Média és Telekommunikáció) megfelelő cégcsoport struktúrát. Az azóta eltelt időszakban - jelentős részben az alapjaiban átalakult világgazdasági környezet miatt - olyan lényeges változások történtek a cégcsoport életében, amik indokoltá teszik a stratégia megújítását is.*

**I.**

A korábbi tagolástól eltérően a cégcsoportnak csak egy üzletága van, a Média Üzletág. Ennek központi cége az Est Media Group Kft. (EMG), amely 100 százalékban az econet.hu Nyrt. tulajdonában áll.

Az EMG valamennyi média-befektetés tulajdonosaként előkészíti a Média Üzletágot érintő stratégiai döntéseket, valamint kialakítja és végrehajtja az Üzletág üzletpolitikáját, továbbá működteti az integrált belső ellenőrzés rendszerét.

Az EMG alá tartozó média-portfólió négy szervezen összetartozó és egy, jelenleg függetlenül működő (event) üzletágra tagolódik, melyeket a jelenlegi termékeinkkel az alábbi ábra szemléltet:



A Média Üzletág tevékenysége az alábbiakban jelzett kivételektől eltekintve vagy 100 százalékban EMG tulajdonban álló vagy az EMG többségi tulajdonában álló cégeken keresztül valósul meg.

Rövidtávú feladat, hogy a 100 százalékban EMG tulajdonú - illetve az EMG által kötött megállapodás alapján hasznosított - termékekhez kapcsolódó tevékenységek a jelenleginél még kevesebb cégben valósuljanak meg. Ide tartoznak a Pesti Est, a Pesti Est Különszámok, az EMG Online (a [www.songo.hu](http://www.songo.hu) kivételével) és a radiocafé 98,6.

A többségi EMG részesedéssel működő termékekhez kapcsolódó tevékenységek a külső stratégiai partnerekkel közös tulajdonú társaságokban zajlanak. Ide tartoznak - zárójelben feltüntetve az EMG részesedés mértéke - az EMG Online területén a [www.songo.hu](http://www.songo.hu) (90 százalék), az EMG Indoor (75 százalék), a Fidelio Est (60 százalék) és a Time Out Budapest (80 százalék).

Az országosan megjelenő Est Lapokat franchise-szerződés keretében az EMG 5 százalékos részvételével működő Est Lapok Kft. adja ki.

Az EMG Event üzletága a jelenleg 26 százalékban EMG tulajdonban álló Sziget Kft. által szervezett rendezvényekben testesül meg. A Sziget Kft. és rendezvényei megvásárlására vonatkozó szerződésrendszer alapján, az évente - legközelebb 2010. október 15-én - fizetendő teljesítményfüggő vételárrészek ellenében az EMG 2013-ra a Sziget Kft. 75 százalékos tulajdonosává válik.

Az EMG rövid távú célja a világgazdasági válság negatív hatásainak kivédése. Közép- és hosszú távú stratégiai célkitűzése az, hogy a jelenlegi portfólióját egy még szélesebb alapokon nyugvó, több médiatípust lefedő, egységes irányítású, a jelenleginél üzemgazdaságosabb működésű média-portfólióvá fejlessze.

Erre - a meglévő brandekre építve vagy ezeket kiterjesztve, illetve új brandek létrehozásával vagy megszerzésével - három módon nyílhat lehetőség:

- (a) akvizíciók útján,
- (b) saját vagy külső partnerrel közös termékfejlesztéseken keresztül (például az Est Neked című hetente jelentkező televíziós műsor elindítása),
- (c) reklámértékesítési vagy kiadói képviselő ellátásával (erre a közelmúltban három példa is volt: a TimeOut Budapest megjelentetése, a facebook.com magyarországi reklámértékesítésének ellátására, valamint a Tesco egyes reklámfelületeire vonatkozó kizárólagos értékesítési jog megszerzése).

Az EMG média-portfóliójának gerincét a fogyasztó számára ingyenes termékek alkotják. Ez a szegmens - bár reklámpiaci kitettsége kétségtelenül nagyobb, mint a „fizetős” médiáé - hosszú távon is életképes és sikeres tud lenni, legyen szó akár elektronikus, akár nyomtatott vagy online médiáról.

Az EMG Event üzletágában ezzel szemben - a Gyerek Sziget kivételével - a fizetős (jegyáras) modell érvényesül. Ebből adódóan itt állandó célunk az optimális (magas, de az egyes rendezvényeket nem túlterhelő, a szponzorok és egyéb hirdetőik számára is értéket képviselő) látogatószám elérése. Ez egyrészt a közérdeklődésre számot tartó, színvonalas programok létrehozásával, másrészt a közösségi élmény feltételeinek megteremtésével lehetséges,

ugyanakkor folyamatosan ellensúlyozni kell a jegyvásárlás ellen ható mindenkor változó körülményeket is (pl. 2009-es diák-kedvezmény a Sziget Fesztiválra). Közép- és hosszú távon itt is célunk, hogy akár a magyar, akár más piacokon újabb, az előzőekben írtaknak megfelelő rendezvényeket hozzunk létre, alapvetően a Sziget Kft-ben felhalmozott tapasztalatra és üzleti kapcsolatrendszerre alapozva.

Az EMG portfóliója - jelenlegi méretében is - mind célcsoportját, mind az előállítás módját tekintve szinergikus egységben működik. Célunk, hogy ez a rendszer a fentiek szerint egyre növekvő méretben és egyre növekvő mértékben legyen képes a médiatermékek igénybevevőit (olvasók, nézők, hallgatók, látogatók) értékes, érdekes, igényes és hiteles információkkal ellátni és szórakoztatni.

A fentiek megvalósulásával természetesen a média-portfólió hirdetési felületeinek értékesítése is hatékonyabban történhet, hiszen egyrészt a sajtóportfólióban az ingyenesség ténye, az event portfólióban pedig az érdeklődés mértéke lehetővé teszi a magas eléréseket egy-egy célcsoporton belül. Ezáltal a rendszer a magyarországi 15-39 éves fiatalokat egyedülállóan nagy tömegben és mégis jól pozicionálható eléréssel tudja megszólítani. Az EMG termékei így a hirdetőik számára is értékes reklámeszközökként szolgálnak, ugyanakkor média- illetve event piaci súlyt is képviselnek.

A portfólió növelését célzó tervek megvalósításához komoly támogatást adhat az anyavállalati háttér, amely a tőkepiaci jelenléttel az akvizíciós lehetőségek területén már az elmúlt években is jelentős hozzáadott értéket teremtett. Az EMG már most is jelentős szereplője a hazai médiapiacnak, célunk, hogy hosszútávon egyértelműen a legnagyobb magyar médiatulajdonosok közé tartozzon.

## **II.**

Az econet.hu Nyrt. mint gazdasági társaság szintjén alapvetően média fókuszú vagyonkezelési tevékenység folyik. Ez a Média Üzletág, valamint az econet.hu Nyrt. 2007 előtt szerzett nem média jellegű befektetéseinek tulajdonosi irányítását és ellenőrzését foglalja magában.

Itt zajlik a Média Üzletágat érintő stratégiai döntések meghozatala, a cégcsoport központi adminisztrációja és az esetleges akvizíciós tevékenység.

A Média Üzletág tekintetében cél, hogy az anyavállalati tőkepiaci jelenlét közép- és hosszú távon elősegíthesse az Üzletág már leszerződött (Sziget Kft. akvizíció), illetve ezen túlmenő növekedését.

A nem média jellegű befektetések esetében kiemelt célkitűzés, hogy az azokkal kapcsolatos költségek és egyéb erőforrás-igények minél előbb megszűnjenek, lehetőséget teremtve ezzel arra, hogy az econet.hu Nyrt. tevékenysége is a Média Üzletággal kapcsolatos feladatokra összpontosulhasson.

Ez a célkitűzés az ilyen jellegű befektetések értékesítésével, kiszervezésével vagy külső befektető partnerrel történő közös kezeléssel is megvalósítható.

Eladás esetén előnyként jelentkezhethet, hogy a befolyó bevételek erősítenék a Média Üzletág működését, ugyanakkor valószínűsíthető, hogy a jelenlegi gazdasági válságkörnyezetben kedvezőtlen értékeltségi szinteken történő azonnali értékesítésekre kerülhetne csak sor. Tekintve azonban, hogy összességében fontosabb szempont a stabil likviditás, mint a nem média befektetések megőrzése, ezek felvállalhatóak, ha üzemi szintű költség- és egyéb erőforrás megtakarítást jelentenek.

A fentieknek megfelelően az econet.hu Nyrt. legfontosabb stratégiai célja az, hogy a legismertebb magyar média brandek sokaságát birtokló áramvonalas és hatékony médiavállalkozássá válják. Célunk továbbá, hogy az econet.hu Nyrt. - amely a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén jelenleg egyedüliként reprezentáló cégcsoport -, üzletmenetében könnyen áttekinthetően működjön, ahol az előállított érték mindenki számára hozzáférhető (olvasható, látható, hallgatható, látogatható), az üzleti döntések eredményei lemérhetőek.

Az econet.hu Nyrt. legtöbb média brandje mögött magyar sikertörténetek állnak, célunk, hogy a stratégiánk megvalósításával ezekre alapozva egy olyan újabb sikertörténetet hozzunk létre, melyben a tőzsdén keresztül bárki részt vehet, azt magáénak érezheti.

### **III.**

Az econet.hu Nyrt. Igazgatóságának, illetve az Igazgatóság elnökének feladata lesz az I. és II. pontokban meghatározott célok eléréséhez szükséges valamennyi - a közgyűlés kizárólagos hatáskörébe nem tartozó - döntés meghozatala, végrehajtása és ellenőrzése, az ezekhez szükséges emberi és menedzsment erőforrások átcsoportosítása.