



az EST MEDIA Vagyonkezelő Nyrt.

2011. III. negyedéves
IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentése

2011. november 18.

ESTMEDIA PESTI-FESTI ESTAPROK EXIT SAPTE SERI ηχογραμματα est.hu



ÖSSZEFOGLALÓ

3

ÜZLETI JELENTÉS

6

- 7 | I. Bevezetés
- 9 | II. Vállalati események és eredmények, konszolidált eredmények
 - 9 | II.1. Vállalati események
 - 14 | II.2. Vállalati eredmények
 - 16 | II.3. Konszolidált adatok
- 18 | III. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei
 - 21 | III.1. Részvény adatok
- 22 | IV. Médiapiaci környezet
- 23 | V. Event üzletág
 - 23 | V.1. A Sziget-akvizíció
 - 24 | V.2. A Sziget-akvizíció jelentősége
 - 24 | V.3. Fesztiválok
- 25 | VI. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai
- 27 | VII. A Társaság rövid- és középtávú feladatai
- 28 | VIII. A Társaság főbb célkitűzései

2

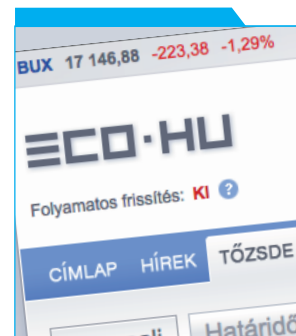
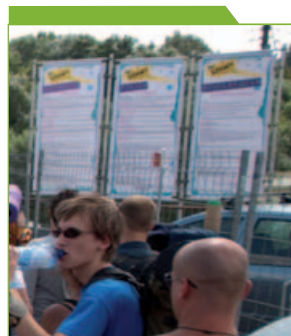
A JELENTŐSEBB TÉTELEK,
VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA

29

- 30 | I. Mérleg
 - 31 | I.1. Eszközök
 - 33 | I.2. Források
- 35 | II. Eredménykimutatás

ADATLAPOK

37



- ▶ 44 | programajánló
- ▶ 46 | könyv
- ▶ 47 | színház
- ▶ 48 | kiállítás
- ▶ 56 | előadás, fesztivál
- ▶ 64 | Bp. Fashion Video Fesztivál 2011
- ▶ 66 | november
- ▶ 67 | színpalak mögött
- ▶ 67 | sport
- ▶ 68 | gasztró
- ▶ 72 | programajánló
- ▶ 74 | friss zene
- ▶ 76 | napi bontás
- ▶ 102 | koncertbontás
- ▶ 4 | interjú
- ▶ Kicsillag
- ▶ 60 | apró
- ▶ 91 | játék
- ▶ 106 | képregény

17	CSÜTÖRTÖK	Hortenzia	Gergő
18	PÉNTEK	Jenő	
19	SZOMBAT	Eszter	Zsóka, Liza
20	VASÁRNAP	Jolán	

007. oldal
Filmpremier
ALKONYAT
HAJNALHASADÁS I. RÉSZ

Filmpremier
Filmkereső
Moziműsor
Filmhírek, DVD

KAJAPIA
UTAZÁS
TURMIX 057-082

035-053. oldal



Koncert&parti
Napibontás
Klubadatok
Zenehírek
Zeneinterjú
Lemez

058-061
062-065
066
067-070
070
072-073
074-076
078-079
080
081-082

Kiállítás
Mix
Színházajánló
Színházműsor
Könyv
Tévé
Sport
Street
Horoszkóp
Interjú

MIT A HÉTEN SZERINTÜNK ÉRDEMES



- 23. | SZERDA
Kelemen, Klementina
- 20. | VASÁRNAP
Jolán
- 19. | SZOMBAT
Ébet, Zsóka, Liza

8. oldal
film
Alkonyat
- Hajnalhasadás
I. rész

ESZTŐSÉG
Budaker Judit,
András,
Rakó Vera,
Judith, Wittmann Viktória
Páti, Szűcs Brigitta,
Luzsanna
Bácsa Endre,
Értés

PROGRAMOKAT A programok@emgmedia.hu címre várjuk.
Hirdetési információ: 1/436-5023
exithirdetes@emgmedia.hu
Megjelenik szerdánként.
Hirdetési lapzárta megjelenés előtti héten szerdán, 15 órakor.

IMPRESSZUM
Kiadja az EXIT Kiadói Kft., 1036 Budapest, Lajos u., 74-76.
Felelős kiadó: Radányi László, ügyvezető igazgató
Főszerkesztő: Morvai Edina

NYOMDA
Théma Nyomda, 1106 Budapest, ...
Ügyvezető igazgató: ...
ISSN 1799-1018



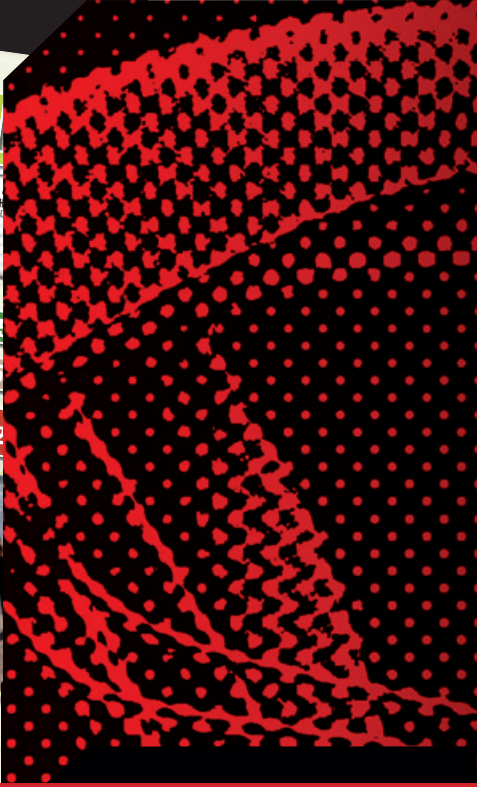
Сюзан Фарел
среща с една легенда 06



04 МОКТОР премиера на Карибску пирати: В непознати Сюзан Фарел, парти за брой Лито 2011 на Егно в Митаре в Sofia Live Club. Дневникът на един луд старец в в кино интервю с гуджей Кентаро. Базар на книгата в НДК, у разговорка с Миленица 16 Бохеми. Мисионерити 29 36 Вълдарският модел, Трансперс Tranquility, Сесили Норби, Youi Aones 45



FILM	6
TEATRU	24
EXPO	30
ZILE	36
CENTRUL VECHI	58
CAFFÈ	64
BAR & CLUB	70
RESTAURANTE	76
TURISM	89
LIFE STYLE	92



összefoglaló

Az EST MEDIA Nyrt. stratégiája szerint a Társaság fókuszterülete a média. A médiapiac fejlődésére elsősorban a teljes hirdetési piac volumenének alakulása hat, aki bármilyen platformon népszerű és hirdetési szempontból értékes terméket tud előállítani, az sikeres lehet, mindez szaktudás és piacismeret kérdése. A Társaság alapvető célja a médiatermékek eredményességének javítása, a növekedési lehetőségek megragadása mellett.

A cégcsoport stratégiájának megvalósítása körében 2009 és 2011 eleje között a széles, intenzíven fejlődő és több lábon álló portfólióban láttuk a növekedés és az eredményes működés zálogát. 2011 első negyedévének végére azonban világossá vált, hogy – nem kis részben a világgazdasági válság és annak a magyar reklámpiacra gyakorolt elhúzó negatív hatása miatt – a csökkenő eredménytermelő képességű vagy veszteségbe forduló hagyományos média tevékenységeink, az új piaci területekre való belépés költségei és kezdeti veszteségei, valamint az akvizíciós növekedés együtt és egyszerre nem finanszírozható. Ennek megfelelően szükségessé vált a cégcsoport új szervező elv mentén történő reorganizációja, amely a rövid távú üzemi eredményesség elérését és növelését helyezi előtérbe a hosszú távú perspektívában értelmezhető, szélesebb alapokon nyugvó, de rövidebb távon ráfordításokkal járó sokelemű portfólió üzemeltetésével szemben. A reorganizáció keretében a III. negyedévben új tőke bevonására, hazai és nemzetközi akvizíciókra is sor került. Ez a megelőző évek üzemi veszteségeinek fedezésén túl a bizonyítottan sikeres alaptevékenységekhez (program guide, event) való visszatérést és egyben ezek terjeszkedését is elősegíti: a cégcsoport programkalauz termékei három országban, a 40 milliós magyar, román és bolgár piacot lefedve, platform-függetlenül lesznek elérhetőek.

Az EST MEDIA Nyrt. a magyar médiapiac egyik jelentős szereplőjeként nem vonhatja ki magát az iparágra jellemző piaci környezet alól sem. A médiapiac, illetve az EST MEDIA portfóliója szempontjából meghatározó jelentőségű reklámpiac mérete mindenkor a belső fogyasztás függvénye. Önmagában azonban a GDP növekedése – amennyiben annak fő tényezői az exportra termelő nagyvállalatok – nem eredményezi a belső fogyasztás egyidejű lényeges növekedését, ráadásul a fogyasztói szokásokat nagyban befolyásolhatják egyéb makrogazdasági tényezők is (pl. árfolyamok, kamatszintek). Az elmúlt két évben a magyarországi reklámpiac először jelentősen szűkült, majd ezen a beszűkült szinten látszik stabilizálódni.

A reorganizációs lépések – elsősorban a veszteséges üzletágak leépítése – miatt a Társaság konszolidált árbevétele a 2010-es éves adatokhoz képest csökkenni fog.

A 2011. év I. negyedévével kerül sor a Sziget Kft. és fesztiváljai (EMGEEvent üzletág: Sziget Fesztivál, Heineken Balaton Sound, VOLT Fesztivál, Budai Gourmet) teljesítményének az egész beszámolási időszakot lefedő teljes körű konszolidációjára. Az EMGEEvent teljesítményének köszönhetően a 2011Q3 üzemi eredmény és EBITDA szinten pozitív eredményt hozott.

- A 2011. év első kilenc hónapjában a Társaság konszolidált árbevétele 6,07 milliárd forint volt.
- A cégcsoport 2011. 1-9. havi üzemi eredménye és EBITDA-ja 50, illetve 86 millió forinttal haladták meg a bázisidőszaki adatokat.
- A cégcsoportnak az egyszeri, az üzleti tevékenység eredménye alatti tételektől megtisztított adózott vállalkozási eredménye 10 százalékos, mintegy 30 millió forintos javulást mutat.
- A 2011Q3 üzemi eredménye meghaladja a 44 millió forintot, míg az EBITDA-ja csaknem 97 millió forint. Ez az előző év azonos időszakához képest 140, illetve 156 millió forintos javulást jelent.

1./A Ábra: A 2010Q1-Q3 és 2011Q1-Q3 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb eredményadatainak, illetve a 2010Q1-Q3 és 2011Q1-Q3 IFRS szerint konszolidált, nem auditált, az egyszeri, az üzleti tevékenység eredménye alatti tételektől megtisztított adatainak az összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010Q1-Q3	2011Q1-Q3	Változás (%)	2010Q1-Q3*	2011Q1-Q3*	Változás (%)
Árbevétel	2 468 745	6 071 339	146	2 468 745	6 071 339	146
Üzemi eredmény	-338 909	-288 172	15	-338 909	-288 172	15
Értékcsökkenés	109 087	145 029	33	109 087	145 029	33
EBITDA	-229 822	-143 143	38	-229 822	-143 143	38
Adózott vállalkozási eredmény	-564 900	-782 947	-39	-303 350*	-273 924*	10

* az egyszeri, az üzleti tevékenység eredménye alatti tételektől megtisztított adózott vállalkozási eredményt tartalmazó adatok

1./B Ábra: A 2010Q3 és 2011Q3 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések egyes főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010Q3	2011Q3	Változás (%)
Árbevétel	859 949	4 884 129	468
Üzemi eredmény	-95 364	44 264	146
Értékcsökkenés	35 922	52 652	47
EBITDA	-59 442	96 916	263

PANKOTAI CSABA

az EST MEDIA Nyrt.

vezérigazgatója

a 2011. év III. negyedéről
és az elkövetkező időszakról:



„2011 harmadik negyedéve óriási jelentőségű volt az EST MEDIA életében. Stratégiai üzletfejlesztési szinten konkretizálódott a vállalat jövőbeni tevékenységének és ezzel összefüggésben lehetséges növekedésének, kiterésének iránya. A korábban meghatározott átalakuláshoz, regionális terjeszkedéshez, és az elmúlt időszak negatív hatásai kompenzálásához szükséges tőkebevonás előkészítése, majd lebonyolítása sikeresen megvalósult. A reorganizációs tervben meghatározott terveknek megfelelően ebben az időszakban befejeződött a rövid vagy középtávon eredménytermelésre nem képes tevékenységek leépítése. Ugyanakkor tovább folytatódott a vállalati szerkezet átalakítása, racionalizálása, aminek következményeképpen sikerült mérsékelni a korábbi veszteségeket, és meghatározásra kerültek azok a további lépések, amelyek elvégzése után már eredményes működés tervezhető. Ezeknek köszönhetően a következő időszakban az EST MEDIA három országban felhalmozott szakértelmét arra az innovációs munkára koncentrálhatja, amellyel nagy múltú, tradicionális márkáit tovább fejleszti. Ennek révén a dinamikusan változó médiapiac által támasztott követelményeknek a legmesszemenőbbekig megfelelő termékekre támaszkodva folytathatunk majd sikeres üzleti tevékenységet a régióban.

Az akvizíció lezárásával a szinergiák jövőbeni jobb kihasználására, az operatív kérdésekre kerülhetett a hangsúly az Event üzletággal kapcsolatban is. Itt leginkább a portfólióba újonnan bekerült külföldi termékekkel való együttműködési lehetőségek feltérképezése, és azok piacainak az event tevékenység szempontjából való értékelése került előtérbe.”



üzleti jelentés

6

- 7 | I. Bevezetés
- 9 | II. Vállalati események és eredmények, konszolidált eredmények
 - 9 | II.1. Vállalati események
 - 14 | II.2. Vállalati eredmények
 - 16 | II.3. Konszolidált adatok
- 18 | III. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei
 - 21 | III.1. Részvény adatok
- 22 | IV. Médiapiaci környezet
- 23 | V. Event üzletág
 - 23 | V.1. A Sziget-akvizíció
 - 24 | V.2. A Sziget-akvizíció jelentősége
 - 24 | V.3. Fesztiválok
- 25 | VI. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai
- 27 | VII. A Társaság rövid- és középtávú feladatai
- 28 | VIII. A Társaság főbb célkitűzései

Az EST MEDIA Nyrt. 2009. július 6-i Közgyűlése által elfogadott új cégcsoport stratégia szerint a Társaságnak egy üzletága van, a Média Üzletág. Ennek központi cége az EMG Média csoport Kft. (EMG), amely 100 százalékban az EST MEDIA Nyrt. tulajdonában áll.

Az új stratégia megvalósítása körében 2009 és 2011 eleje között a széles, intenzíven fejlődő és több lábon álló portfólióban láttuk a növekedés és az eredményes működés zálogát. 2011 első negyedévének végére azonban világossá vált, hogy – nem kis részben a világgazdasági válság és annak a magyar reklámpiacra gyakorolt elhúzódnó negatív hatása miatt – a csökkenő eredménytermelő képességű vagy veszteségbe forduló hagyományos média tevékenységeink, az új piaci területekre való belépés költségei és kezdeti veszteségei, valamint az akvizíciós növekedés együtt és egyszerre nem finanszírozható. Ennek megfelelően szükségessé vált a cégcsoport új szervező elv mentén történő reorganizációja, amely a rövid távú üzemi eredményesség elérését és növelését helyezi előtérbe a hosszú távú perspektívában értelmezhető, szélesebb alapokon nyugvó, de rövidebb távon ráfordításokkal járó sokelemű portfólió üzemeltetésével szemben. A cégcsoport reorganizációs intézkedési tervét a Társaság 2011. június 24-i közgyűlése fogadta el. A reorganizált, nyereség termelésére képes működés alapjait a tárgyidőszak végéig leraktuk.

Az EST MEDIA Nyrt. a magyar médiapiac egyik jelentős szereplőjeként nem vonhatja ki magát az iparágra jellemző piaci környezet alól. A médiapiac, illetve az EMG portfóliója szempontjából meghatározó jelentőségű reklámpiac mérete mindenkor a belső fogyasztás függvénye. Önmagában azonban a GDP növekedése – amennyiben annak fő tényezői az exportra termelő nagyvállalatok – nem eredményezi a belső fogyasztás egyidejű lényeges növekedését, ráadásul a fogyasztói szokásokat nagyban befolyásolhatják egyéb makrogazdasági tényezők is (pl. árfolyamok, kamatszintek). Az elmúlt két évben a magyarországi reklámpiac először jelentősen szűkült, majd ezen a beszűkült szinten látszik stabilizálódni.

A reorganizációs lépések – elsősorban a veszteséges üzletágak leépítése – miatt a Társaság konszolidált éves árbevétele a 2010-es éves adatokhoz képest csökkenni fog.

A cégcsoport stratégia mindennapi megvalósítása során alapvető célunk a médiatermékeink eredményességének javítása, miközben folyamatosan keressük az ésszerű és a reorganizációs célokhoz megfelelő növekedési lehetőségeket is. Üzleti stratégiánkat a következő működési elvekben foglalhatjuk össze:

Egyedi és vonzó tartalom, erős brandek

A legtöbb média brandünk már sok éve tartja vezető helyét az adott piaci szegmensben. A helyi, az országos és a nemzetközi piacismeret, valamint az egyedi és vonzó tartalmak (a nyomtatott információk, online megjelenések, fesztivál- és egyéb programok) előállításának kulcsa annak, hogy a különféle termékeink célközönségének igényeit kielégíthessük. Így folyamatosan kutatjuk a piacainkat, elemezzük a magunk és versenytársaink tevékenységének adatait, valamint minden lehető erőfeszítést megteszünk az alkotómunka területén is annak biztosítása érdekében, hogy az előállított tartalmaink a közönségünk számára mindenkor érdekesek, érvényesek, tartalmasak és szórakoztatóak legyenek és ezen keresztül erősítsük az egyes termékeink márká imázsát és a cégcsoport kedvező megítélését.

A nem-digitális brandek kiterjesztése digitális platformokon keresztül

Az elmúlt években megkezdtük nem-digitális tartalmaink digitális platformokon keresztül történő kiterjesztését (est.hu, sziget.hu, stb.). A meglévő digitális csatornák és a technológia fejlődésével előállt vagy előálló újabb platformok (pl. mobil- és tablet eszközök) kitűnő lehetőséget nyújthatnak arra, hogy közönségünk új módokon férhessen hozzá tartalmainkhoz. Ez számunkra újabb, a közönséggel közvetlen kapcsolatot lehetővé tévő értékesítési csatornákat is jelenthet majd egyben.

Hatékony eszközök a reklámozók számára

A reklámpiaci bevételek megszerzéséért erős és várhatóan tovább erősödő versenyben kell részt vennünk. A versenyben való sikeres részvétel érdekében fenn kell tartanunk és növelnünk kell brandjeink közönségét, optimalizálnunk kell az árazásunkat és olyan innovatív marketing eszközöket kell kifejlesztenünk ügyfeleink számára, amelyekkel közvetlenebb és mérhetőbb módon tudják elérni a célközönségüket. Cégcsoportként széles körű, nemzetközi cégcsoportként pedig több piacot lefedő egységes eszközrendszerrel állíthatunk hirdetőink szolgálatába, amivel a kevesebb médiatermékkel vagy kevésbé összetett portfólióval rendelkező versenytársainknál jobb ár/értékarányú megoldásokat kínálhatunk.

Az értékesítés új piaci szegmensekre történő kiterjesztése

Az erősödő verseny aktív magatartást kíván: minden olyan potenciális hirdetői szegmenst fel kell kutatnunk és meg kell szólítanunk, ahol úgy látjuk, hogy egy eddig nem vagy nem kellően kiszolgált hirdetői igényt reklám- és marketing eszköztárunkkal ki tudunk elégíteni.

A működés hatékonyságának növelése

Alapvető fontosságú, hogy a Társaságot és leányvállalatait a lehető leghatékonyabb módon működtessük. Ezt segíti elő a reorganizációs folyamat is.

Új irányok keresése a hosszú távú növekedés és értékteremtés érdekében

Ugyan elsődlegesen a rövid távú teljesítmény javítására összpontosítjuk erőfeszítéseinket, de azt is fontosnak tartjuk, hogy a hosszabb távú növekedési lehetőségeket is kihasználjuk. A legutóbbi időszak legjobb példája erre a Sziget-akvizíció, amelynek rövid távú hatásai az árbevétel növekedésében és az üzemi szintű eredményesség javulásában már 2010-ben mérhetőek voltak. A hosszabb távú, új földrajzi piacokra is kiterjedő növekedési potenciál kiaknázása a programkalauzok területén már megkezdődött, ez Event területen pedig előkészítés alatt áll.

A fenti működési elveknek felel meg a Társaság 2011. július 31-én közzétett és a 2011. szeptember 14-i tőkeemelés során realizálódott azon terve is, hogy a bizonyítottan sikeres alapokhoz (program guide, event) visszatérve, azokra építve egyfelől megfontolt hazai és nemzetközi terjeszkedést valósítson meg a programmagazinok és a rendezvények területén, másfelől a program guide tartalmait különféle brand nevek alatt platform-függetlenül, a hirdetőik számára is hatékony out-of-home média-termékeként juttassa el a fogyasztóihoz.

A bázisidőszaki jelentésben a Média Üzletág és az Anyavállalat (az EST MEDIA Nyrt. és az irányítása alatt álló, konszolidációs körbe vont nem média jellegű befektetések) eseményeiről és eredményeiről külön-külön adtunk tájékoztatást. A jelen gyorsjelentésben a Vállalati eredmények és Vállalati eredmények című alfejezetekben a teljes cégcsoport eseményeit és eredményeit összevont szinten mutatjuk be, tekintettel arra, hogy a cégcsoport a média területen fejt ki tevékenységének túlnyomórészt.

A 2011Q3-ban akvirált nemzetközi tevékenységeket a 2011-es év hátralévő részére mentesítettük a konszolidációs kötelezettség alól, mert az idő rövidsége miatt csak ésszerűtlen költségráfordítás mellett volna biztosítható, hogy a teljes körű bevonásuk 2012. január 1-i időpontja előtt a helyi számviteli előírások szerint készülő kimutatásaik tekintetében átálljanak a Társaság által a beszámolási kötelezettségei körében alkalmazott IFRS előírások alkalmazására. Ugyanakkor a 2011-es éves jelentésünk kiegészítő mellékletében bemutatjuk majd az adott külföldi cégek főbb mérleg- és eredmény adatait.

The screenshot shows the website for the Sziget Festival 2012. At the top, there is a navigation bar with red buttons for 'Programok', 'Jegy', 'Info', 'Sajtó', 'Galéria', 'Támogatók', and a search box labeled 'keresés'. Below the navigation bar, the main heading reads 'Szavazz kedvenc fesztiválunkra!' (Vote for our favorite festival!). The text below the heading says: 'A Sziget ismét Európa legismertebb fesztiváljával közt mérkőzik az European Festival Awards "Legjobb Nagyfesztiválja" kitüntető címért. A végeredmény akár egy kattintáson is múlhat. Regisztrálj és szavazz a Szigetre: <http://eu.festivalawards.com/vote>'.

There is a photo of the festival stage with the text: 'Nem kisebb eseményre, mint egy jubileumi fesztiválra készülnek a Sziget szervezői: 2012. augusztus 6-án immár huszadik alkalommal sétálunk át a Szigetre vezető hídon, hogy két bemelegítő koncertnapon és az öt fesztiválnapon újra csak kiszakadjunk a mindennapok körforgásából és belemerüljünk a bulik áradatába. A Sziget 1993-óta már számos díjat és elismerést zsebelt be itthon és nemzetközi szinten egyaránt. A legjobb európai nagyfesztiválok versenyében évek óta az első tíz közt szerepel, de több szaklap és szervezet sorolta már rövidebb listákra is. Idén ismét versenyt hirdetett az European Festival Awards, s most is - a szakma mellett - a fesztivállátogató közönség szavazata a döntő. Szavazni pedig a <http://eu.festivalawards.com/vote> oldalon lehet.'

Below the photo, there is a quote: '- Igyekszünk méltó módon ünnepelni a 2012-es jubileumi Szigetet, de a koronát az ténnyé fel igazán, ha mint a "Legjobb Európai Nagyfesztivál" indíthatnánk a jubileumi évet - mondta Vető Viktória, a Sziget sajtófőnöke, aki szerint ez a díj, túl azon, hogy a közönség jóleső elismerése, a nemzetközi sztárok figyelmét is jobban felkelti. "Akár döntő érv is lehet abban, hogy egy-egy sztár melyik fesztivált választja." - mondta a sajtófőnök.'

At the bottom, it says: 'Hát rajtunk ne múljon! Szavazzunk a Szigetre, legyen a huszadik a legjobb!' and 'Like 61 likes. Sign Up to see what your friends like.'

On the right side, there is a Facebook widget for 'Sziget Facebook' with 130,288 likes and a list of users who liked it: Otso, Wil-Kat, EnriHo, valovita.

II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

II.1. Vállalati események

A cégcsoport média befektetéseit összefogó EMG Média-csoport Kft. 2011-es tevékenységét még a korábbi években kialakított struktúrában kezdte meg, azonban a jelen gyorsjelentés közzétételének napjáig a portfóliójában jelentős változások álltak be. Ennek megfelelően a portfólió jelenleg öt szervesen összetartozó – EMGPrint, EMGIndoor, EMGOnline, EMGMobil, EMGMusic – és egy függetlenül működő EMGEvent üzletágra tagolódik. Tekintettel a közgyűlés által elfogadott reorganizációs tervre és a folyamatban lévő reorganizációra, valamint a legutóbbi időszak akvizíciós eseményeire, az üzletágak tekintetében a 2011. év további jelentős változásokat hozhat.



A reklámpiaci tendenciák negatív hatásai 2011. III. negyedévében is érezhetőek voltak, a rendszerváltozás óta nem tapasztalt visszaesés továbbra is nehéz helyzetbe hozza a magyarországi médiavállalkozásokat. A hirdetői bizonytalanság, a piac erősen kínálati jellegűvé váló átalakulása 2011-ben is érzékelhető, nem csak az EMG portfóliójában, hanem a teljes magyar médiapiacra. Az elmúlt hónapok hazai és nemzetközi makrogazdasági eseményei (pl. GDP alakulása, hiánycélok megvalósításának kényszere, az USA leminősítése, az egyes európai országokban kialakult adósságválságok, a különböző országok GDP-növekedési prognózisainak csökkenése) kihatással lehetnek a fogyasztói hajlandóságra is, így esetlegesen a reklámbüdzsék csökkenését hozhatják magukkal.



Az EMGEvent üzletág, illetve a Társaság legfontosabb eseményeként 2010. november 29-én lezárult a Sziget kft. akvizíciójának második szakasza. Ez rendkívül jelentős lépés volt a cégcsoport életében, mert egyfelől az EMG elérte az 51 százalékos részesedést, másfelől az akvizíciós folyamat ezen állomásakor teljes mértékben a Sziget Kft-be integrálódott az eddig 50 százalékban külön álló VOLT Fesztivál és Balaton Sound. 2010. november 29-től az EMGEvent üzletág a központja és gyűjtőhelye annak a szakmai tapasztalatnak és kompetenciának, amely az elmúlt 19 év alatt létrehozta és felfuttatta a legerősebb magyar fesztivál-portfóliót és emellett a Sziget Fesztivált az európai kontinens egyik legnagyobb és legsikeresebb szabadterei eseményévé tette. Erre a szakmai bázisra és a többségi tulajdonos EST MEDIA-csoport tőkepiaci jelenlétére alapozva a Sziget Kft. az elkövetkező években megvetheti a lábát a környező országokban és Magyarország után a régióban is piacvezető fesztiválszervezővé válhat.

A Sziget Kft. működése körében kiemelt érdemel, hogy 2009. november 6-án megszületett a jogerős ítélet a Sziget Kft.-vel szemben a Budapest Főváros IV. kerület Újpest Önkormányzata felperes által birtokháborítás megszüntetése iránt indított perben. A másodfokú bíróság hatályon kívül helyezte az elsőfokú bírósági ítéletét és a pert megszüntette. Ezzel a másodfokon eljáró Fővárosi Bíróság elfogadta a Sziget Kft.-nek már a több évig húzódó elsőfokú eljárásban is felhozott és mindvégig következetesen fenntartott eljárásjogi kifogásait és érveit, miáltal a Sziget Kft. az ellene indított peres eljárást (amelyben az Önkormányzat arra irányuló kérelmet terjesztett elő, hogy a Sziget Kft. este 10 és reggel 6 óra között ne tarthasson zenés és egyéb műsoros rendezvényeket az Óbudai-sziget területén) másodfokon megnyerte. Ugyanakkor a felperes az ügyben felülvizsgálati kérelmet nyújtott be a Legfelsőbb Bírósághoz, amely végzésével a másodfokon eljáró Fővárosi Bíróság végzését hatályon kívül helyezte és a másodfokú bíróságot az érdemi eljárás

II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

lefolytatására utasította. Ennek megfelelően a Fővárosi Bíróság az ügyben 2011. február 4. napjára tárgyalást tűzött ki, amely - figyelemmel a felek között pert lezáró egyezség létrehozását célzó tárgyalásokra - 2011. április 8-ra halasztásra került. Időközben, 2011. április 7-én a Sziget Kft. megállapodást kötött Budapest Főváros IV. kerület Újpest Önkormányzatával. A megállapodás véglegesen lezárja az Önkormányzat és a Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft. között évek óta tartó jogvitát. A megállapodásban a felek rendelkeznek az Önkormányzat illetékességi területét érintő hanghatások kezeléséről, valamint a felek közötti további együttműködés részleteiről.

A Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft. és a Fővárosi Önkormányzat között 2011. január 28-án elvi megállapodás született a Sziget Fesztivál színhelyéül szolgáló terület 2011. évi használatáról, és az ennek alapján kidolgozott megállapodás-tervezetet a Fővárosi Közgyűlés 2011. április 6-án jóváhagyta. A fesztivállátogatók által megvásárolható, különféle közlekedési és egyéb szolgáltatásokat nyújtó CITYPASS Sziget Kft. általi értékesítéséről az Önkormányzattal 2011 júniusában született megállapodás.

Az idei elhúzódó szerződéskötéshez képest jelentős előrelépés, hogy a Fővárosi Közgyűlés már 2011. augusztus 31-én megszavazta, hogy a Sziget Kft. 2012. július 16. és augusztus 31. között a Sziget Fesztivál megrendezése céljából használhatja majd az Óbudai-szigetet, és erről előszerződést is kötött a főváros és a Sziget Kft. A használat részletes feltételeiről, annak díjáról az előszerződés értelmében 2012. március 31-ig kell végleges megállapodást kötni.

Az idei fesztiválszezon fizetős rendezvényein (Budai Gourmet, VOLT Fesztivál, Heineken Balaton Sound, Sziget Fesztivál és kísérőrendezvényei, Fél-sziget Fesztivál) majd 700 ezer látogató vett részt, és – annak ellenére, hogy a Sziget Fesztivál az elmúlt évektől eltérően veszteséggel zárt – összességükben – köszönhetően a kiemelkedően jól teljesítő VOLT Fesztiválnak és Heineken Balaton Sound fesztiválnak – pozitív eredményt hoztak. A Sziget Fesztivál veszteségének oka a ráfordítások mintegy 400 millió forinttal történt megnövekedése (közterület használat költsége: mintegy 150 millió Ft; Prince-koncert: mintegy 200-220 millió forint; fokozott biztonsági intézkedések költségei: mintegy 30-50 millió forint), amelyet nem ellensúlyozott kellőképpen a bevételek (jegyeladások) növekedése. Az értékesített napijegyek számát minden bizonnyal kedvezőtlenül befolyásolta az is, hogy a rendezvénnyel egy időben a célcsoportul szolgáló magyar középosztályt rendkívül hirtelen és agresszív árfolyamhatások sújtották.

Az üzleti modell szélsőséges üzleti és gazdasági környezetben való működőképessége biztató képet mutat a (normalizálódó) jövőre nézve. A több fesztivál megszervezésén keresztül több lábon állás modellje – a potenciális kockázatok szétterítésével és minimalizálásával – működik. Ezzel együtt természetesen az a célunk, hogy a portfólió minden eleme külön-külön is nyereséges legyen. Ennek megfelelően át kell tekinteni az idei tapasztalatokat, továbbá elemezni kell, hogy milyen változtatások szükségesek annak érdekében, hogy a rendezvény-portfólió zászlóshajójaként szolgáló Sziget Fesztivál újra nyereségesse váljon. Megnyugtató ugyanakkor, hogy a Fesztivál az elmúlt másfél évtizedben az az idei évet is figyelembe véve – mindössze két alkalommal volt veszteséges, továbbá az is, hogy az idei teljesítményre a fentiekben részletezett, különlegesnek tekinthető, feltehetően egyszerre nem visszatérő körülmények voltak negatív kihatással.

2011-ben megújult a 19. alkalommal – és immár 100 százalékban az EST MEDIA fesztivál-portfólió részeként – megrendezésre került soproni VOLT Fesztivál. A megújulás egyfelől arculati volt, a korábbinál nagyobb hangsúlyt fektettek a VOLT atmoszférájára, dekorációjára, dizájnra is. Emellett a legfontosabb változás a programokra vonatkozott: 2011-től a VOLT Fesztivál a legfrissebb zenéket, aktuális előadókat és DJ-eket, valamint számos műfaj klasszikusait vegyesen vonultatta fel, mégpedig tömegesen. Ezzel összefüggésben a rendezvény lebonyolítása is változott, az eddigi legnagyobb programhelyszín, a Nagyszínpad mellett még egy nagy kapacitású színpad szolgálta ki a növekvő számú közönséget. A változtatásokat a közönség jól fogadta, amelyet a mintegy 30 százalékkal növekvő látogatószám is tükrözött.

Főtámogató jelent meg a soproni VOLT Fesztiválon is, a Magyar Telekom személyében. A legnagyobb hazai telekommunikációs szolgáltató már évek óta a rendezvény támogatói között volt, idén az együttműködés újabb lépcsőfokaként már főtámogatóként segítette a VOLT Fesztivál sikeres megrendezését. Az EST MEDIA cégcsoport Event üzletágának többi nagy rendezvényén (Sziget Fesztivál, Heineken Balaton Sound) a korábbi években is jelen voltak főtámogatói szintű szponzorok. A főtámogatói szintnek a teljes hazai fesztivál-portfólióinkban való betöltése is mutatja, hogy az átalakuló zenei piac fesztivál-szegmensének piacvezető hazai szereplőjeként – a magyarországi fizetős rendezvényeinken mintegy 600 ezer látogató koncentrált elérését nyújtva – egyre hatékonyabban tudjuk kiszolgálni retail-orientált szponzorainkat és hirdetőinket, ezzel is elősegítve a cégcsoport eredménytermelő képességét.

Öröndetes és megtisztelő a cégcsoport számára az is, hogy az idei VOLT Fesztivál az Európai Unió Tanácsának Magyar Elnöksége hivatalos záróbulija is volt egyben.

A VOLT Fesztivál mellett a Heineken Balaton Sound fesztivált is növekvő érdeklődés kísérte: a látogatószám 10 százalékkal bővült.

Pozitív fejleményként értékelhető az is, hogy 2011-ben a Sziget Fesztivál esetében is – csakúgy mint az egy hónappal korábban megrendezett soproni VOLT Fesztiválnál és a zamárdi Heineken Balaton Sound-nál – nőttek a szponzorációs bevételek. Ehhez nagyban hozzájárult a bevezetett márka – a Sziget brand mára Nyugat-Európában Magyarország egyik legfontosabb „védjegyévé” vált – és a professzionális szervezés és lebonyolítás.

II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

Az üzleti modellt erősíti továbbá az is, hogy a Sziget Kft. nem csak évről-évre megrendezi a megszokott rendezvényeit, hanem a magyar fesztiválpiac fejlesztésében is éljen. A cég idén két – már tavaly szűkebb körben alkalmazott – technológiai fejlesztéssel is jelentkezett: kibővítette a mobiltelefonos percalapú jegy szolgáltatást, és a kizárólagos fizetési eszközként alkalmazott Metapay Fesztiválkártyával – a maga nemében tranzakciószám csúcsot döntve – teljesen készpénzmentessé tette a rendezvényt.

A reorganizációs tervben az EMGEvent üzletágot – amely az elmúlt években (a válságévekben is) rendre eredményt termelt és Magyarországon egyértelműen piacvezető, emellett pedig európai szinten is közzismert, továbbá a cégcsoport nemzetközi terjeszkedésének egyik legfőbb motorja lehet – a megőrzendő tevékenységek közé soroltuk.



Az indoor reklámeszközök területén a piaci csökkenés mellett külön negatív tendencia a vendéglátóiparban tapasztalható vendégszám csökkenés, ami a reklámeszközök „látogatottságát” is erősen csökkenti, így a reklámértékesítés nehézségei megsokszorozódtak. A cégcsoporton belüli hatékony működés érdekében, a Pesti Est, az EXIT és az országos Est Lapok logisztikai feladatait az indoor eszközök kihelyezésének és karbantartásának feladataival összevontan látjuk el. A reorganizációs tervben a nem feltétlenül megőrzendő tevékenységek közé soroltuk az EMGIndoor üzletágot, amelyet a jelenlegi formájában valószínűleg célszerűtlen fenntartani, ugyanakkor viszont – amennyiben a meglévő külső szállítói kötelezettségei vagy azok nagyobb része pénzbeli teljesítés helyett barter-megállapodásokra konvertálható – egy, a mostaninál szűkebb, prémium hálózatban tovább működtethető. Az átalakítás együtt járna a logisztikai részleg teljes átszervezésével, az indoor feladatok a jelenlegi állandó szervezet fenntartása helyett projekt alapon, a programmagazinok terjesztői által kerülnének elvégzésre. Átalakítás hiányában ezt a niche üzletágot – amelynek szerepe és jelentősége az utóbbi években a reklámbüdzsékben egyértelműen visszaszorult – értékesíteni kell, külső üzemeltetésbe adni, vagy meg kell szüntetni.

Az EMGIndoor körében fontos kiemelni a 2011. szeptember 14-i tőkeemelés során 98 százalékos mértékben akvizitált bulgáriai Programata Media Group OOD társaságot, amely 70 százalékos részesedéssel rendelkezik a legnagyobb bolgár indoor hálózatot működtető cégben, a Bulgarian Indoor Advertising OOD társaságban.



Bulgáriában 2011 októberében elindult a Programata programmagazin mobil verziója. A következő hónapok folyamán mind a magyarországi, mind a romániai magazinjaink tekintetében várható a mobil alkalmazás elindítása.

Az EMGPrint egyes termékei (Pesti Est, EXIT) az idei év elejétől elérhetőek a 3D Digitális Publikáció honlapján (<http://3ddigitalispublikacio.hu/>), illetve ipad alkalmazásán (Újságos stand) keresztül is.



2009. IV. negyedévében kezdte meg működését az Est Music, amely az EMG koncertszervezési (booking) üzletága. Az Est Music a magyar zenei klubélet fellendítése, a koncertfellépések népszerűsítése érdekében jött létre. Célja tehetségek felfedezése és „színpadhoz segítése”, a magas színvonalú programszervezés, valamint az igényes és minőségi magyar előadók, továbbá a programszervezők kommunikációjának támogatása az EMG igen széles és ismert médiatermékei segítségével. Az Est Music által kizárólagos booking-megbízással képviselt zenekarok és művészek a magyar zenei élet több szegmensét fedik le, mindegyikük kiemelkedő minőséget képvisel a saját területén. Míg az Est Music a 2010-es évben több mint 200 sikeres koncertet, fellépést szervezett az általa képviselt zenekaroknak, a 2011-es év első negyedévében – a közzismert West Balkán tragédia miatt – tevékenysége kissé visszaesett. Ugyanakkor mára a márka ismertté vált a klubéletben, így joggal bízhatunk abban, hogy a tragikus baleset okozta visszafogott koncertszervezői és szórakozóhelyi aktivitás elmúltával, ismét sikeresen folytatódhat majd a tevékenysége. Jelentőségénél fogva ugyanakkor nem valószínű, hogy a reorganizációt követően önálló üzletág keretei között működjön.



Az EMGOnline üzletágának legfontosabb elemei (est.hu, eco.hu) 2010-től megújult formában működnek. 2011. május 5-től a GMedia értékesíti az EMGOnline tulajdonában álló médiafelületeket (est.hu, eco.hu, sziget.hu, freeblog.hu). A Median Webaudit mérései alapján az EMG online oldalai eddig összességében napi 150-200 ezer egyedi felhasználót találtak meg. A portfóliók egyesítésével az EMG online és a GMedia napi több mint 500 ezer egyedi látogatóra növelheti elérését. Az est.hu, eco.hu, a sziget.hu és a freeblog.hu oldalak kiválóan illeszkednek abba a GMedia által képviselt portfólióba, amely jellemzően a fiatalos közönséget célozza meg. A GMedia 2008 óta működő, dinamikusan fejlődő sales house, célkitűzésének főként a „long tail” oldalak médiaértékesítésének felépítését és az ebből származó bevételek folyamatos növelését tartja. A GMedia és az EMGOnline megállapodása az ügynökségi értékesítési képviselőre vonatkozik, a sales house azonban részt kíván venni az EMGOnline hirdetési stratégiájának kialakításában, megújításában is, melynek lényeges eleme, hogy a jövőben nagyobb hangsúlyt kell fektetni a saját tulajdonú online felületek értékesítésére, mivel itt az értékesítés költségeivel csökkentett árbevétel (és nem csak a jutalék, mint például a Facebook esetében) marad nálunk.

2009 áprilisától az EMG értékesítette a Facebook reklámfelületeit Magyarországon. A világ legnépszerűbb közösségi oldala, a Facebook magyarországi felhasználóinak száma a 2011. év elején átlépte a 2,5 milliós határt is. Sajnos az elmúlt időszakban több szempontból is változott a Facebook értékesítési politikája, így lehetségessé vált, hogy az ügyfelek – illetve az azokat képviselő ügynökségek – bankkártyás fizetéssel az EMG közbeiktatása nélkül, online módon foglalhassanak reklámokat, illetve az amerikai cég – a Google-lel versenyezve ebben – automatizált központi rendszerin keresztül maga is beszáll a felületek értékesítésébe. Erre, valamint a fentiekben jelzett azon célkitűzésünkre figyelemmel, hogy a saját tulajdonú médiára összpontosuljon a figyelmünk, ez a terület csak kiegészítő elemként szerepel a portfóliónkban az egyéb médiafelület-értékesítések mellett.

Az EMGOnline „Aktív TV3.0” megnevezésű projektje az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében a vállalati innováció ösztönzése körében 2009 tavaszán kiírt pályázaton 2009. október végén 94.794.750 forint összegű vissza nem térítendő támogatást nyert el. Az eredeti tervek szerint 2011 végéig megvalósítandó fejlesztéssel egy olyan, magyar viszonyok között is elérhető árú és felhasználóbarát terméket kívánunk létrehozni, mellyel webes hozzáférés alapon kiváltható a kábel-TV előfizetés, és amelyre a nappaliban lévő összes szórakoztatási funkció telepíthető. A termék sikeres létrehozása és bevezetése esetén egy újabb, reklámok rendkívül hatékony, akár személyre szabott elhelyezésére is alkalmas platformhoz jutnánk, amivel kiegészíthetnénk a meglévő média-portfóliónkat. Az ilyen platformon közvetített reklám – célzott jellegénél fogva – magasabb áron volna kínálható a hirdetőknél. Mindezek miatt média fókuszú társaságként is érdemes felvállalni a technológiai fejlesztéssel járó fokozott kockázatokat, megkísérelve ezzel az adott szűk területen működő reklámszolgáltató vállalkozások közé kerülni. Ugyanakkor látható, hogy a központi költségvetés a támogatási kifizetéseket az eredeti ütemezéséhez képest elhúzóva teljesíti, ezért a projekt megvalósítására csak lassabban kerülhet sor. Az EMGOnline körében fontos kiemelni a 2011. szeptember 14-i tőkeemelés során akvirált romániai Șapte Seri lapcsaládot, valamint a bulgáriai Programata lapcsaládot, amelyek természetesen online verzióval is rendelkeznek. A Programata Media Group OOD rendelkezik továbbá Bulgáriában a népszerű – Magyarországon Honfoglaló néven futó – online kvízzjáték, a „Conquistador” licencjogaival, amelynek 800 ezer aktív felhasználója van.



2009 júniusától mind kivitelében, mind tartalmi elemeiben megújult a Pesti Est és Est Lapok lapcsaládja. A megújuláshoz kapcsolódóan az előállítás állandó költségei – mind szerkesztőségi, mind gyártási oldalon – csökkentek. A folyamatban lévő reorganizáció egyik legfontosabb feladata, hogy a hagyományos print termékeinken elérhető fedezet nagymértékben javuljon. Tekintettel arra, hogy – az EMGEvent üzletágat leszámítva – ez a szegmens fog legjelentősebben hozzájárulni a cégcsoport árbevételéhez, a fedezet növelése megteremtheti a jövőbeni stabil és kiegyensúlyozott működés alapjait.

A Pesti Est és az Est Lapok olvasottsága a gazdasági válság alatt növekedett, annak hatására az ingyenes lapok olvasói közege láthatóan bővül. A 2010 tavaszától az EXIT-tel – melyben a 2011 szeptember 14-én elhatározott alaptőke-emelés során 100 százalékos részesedést szereztünk – kiegészült programmagazin-családunk rendszeres lapjait és azok különkiadásait Budapesten hetente csaknem 350 ezren, országosan pedig mintegy 600 ezren olvassák.

2011 áprilistól magasabb oldalszámmal, több regionális tartalommal, új minőségben jelennek meg a franchise-rendszerben működő országos Est Lapok (a Pesti Est 19 megyeszékhelyen megjelenő helyi változatai). A változás az egyre erősödő kulturális turizmust, illetve az Est Lapok célközönségének szélesedő igényeit hivatott kiszolgálni. A továbbra is országosan 19 mutációban megjelenő Est Lapokban ezentúl nemcsak az adott megye, hanem az egész – a földrajzi adottságokat, a régiós vásárlási tapasztalatokat és a rendezvények látogatói szokásait figyelembe véve meghatározott – régió programkínálatát és a kiemelt rendezvények ajánlóit is megtalálják az olvasók. A franchise-partnerünk

II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

által végzett tartalmi és terjedelmi fejlesztéssel megújuló országos Est Lapok az eddigieknél is hatékonyabb eszközt kínálhatnak a hirdetőknél a fővároson kívül élő magasabb fogyasztói státuszú fiatalok és fiatal felnőttek elérésére, erősítve ezzel az egész, az EST MEDIA portfóliójában lévő, piacvezető programmagazin-családot (Pesti Est, Est Lapok, EXIT) is.

2011. augusztus 4-én a lényegességi küszöb alatti eladási áron, a kisebbségi tulajdonos érdekkörébe tartozó személy részére értékesítésre került az EMG-nek a Time Out Budapest magazint kiadó D-E-G Kft-ben meglévő 80 százalékos részesedése, figyelemmel az EST MEDIA 2011. június 24-i közgyűlése által elfogadott reorganizációs intézkedési tervben írtakra, amely szerint a Time Out Budapest magazint kiadó cégből vagy teljesen ki kell vonulnunk, vagy részesedésünket egy kisebbségi, finanszírozási kötelezettséggel nem járó pozícióra kell csökkentenünk. A tulajdonosi részvételünk nélkül működő D-E-G Kft. az elmúlt időszakban új, a Time Out Budapest magazin működését kizárólagosan finanszírozni vállaló szakmai befektetőt vont be a lap kiadásába. A közeli jövőben a D-E-G Kft-vel szemben a korábbi működés finanszírozásából eredő, lényegességi küszöb alatti követelésünket a terveink szerint részesedésre váltanánk, és ezáltal kisebb, nem meghatározó részben ismét tulajdonosai lennénk a Time Out Budapest magazint kiadó, az új befektetővel megerősített cégnek.



Az EMGPrint esetében Magyarországon meg kell őrizni az egyértelműen piacvezető programmagazinokat (Pesti Est, EXIT, országos Est Lapok) és kapcsolódó kiadványokat (különszámok), melyek a reorganizációval – a jelen piaci és üzleti környezetben nem indokolt költségelemek kitisztításával – visszanyerhetik érdemi nyereségtermelő képességüket. A saját termékek képviselőjére kell helyezni a hangsúlyt, ahol a legnagyobb fedezet érhető el a reklámok értékesítésével. A Társaság megkezdte a programkalauzok irányában történő bővülést. Ennek keretében a Társaság 2011. szeptember 14-én elhatározott alaptőke-emelése során megszerezte az EXIT Magazint kiadó EXIT Kiadói Kft. 80 százalékát, továbbá a romániai Șapte Seri lapcsaládot tulajdonló Sapte Nopti SRL 100 százalékát, valamint a bulgáriai Programata lapcsaládot tulajdonló Programata Media Group OOD 98 százalékát. Utóbbi akvizíciókkal került sor a romániai piacvezető Șapte Seri és a bulgáriai piacvezető Programata lapcsaládok, összesen 18 lap és az azokhoz kapcsolódó online tevékenység megszerzésére. A felsorolt társaságok akvizíciójával a Társaság hagyományos program guide tevékenységét erősíti meg három piacon is, Magyarországon kívül további két európai uniós főváros (Bukarest, Szófia) és több jelentős város eredményesen működő és vezető programkalauzainak nemzetközi kiadójává válva. A magyar piacon a Társaság befejezte az EXIT Magazin akvizícióját, és ezzel a lap feletti teljes rendelkezési jog a Társasághoz került, figyelemmel arra, hogy a korábbi, az EXIT Magazin kiadására irányuló együttműködés lezárásával egyidejűleg, az azzal való elszámolás – és a korábbi kiadó cégben volt részesedésünknek az elszámolás körében történt divesztíciója – keretén belül megszereztük az EXIT Magazint kiadó EXIT Kiadói Kft. fennmaradó 20 százalékát is. A célcsoportok azonossága, illetve az általuk fogyasztott termékek és szolgáltatások hasonlósága miatt a három országban végzett tevékenység és a hirdetőknél kínált szolgáltatások teljes mértékben összehangolhatóak, csökkentve ezzel a költségeket és növelve a hatékonyságot.

Az Anyavállalati körben (az EST MEDIA Nyrt. és az irányítása alatt álló, konszolidációs körbe vont nem média jellegű befektetések) az EST MEDIA Nyrt. – összhangban az új cégcsoport stratégiával – tovább folytatja a cégcsoport strukturális, egypólusú médiavállalattá történő átalakítását. Ennek megfelelően anyavállalati szinten alapvetően média fókuszú vagyongazdálkodási tevékenység folyik. Ez az EMG, valamint az EST MEDIA Nyrt. 2007 előtt szerzett nem média jellegű befektetéseihez tartozó tulajdonosi irányítását és ellenőrzését foglalja magában. Itt zajlik az EMG-t érintő stratégiai döntések meghozatala, a cégcsoport központi adminisztrációja és az esetleges akvizíciós tevékenység.

Az Anyavállalat a reorganizációs folyamatról függetlenül is törekszik a portfóliója tisztítására, amelynek iránya az, hogy az EST MEDIA Nyrt. média-fókuszú vagyongazdálkodási tevékenysége körében túlnyomórészt média-jellegű befektetésekkel rendelkezzen. Ezzel van összhangban – tekintettel arra is, hogy a cégcsoport fő tevékenységi iránya a technológiáról és informatikáról a médiára helyeződött át és emiatt a rendkívül erőforrás igényes technológia-követés sem lenne megoldható – az a stratégiai döntés is, hogy a Társaság 2011-től a megmaradt technológiai szolgáltatásait (pl. grid technológia) az értékesítési lehetőségek kutatása helyett alapvetően a cégcsoporton belül fogja hasznosítani, pl. az online fejlesztések és szolgáltatások, valamint a médiatevékenységet támogató háttér alkalmazások területén.

II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

II.2. Vállalati eredmények

Az alábbiakban bemutatjuk az EST MEDIA-cégcsoport konszolidált időszaki üzemi és EBITDA eredmény szintű adatait, valamint ugyanezek az adatokat az Anyavállalati számoktól megtisztítva. Sem a 2010Q1-Q3-as, sem a 2011Q1-Q3-as számok nem tartalmazzák a jelen beszámolási időszakban a konszolidációs körből kikerült radiocafé Kft. és D-E-G Kft. (Time Out Budapest) adatait, a 2010Q1-Q3-as adat Q1 részéből pedig kiszűrésre kerültek az akkor még a teljes körű konszolidációba bevont FM1 Zrt. számai. A 2011Q1-Q3-as adat már tartalmazza viszont a Sziget Kft. és a Volt Event Kft. adatait is. Mind a bázis-, mind a tárgyidőszaki adatok (ez utóbbiak 2011. március 31-ig, a rádiós sales house tevékenység megszűnéséig) tartalmazzák még az országos kereskedelmi rádiós tevékenységhez kapcsolódó sales house árbevételi és költségszámainak is.

2/A. Ábra: A 2010Q1-Q3 és 2011Q1-Q3 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések egyes főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010Q1-Q3			2011Q1-Q3		
Árbevétel	2 468 745			6 071 339		
Üzemi eredmény	-338 909			-288 172		
Értécsökkenés	109 087			145 029		
EBITDA	-229 822			-143 143		
Megnevezés/ E Ft	2010Q1	2010Q2	2010Q3	2011Q1	2011Q2	2011Q3
Árbevétel	687 478	921 318	859 949	549 081	638 129	4 884 129
Üzemi eredmény	-158 159	-85 386	-95 364	-228 602	-103 834	44 264
Értécsökkenés	34 939	38 226	35 922	45 378	46 999	52 652
EBITDA	-123 220	-47 160	-59 442	-183 224	-56 835	96 916

2/B. Ábra: A 2010Q1-Q3 és 2011Q1-Q3 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések egyes főbb mérlegadatainak az Anyavállalati adatoktól megszürt számainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010Q1-Q3			2011Q1-Q3		
Árbevétel	2 354 105			6 054 548		
Üzemi eredmény	-232 675			-197 347		
Értécsökkenés	58 234			94 019		
EBITDA	-174 441			-103 328		
Megnevezés/ E Ft	2010Q1	2010Q2	2010Q3	2011Q1	2011Q2	2011Q3
Árbevétel	678 287	855 175	820 643	543 941	631 836	4 878 771
Üzemi eredmény	-135 602	-31 414	-65 659	-209 116	-64 655	76 424
Értécsökkenés	30 576	8 923	18 735	40 753	17 476	35 790
EBITDA	-105 026	-22 491	-46 924	-168 363	-47 179	112 214

2010Q1-Q3-ról 2011Q1-Q3-ra az árbevétel konszolidált szinten mintegy 3,6 milliárd forinttal, az Anyavállalati adatoktól megszürt szinten pedig mintegy 3,7 milliárd forinttal nőtt. A növekedés alapvetően az EMGEvent üzletág árbevételéből adódik, melyet némileg csökkentett a rádiós piacról való kivonulásunk miatt kiesett rádiós árbevétel, az EMGPrint üzletág Custom Publishing szegmensének (különszámok) a bázisidőszakhoz (amikor egy egyszeri megrendelés miatt az kiugróan jól teljesített) képesti kisebb bevétele, illetve az EMGIndoor és az EMGOnline tárgyidőszaki alutjeljesítése. A cégcsoportnál az idei év első felében kialakult és reorganizációhoz vezető helyzet sajnálatosan a cégcsoport átmeneti személyzeti meggyengülésével is járt, ezen belül különösen az értékesítési területen. Emiatt a harmadik negyedévben az EMGPrint üzletág – bár listaáron számítva a teljes nyomtatott piac mintegy 7,5 százalékát fedte le – a nyomtatott piac átlagánál rosszabb teljesítményt nyújtott. A reorganizáció során következő szakaszában ezért is kiemelkedő fontosságú a sales tevékenység teljes körű megújítása. Ugyanakkor az üzemi eredmény és az EBITDA mind a teljes cégcsoport, mind az Anyavállalati adatoktól megszürt számok szintjén 35-86 millió forint közötti mértékben múlta felül a bázisidőszaki adatokat, alapvetően a bázisidőszakban nem szereplő EMGEvent üzletág január-szeptember közötti pozitív teljesítménye miatt.

A 2011Q3 üzemi eredmény és EBITDA adatai mind a teljes cégcsoport, mind az Anyavállalati adatoktól megszürt szinten 44-112 millió forint közötti pozitív eredményt mutatnak. Ennek oka szintén az EMGEvent üzletág 2011Q3-as eredményes működése.

II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

2/C. Ábra: A 2010Q1-Q3 és 2011Q1-Q3 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések egyes főbb mérlegadatainak az Anyavállalati adatoktól és az EMGEEvent üzletágának adataitól megszárt számainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010Q1-Q3			2011Q1-Q3		
Árbevétel	2 354 105			1 044 110		
Üzemi eredmény	-232 675			-196 845		
Értékcsökkenés	58 234			50 177		
EBITDA	-174 441			-146 668		
Megnevezés/ E Ft	2010Q1	2010Q2	2010Q3	2011Q1	2011Q2	2011Q3
Árbevétel	678 287	855 175	820 643	525 209	303 374	215 527
Üzemi eredmény	-135 602	-31 414	-65 659	-92 097	-39 926	-64 822
Értékcsökkenés	30 576	8 923	18 735	30 589	3 669	15 919
EBITDA	-105 026	-22 491	-46 924	-61 508	-36 257	-48 903

Az EMGEEvent adataitól is megszárt számok már azt mutatják, hogy a média tevékenységünk 2010Q1-Q3-ról 2011Q1-Q3-ra mind üzemi, mind EBITDA eredmény szinten 36, illetve 28 millió forinttal avagy 15, illetve 16 százalékkal javult annak ellenére, hogy az árbevételi adat főként a kieső tevékenységek miatt több mint felével csökkent. Az eredményszintek ilyen javulása – figyelemmel arra, hogy a munkaszervezet és a költségstruktúra csökkenésének, illetve átalakulásának hatásai a tevékenységek leépítéséhez képest késleltetve jelentkeznek, illetve arra is, hogy a reorganizációs folyamathoz kapcsolódóan eseti költségek is jelentkeznek – indikációt ad a reorganizációs folyamat irányának és céljainak megfeleltetésére.

Az Anyavállalati és az EMGEEvent adataitól megszárt 2011Q1-Q3 negyedévi átlagos költségszintje (árbevétel csökkentve az üzemi eredménnyel – 2/C. Ábra) mintegy 450 millió forinttal alacsonyabb mint a bázisidőszakban. Ez értelemszerűen összefüggésben van a folyamatban lévő reorganizáció során átalakuló (szűkülő és a bizonyítottan sikeres alapokhoz visszatérő és azokra fókuszáló) tevékenységgel is. A reorganizáció során ugyanakkor a költségszint csökkenés az árbevétel csökkenését néhány hónappal késve követi, így a reorganizáció egyszeri költségtételeitől és az EMGEEvent számaitól szűrt költségszint további csökkenése várható.

Az Anyavállalati adatoktól tisztított számok (2/B. Ábra) nem térnek el lényegesen a konszolidált adatoktól. Ennek oka az, hogy az Anyavállalati tevékenység módosulásával (a cégközpont tevékenységében a stratégiának megfelelően a hangsúly a külső megrendelők felé történő szolgáltatásnyújtásról áthelyeződött az EST MEDIA cégcsoport számára végzett tulajdonosi irányítási és ellenőrzési tevékenységre, illetve az egyéb anyavállalati feladatok ellátására) párhuzamosan az ide terhelődő költségek is csökkentek. Az Anyavállalat azonban a folyó kiadások szempontjából – a cégcsoportban betöltött szerepénél fogva – továbbra is költséghely, melynek – szándékaink szerint egyre csökkenő – működési költségeit a Média Üzletágnak kell kigazdálkodnia. Ugyanakkor a költségek bizonyos szint alá ésszerűen nem csökkenthetőek, hiszen az intenzívebb tőzsdei jelenlét, a cégcsoport méretnövekedése és ebből következően a megnövekedett irányító-ellenőrző feladatok ellátása erőforrásokat igényel.

A gazdasági válság reklámpiacra gyakorolt hatásai még mindig érezhetőek. A makrogazdasági folyamatoknak (a 2011 első kilenc hónapjában a szezonálisan és naptárhatással kiigazított adatok szerint az előző év azonos időszakához képest 1,7 százalékkal növekvő, ugyanakkor az ide második negyedévhez képest a harmadik negyedévben gyakorlatilag stagnáló – 0,5 százalékkal növekedett – GDP-nek) a negyedik negyedévi lakossági fogyasztásra gyakorolt hatása – figyelemmel az ismert bizonytalan világgazdasági körülményekre is – jelenleg nem belátható.

A Kantar Media (korábbi nevén TNS Media Intelligence) 2011 1-6. havi mérései szerint a teljes magyar reklámpiac – a média-inflációval nem számolva – 2010 azonos időszakához képest 0,8 százalékos mértékű növekedést mutatott, de a médiatípusok közül csak a kábeltévé, a köztéri, a rádiós és a mozi reklámpiac tudott lényegesen erősödni az elmúlt év azonos időszakához képest, 30,9, 13,2, 9,7, illetve 21 százalékkal. A televíziós piac 16,3, a folyóiratok piaca 12,7, a napilapoké pedig 11,5 százalékos visszaesést könyvelhetett el a 2010H1-es adatokhoz képest, míg az online hirdetések piaca lényegében stagnált. Ezek az adatok nem az egyes hirdetési felületek által nyújtott kedvezmények után kialakuló tényleges – a listaáraknál lényegesen alacsonyabb – bevételeken alapulnak, hanem a megjelent hirdetések listaárával számolnak (a 2010-es listaárak teljes reklámpiaci becslés egyébként 628,46 milliárd forint volt, míg a nettó költségek csak 161,71 milliárdra becsülték, azaz a nettó költség / listaárak költségek átlagos reklámpiaci aránya 26 százalék körüli volt, ráadásul médiatípusonként jelentős szórást mutatva).

A cégcsoport árbevételének éven belüli eloszlása az elmúlt években a tevékenység változásával valamelyest mindig módosult, de alapvetően azt a mintát követte, hogy a gyenge első negyedéves és lassan javuló-hullámzó év közbeni teljesítmény után a Média Üzletág végső soron az év utolsó hónapjaiban realizálta az árbevétel és a profit legjelentősebb részét. 2011-től azonban figyelembe kell veyük azt is, hogy az EMGEEvent üzletág árbevételi számai teljesen más dinamikát mutatnak, legnagyobb részben a mindenkori Q3-ban, a fesztivál szezonban jelentkezik az árbevétel. (Az első negyedéves jelentésünkben az Event üzletág árbevételének jelentkezését naptárilag a Q2-Q3 időszakokra tettük, azonban – összhangban a könyvvizsgálónk véleményével – a Q2-ben beérkező, de csak a Q3-ban megvalósuló rendezvényekhez közvetlenül kapcsolódó bevételeket éven belül a Q3-ra határoztuk el.)

A cégcsoportnál reorganizáció hajtunk végre annak érdekében, hogy a cégcsoport Event üzletágon kívüli része is üzemi nyereséget termeljen. Természetesen a reorganizáció során figyelemmel kell lenni arra, hogy az eddig kialakított és a racionalizálás során fennmaradó média-portfóliónk későbbi fejlődési és növekedési lehetőségei is fenntarthatóak maradjanak. Ennek keretei között kiemelt figyelemmel leszünk az EMG média-portfóliójának az EMGEvent üzletággal való szakmai együttműködésre, illetve az annak fejlesztésében való részvételre.

A reklámpiac éven belüli historikus ciklikussága a 2011-es évre is prognosztizálható, azonban a hirdetői aktivitás és ezen keresztül az időszakról időszakra történő volumen-változás mértéke pontosan nem jelezhető előre. A hirdetői aktivitás változatlansága és a sales hatékonyság visszaerősödése esetére a reorganizációs célokat figyelembe véve az EMG 2011-es, a Q3 adataira is támaszkodó minimum programja az, hogy mind a teljes, mind az Event üzletág nélküli média-portfólióban az év utolsó negyedében a reorganizáció egyszeri költségeit nem számítva ne romoljon lényeges mértékben az év első kilenc hónapjának üzemi teljesítménye.

A nemzetgazdaság 2011Q3-as csekély mértékben növekvő teljesítményéből – figyelemmel az ismert világgazdasági helyzetre is – nem vonható le az a következtetés, hogy gyors ütemű gazdasági fellendülés következne, a vonatkozó előrejelzések többsége inkább lassuló mértékű növekedést vagy stagnálást vár. (Emellett a nemzetközivé vált média-portfóliónk működésére már a román és bolgár makrogazdasági folyamatok is hatással vannak.) Ugyanakkor a 2009-es és 2010-es adatok szerint (Nemzeti Médiaanalízis) a vásárlóerő csökkenésével párhuzamosan a fizetős sajtótermékeknel megfigyelhető csökkenő olvasottság a legfőképpen ingyenes termékekből álló EMG-portfólió mért részében éppen ellenkező hatással, az olvasószám növekedésével járt, ami a felületeinket hirdetői szempontból értékesebbé és ezért hatékonyabban értékesíthetővé teheti.

II.3. Konszolidált adatok

Az alábbiakban bemutatjuk az EST MEDIA cégcsoport 2010Q1-Q3/2011Q1-Q3 IFRS szerint konszolidált, nem auditált főbb mérlegadatainak összehasonlítását. Sem a 2010Q1-Q3-as, sem a 2011Q1-Q3-as számok nem tartalmazzák a jelen beszámolási időszakban a konszolidációs körből kikerült radiocafé Kft. és D-E-G Kft. (Time Out Budapest) adatait, a 2010Q1-Q3-as adat Q1 részéből pedig kiszűrésre kerültek az akkor még a teljes körű konszolidációba bevont FM1 Zrt. számai. A 2011Q1-Q3-as adat már tartalmazza viszont a Sziget Kft. és a Volt Event Kft. adatait is. Mind a bázis-, mind a tárgyidőszaki adatok (ez utóbbiak 2011. március 31-ig, a rádiós sales house tevékenység megszűnéséig) tartalmazzák még az országos kereskedelmi rádiós tevékenységhez kapcsolódó sales house árbevételi és költségsumáit is.

3. Ábra: A 2010Q1-Q3 és 2011Q1-Q3 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010Q1-Q3			2011Q1-Q3		
Árbevétel	2 468 745			6 071 339		
Üzemi eredmény	-338 909			-288 172		
Értékcsökkenés	109 087			145 029		
EBITDA	-229 822			-143 143		
Adózott vállalkozási eredmény	-564 900			-782 947		
Megnevezés/ E Ft	2010Q1	2010Q2	2010Q3	2011Q1	2011Q2	2011Q3
Árbevétel	687 478	921 318	859 949	549 081	638 129	4 884 129
Üzemi eredmény	-158 159	-85 386	-95 364	-228 602	-103 834	44 264
Értékcsökkenés	34 939	38 226	35 922	45 378	46 999	52 652
EBITDA	-123 220	-47 160	-59 442	-183 224	-56 835	96 916
Adózott vállalkozási eredmény	-151 997	-288 423	-124 480	-205 602	-311 498	-265 847

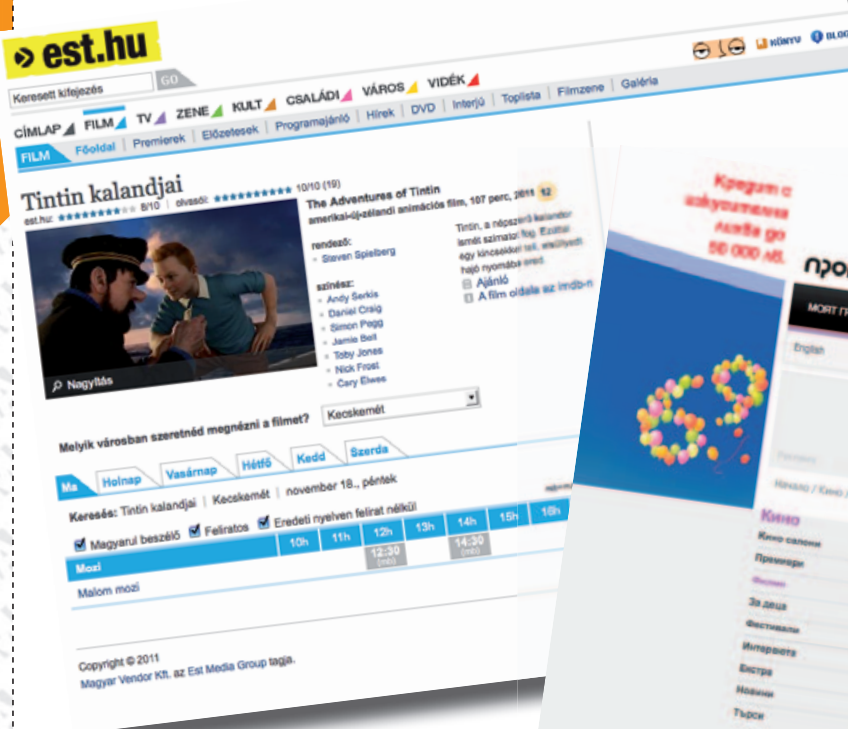
2010Q1-Q3-ról 2011Q1-Q3-ra az árbevétel konszolidált szinten mintegy 3,6 milliárd forinttal nőtt. A növekedés alapvetően az EMGEvent üzletág árbevételéből adódik, melyet némileg csökkentett a rádiós piacról való kivonulásunk miatt kiesett rádiós árbevétel, az EMGPrint üzletág Custom Publishing szegmensének (különszámok) a bázisidőszakhoz (amikor egy egyszeri megrendelés miatt az kiugróan jól teljesített) képesti kisebb bevétele, illetve az EMGIndoor és az EMGOnline tárgyidőszaki alutjeljesítése. A cégcsoportnál az idei év első félévében kialakult és reorganizációhoz vezető helyzet sajnálatosan a cégcsoport átmeneti személyzeti meggyengülésével is járt, ezen belül különösen az értékesítési területen. Emiatt a harmadik negyedében az EMGPrint üzletág – bár listaáron számítva a teljes nyomtatott piac mintegy 7,5 százalékát fedte le – a nyomtatott piac átlagánál rosszabb teljesítményt nyújtott. A reorganizáció során következő szakaszában ezért is kiemelkedő fontosságú a sales tevékenység teljes körű megújítása. Ugyanakkor a konszolidált szintű üzemi eredmény és EBITDA 50-86 millió forint közötti mértékben múlt felül a bázisidőszaki adatokat, alapvetően a bázisidőszakban nem szereplő EMGEvent üzletág január-szeptember közötti pozitív teljesítménye miatt.

A 2011Q3 üzemi eredmény és EBITDA adatai is 44-97 millió forint közötti pozitív eredményt mutatnak. Ennek oka szintén az EMGEvent üzletág 2011Q3-as eredményes működése.

II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

A 2011 Q1-Q3 adózott eredménye az előző év azonos időszakához képest csaknem 220 millió forinttal, míg a 2011 Q3 adózott eredménye a 2010 Q3 adózott eredményéhez képest mintegy 140 millió forinttal romlott, amihez az üzemi szintű negatívumon felül az első félévben főként a radiocafé Kft. értékesítése, illetve a Társaság saját részvényeire vonatkozó határidős pozíciók kapcsán elszenvedett veszteségek, míg a harmadik negyedévben főként egy, az országos franchise rendszer működtetése körében érvényesített (a 2011. szeptember 14-i alaptőke-emelés során részesedéssé konvertált) szerződéses garanciavállalás egyszeri hatásai járultak hozzá.

Az elmúlt két évben megtapasztalt szinte állandó válsághelyzetet, illetve a jelenleg folyó reorganizációt a Társaság minden valódi és látszólagos veszteség ellenére is előnyére fordíthatja. A cégcsoport a reorganizációt követően készen áll majd arra, hogy a makrogazdasági folyamatok javulása és a lakossági fogyasztás megindulása esetén visszaerősödő reklámköltségekől mind a magyar, mind a külföldi piacain profitálhasson. A Társaság a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén egyedülként reprezentáló cégcsoportként működti. Nálunk az előállított érték mindenki számára hozzáférhető (olvasható, látható, látogatható), az üzleti döntések eredményei könnyen és gyorsan lemérhetőek. Ebből adódóan nem véletlenül népszerű a világ fejlettebb tőkepiacain a médiacégek tőzsdei jelenléte.



III. A BESZÁMOLÁSI IDŐSZAK EGYÉB JELENTŐS ESEMÉNYEI

A 2009-es éves rendes Közgyűlés 31/2009. (04. 29.) számú határozatával megújította és kismértékben módosította a Közgyűlés 34/2008. (04. 24.) számú határozatát, amely felhatalmazta a Társaság Igazgatóságát saját részvény vásárlására az EST MEDIA cégcsoportba tartozó gazdasági társaságoknál tervezett opciós részvényvásárlási program fedezetének biztosítása, továbbá a Társaság által tervezett további akvizíciók során vételár megfizetése, illetve a tőkeszerkezet optimalizálása céljából.

Az Igazgatóság a fenti felhatalmazás alapján, az abban foglalt célokból, 2008. október 10. és 2009. február 19. között, több részletben, mindösszesen 210 darab (2.100.000 darab törzsrészvénynek megfelelő), 2009. márciusi lejáratú határidős vételi kontraktust nyitott, 72,96 forintos részvényenkénti átlagáron. Melyeket előbb 2009. március 20-án 52,8 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. júniusi határidőre, 2009. június 18-án 57 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. szeptemberi határidőre, 2009. szeptember 18-án 63 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. decemberi határidőre, 2009. december 17-én 126 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. márciusi határidőre, 2010. március 17-én 129 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. júniusi határidőre, 2010. június 17-én 100,5 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. szeptemberi határidőre, 2010. szeptember 17-én 2010. decemberi határidőre 103,4 forintos részvényenkénti átlagáron, 2010. december 14-én 2011. márciusi határidőre 96,5 forintos részvényenkénti átlagáron, 2011. március 11-én 2011. szeptemberi határidőre 87,5 forintos részvényenkénti átlagáron, illetve 2011. augusztus 24-én 2011. decemberi határidőre 268 forintos (időközben 1.000,-Ft-ra módosult névértékű) részvényenkénti átlagáron görgetett tovább. A Társaság a saját részvényeire nyitott 210 darab (2.100.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) vételi kontraktusból 140 darab (1.400.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. április 8-án 59,71 forintos részvényenkénti átlagáron, további 30 darab (300.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. április 11-én 54,17 forintos részvényenkénti átlagáron, további 5 darab (50.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. április 18-án 39,4 forintos részvényenkénti átlagáron, további 5 darab (50.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. április 28-án 42,2 forintos részvényenkénti átlagáron, majd további 10 darab (100.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. május 23-án 25,7 forintos részvényenkénti átlagáron. A tranzakciókra tőzsdei ügyletek keretében, az Equilor Befektetési Zrt. mint befektetési szolgáltató igénybevitelével került sor. Az ügyletek eredményeképpen az EST MEDIA Nyrt. jelenleg összességében 20 darab (a részvények névértékének 1.000,-Ft-ra történő módosítása miatt 20.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) határidős vételi kontraktussal rendelkezik saját részvényei tekintetében.

A Társaság Igazgatóságával összefüggő lényeges esemény, hogy Mester Zoltán igazgatósági tag tisztségéről 2011. április 15-i hatállyal lemondott.

A Társaság 2011. február 28-án rendkívüli közgyűlést tartott, amelyen határozott arról is, hogy a Társaság részvényeinek egyenkénti névértékét 100,-Ft-ról 1.000,-Ft-ra módosítja, és ezzel összefüggésben a Társaság alaptőkéjét képező részvények darabszámát 6.851.000 darab részvényben állapította meg. A közgyűlés döntést hozott a fentiekben említett saját részvények vásárlására vonatkozó felhatalmazás megújításáról is. A részvények összevonására irányuló folyamat 2011 júniusában lezárult, az 1.000,-Ft névértékű részvények 2011. június 29-től forognak a Budapesti Értéktőzsdén.

A Társaság 2011. április 29-i éves rendes közgyűlése – a szokásos éves határozatok elfogadásán túl – kötelezte az igazgatóságot intézkedési terv készítésére, és arra, hogy összehívja a Társaság közgyűlését annak elfogadása végett. Az igazgatóságnak a közgyűlés döntése értelmében az intézkedési tervben javaslatot kellett tennie azokra az intézkedésekre, illetve bemutatnia azokat a lépéseket, amelyek azt célozzák, hogy a Társaság az Event üzletágán kívüli médiatevékenységei körében is pozitív, évről évre növekvő szintű üzemi eredmény elérésére legyen képes a 2011. és az azt követő években. Az Igazgatóság javaslatának ki kellett térnie arra is, hogy a Társaság működése és jövőbeli terveinek megvalósítása milyen finanszírozást igényel, valamint arra is, hogy melyek azok az üzletágak, amelyek rövid- vagy középtávon várhatóan nem képesek eredményesen működni, és javaslatot kell majd tenni ezek további kezelésére. Az intézkedési tervet a Társaság 2011. június 24-i közgyűlése hagyta jóvá, és azt ugyanezen a napon a Társaság közzétételi helyein megjelentettük. A reorganizációs intézkedési terv azonosította a cégcsoport megőrzendő tevékenységeit (Event üzletág) és az újrászervezendő tevékenységeket (Print és Online üzletág).

Már a reorganizációs célokkal összhangban a cégcsoport 2011. április-májusában megkezdte a rádiós és az ahhoz kapcsolódó értékesítési tevékenységének leépítését. Ennek keretében – a cégcsoportot finanszírozó pénzügyi utólagos jóváhagyásával – 2011. április 15-én értékesítésre került a NeoFM országos kereskedelmi rádiót üzemeltető FM1 Zrt-ben meglévő 25 százalékos részesedésünk a többségi tulajdonos részére és egyúttal megszüntettük a NeoFM reklámidejének értékesítésére, illetve a különféle adminisztratív szolgáltatásokra vonatkozó megállapodásokat is. 2011. május 6-án a lényegességi küszöb alatti eladási áron értékesítésre került a 2011. február 25-én a cégcsoportba került KV Barát Kft. és ezen keresztül az annak egyszemélyi tulajdonában álló, a radiocafé 98.6 rádióadó működtető radiocafé Tömegkommunikációs és Kulturális Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság is. Az előbbi ügylet számviteli hatása a 2010-es beszámolóban került rendezésre, az utóbbi értékesítés számviteli hatása pedig – az operatív szinten jelentkező jelentős és azonnali költségmegtakarítás mellett – mintegy 180 millió forint, a 2011Q2-t terhelő veszteség volt.

A Társaság 2011. április közepén a reorganizációs lépéssorozat keretében szerződést kötött azon 300 millió forintos, rövid lejáratú kölcsönnek a 2012. április 15-ig történő meghosszabbításáról, amely – ahogy azt korábban már közzétettük – a Sziget Kft. megvásárlását célzó akvizíciók folyamata során 2010. november 29-i esedékességgel teljesített vételár rész egyik forrása volt. A tranzakciót a cégcsoportot finanszírozó pénzügyi utólagos jóváhagyta, továbbá 2011. május 23-án 2012. április 15-ig meghosszabbította a cégcsoporttal kötött finanszírozási szerződéseket.

A Társaság 2011. június 24-én tartott rendkívüli közgyűlésén döntött továbbá a Társaság székhelyének módosításáról. A Társaság új székhelye 1036 Budapest, Lajos u. 74-76. Az elhatározott székhelyváltást a cégbíróóság 2011. július 29-én bejegyezte.

A Társaság 2011. június 28-tól az EMG ügyvezetőjévé választotta Pankotai Csaba urat, akinek elsődleges feladata a reorganizációs intézkedési terv szerint megőrzendő tevékenységek közül az EMGPrint üzletág szakmai-operatív vezetése. Munkája során elsősorban az ingyenes programmagazinok területén végrehajtandó reorganizáció irányítására, az eredményes működés kialakítására koncentrált. Pankotai Csaba úr a romániai és bulgáriai programmagazinok piacán szerzett jelentős tapasztalatokat.

A további reorganizációs lépések körében 2011. július 14-én az ESTÉRT Hirdetés Értékesítő Kft. (korábbi nevén Tele EST Kft.) új ügyvezetőt kapott az országos Est Lapokat huzamosabb ideje irányító Radányi László úr személyében. A változás célja az volt, hogy az ESTÉRT Kft. munkaszervezetében egyesüljön a fővárosi és az eddig a cégcsoporton kívül folytatott vidéki sales tevékenység, amellyel létrejött egy, a programmagazinokra fókuszált, egységes, országos, dedikált sales csapat. A változás eredményeként az ESTÉRT Kft. értékesíti mind a fővárosi, mind az országos hálózatban működő programmagazin-családunk hirdetési felületeit, így az ESTÉRT Kft.-ben, azaz a Társaság konszolidációs körében jelenik meg az országos Est Lapok hálózatának helyi árbevétele is. Mindezzel egyidejűleg Radányi László urat a Pesti Est és az EXIT magazinok, valamint a Pesti Est különszámok gyártásáért felelős Pesti Est Kft. ügyvezetőjévé is választottuk, amelynek révén azonos irányítás alá kerül a cégcsoport minden programmagazinjának gyártása. Ez szándékaink szerint már rövid távon is költségcsökkentéssel jár.

A Társaság 2011. augusztus 31-re összehívott közgyűlése a tőkeszerkezet átalakítása – a tőketartalék növelése a jegyzett tőke terhére – céljából 6,851 milliárd forintról 1,3702 milliárd forintra, egy részvényre vetítve 1.000 forintos névértékről 200 forintos névértékre leszállította a Társaság alaptőkéjét, amely lépés önmagában a saját tőke mértékét nem, csak összetételét érintette. A közgyűlés emellett új felhatalmazást adott az igazgatóság részére az alaptőke felemelésére. A közgyűlés továbbá az Igazgatóság tagjává választotta Pankotai Csaba (a cégcsoport média befektetéseit összefogó EMG Média-csoport Kft. ügyvezetője) és Kovács András urakat a 2011. szeptember 15-től 2015. augusztus 1-ig terjedő időtartamra. Az Igazgatóság ezen közgyűlésen megválasztott tagjai feladatukat díjazás nélkül látják el. A nevezett személyek csaknem másfél évtizedes szakmai tudással és tapasztalattal bírnak a programmagazin-hálózatok működtetése és fejlesztése területén.

Az alaptőke leszállítását követően az igazgatóság a közgyűlés felhatalmazásával élve az új névértéken 2011. szeptember 14-én zártkörű részvénykibocsátás keretében felemelte a Társaság alaptőkéjét az alábbiak szerint:

- készpénzes tőkebevonás a cégcsoport szállítói és/vagy hitelállományának részbeni rendezése érdekében;
- szállítói követelések tőkekonverziója, a szállítók meghatározott körének részvételével;
- akvizíciós célok érdekében.

Az akvizíciós célok két területet öleltek fel.

- A Sziget Kft. akvizíciójának olyan módon történő lezárását, hogy egyfelől a Társaság mentesüljön a tranzakció folytatásának (további 2 milliárd forintot meghaladó összeg megfizetésének) kötelezettsége alól, másfelől a Sziget Kft. a cégcsoport teljes körű konszolidációs körében maradjon.
- A másik érintett terület a Társaság hagyományos program guide tevékenysége, ahol három piacon erősítettünk. A magyar piacon a jelenleg külső tulajdonban lévő 80 százalékos részesedés megszerzésével befejeztük az EXIT Magazin akvizícióját és ezzel a lap feletti teljes rendelkezési jog hozzánk került. Emellett akvizírtuk a romániai piacvezető Șapte Seri és a bulgáriai piacvezető Programata lapcsaládokat, összesen 18 lapot és az ahhoz kapcsolódó online tevékenységeket.

A Társaság Igazgatóságának 2011. november 2-i ülése megállapította, hogy a részvények átvételére vonatkozó, 2011. október 28-án 17 órakor lezárt elsőbbségi időszak során a Társaság arra jogosult részvényesei összesen 750.000 darab törzsrészvény átvételére tettek kötelezettségvállaló nyilatkozatot és azok mindösszesen 150 millió forint kibocsátási értékét a Részvénytársaság számlájára befizették.

Figyelemmel arra, hogy a pénzbeli hozzájárulás ellenében megvalósuló tőkeemelésben való részvétellel feljogosított intézményi befektető a vállalásával összhangban (a teljes pénzbeli jegyzés 25%-a) további 50 millió forint pénzbeli hozzájárulást bocsátott a Részvénytársaság rendelkezésére, az Igazgatóság 2011. szeptember 14-i ülésének határozatában előírtak értelmében az alaptőke-emelés sikeres volt. Ennek megfelelően a Részvénytársaság alaptőkéje a jelenlegi 1.370.200.000,-Ft-ról 2.389.067.400,-Ft nem pénzbeli és 200.000.000,-Ft pénzbeli hozzájárulással 3.959.267.400,-Ft-ra fog növekedni.

A sikeres alaptőke-emeléssel lezárulhat a Részvénytársaság 2011. június 24-i közgyűlésén elfogadott intézkedési terv szerint folyó reorganizáció egyik legfontosabb szakasza, a reorganizációt megelőző időszak kötelezettségeinek rendezése. Az alaptőke-emeléssel megvalósuló további lényeges lépésekkel (Sziget akvizíció zárása, a Sziget Kft. teljes körű konszolidációs körben tartása, hazai és nemzetközi akvizíciók a program kalauz területen) a cégcsoport visszatér a bizonyítottan sikeres alapokhoz (event, program kalauzok) és innen építközhet tovább a minél eredményesebb jövőbeli működése érdekében.

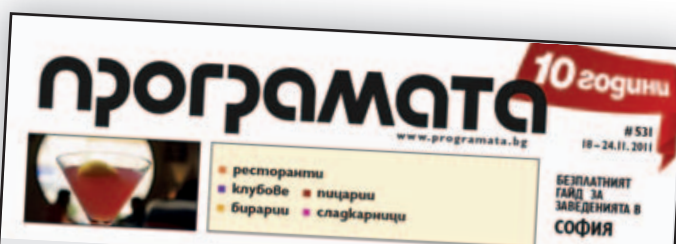
Az alaptőke-emelésből befolyó készpénzt elsősorban a nem konvertált szállítói állomány rendezésére fordítjuk. Az alaptőke-emelésből befolyó források felhasználását követően még fennmaradó bankhitel és rövid távú kölcsön (UniCredit Bank Zrt., Wallis Asset Management Zrt.) rendezése érdekében a reorganizációs intézkedési tervben írtak szerint kívánunk eljárni, olyan módon, hogy azokat közép- vagy hosszú távú újrafinanszíroztatására a jelenleg is fedezetül szolgáló Sziget Kft. üzlet részünk és az onnan mindenkor járó osztlékunk fedezetét ajánljuk.

III. A BESZÁMOLÁSI IDŐSZAK EGYÉB JELENTŐS ESEMÉNYEI

A beszámolási időszakot követő periódus eseménye, hogy dr. Balázs Csaba, a Társaság eddigi elnök-vezérigazgatója 2011. november 10-ével lemondott vezérigazgatói posztjáról. Az Igazgatóság a lemondást elfogadta és 2011. november 10-től a Társaság operatív irányításával a testület tagjai közül új vezérigazgatót bízott meg, Pankotai Csaba személyében. Pankotai Csaba 2011. júniusa óta az EMG Média-csoport Kft. ügyvezetőjeként aktív szerepet játszott a cégcsoport reorganizációjának elindításában és a november elején sikeresen lezárult alaptőke-emelésben.

A sikeres alaptőke-emeléssel felállt új, immár véglegesen a média terület, azon belül a programkalauzok és a fesztiválok irányában elkötelezett és egyben nemzetközivé is vált cégcsoport operatív irányítása a hazai és a külföldi média piacokon tapasztalattal bíró személyt kíván, ezért került sor a vezérigazgató váltásra. Pankotai Csaba magyarországi szerepvállalása előtt alapítóként és tulajdonos menedzserként vett részt a romániai Șapte Seri, illetve a bulgáriai Programata program kalauz lapcsaládok létrehozásában és eredményes működtetésében. Mostantól – tekintettel az említett lapcsaládok, illetve a budapesti EXIT Magazin EST MEDIA Nyrt. általi akvizíciójára, melyek keretében Pankotai Csaba operatív szerepe mellett az EST MEDIA egyik nagyrésztvényese is lesz - három ország piacvezető program kalauz lapcsaládjá (több mint 40 kiadvány) és a kapcsolódó egyéb nyomtatott és online termékek egységes irányítása és eredményes működtetése a feladata.

A vezérigazgató váltás az Event üzletág operatív vezetését nem érinti. Az alaptőke-emelés megvalósulásával lezárult Sziget Kft. akvizícióval a cégcsoport 51 százalékos tulajdonában és teljeskörű konszolidációs körében álló piacvezető fesztiválok irányítását továbbra is az eddigi, az EST MEDIA-ban részvényesként is érdekelt szakmai menedzsment végzi.



– a bolgár programkalauz

A Programata (A Program) első száma 2001 szeptemberében jelent meg Szófiában. Ezt 2002 nyarán követte a Programata Summer, a lap nyári tengerparti kiadványa, majd 2004-re kialakult az országos hálózat. Jelenleg Szófiában és 4 nagyvárosban jelenik meg hetente-kéthetente, 1200 hozzáférési ponton. Célcsoportja a 18-45 éves aktív urbánus, az átlagosnál magasabb képzettségű és jövedelmű népesség. 2002-ben indult el a programata.bg weboldal, ami a piacvezető bolgár kulturális portál. 2008 januárjában kezdte meg működését a conquistador.bg, a magyar Honfoglaló című online játék bolgár változata. A lapok mellett a Programata 70 százalékos tulajdonos a piacvezető bulgáriai indoor reklám cégben, a Bulgaria Indoor Advertising-ban.

– a romániai programkalauz

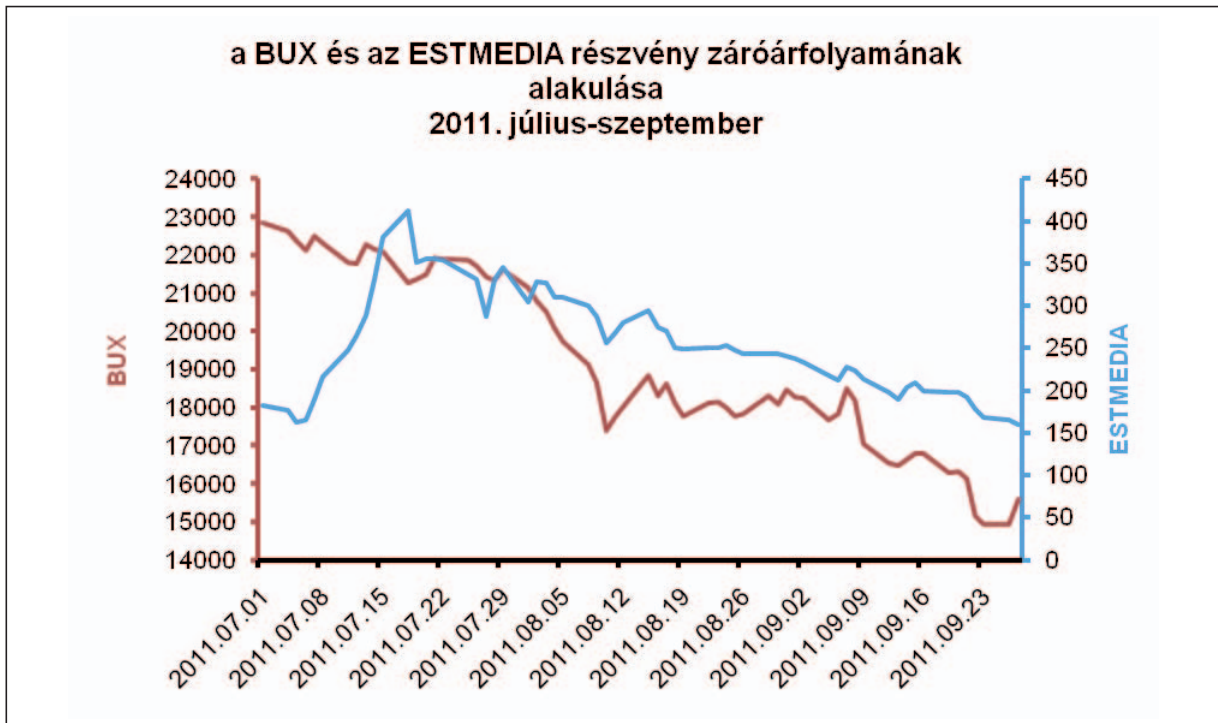
A Șapte Seri (Hét Este) első száma 1998 júniusában jelent meg Bukarestben. Ezt már 1999 nyarán követte az első helyi mutáció a román tengerparton jelent meg, majd a 2000-es évek elejére kialakult az országos hálózat. Jelenleg Bukarestben és 12 nagyvárosban, 3000 hozzáférési ponton jelenik meg heti, illetve kétheti rendszerességgel, valamint különszámokkal. A lapok célközönsége a 16-45 éves aktív urbánus, az átlagosnál magasabb képzettségű és jövedelmű népesség. A programkalauzok mellett havonta jelenik meg Bukarestben az Accent Cultural című kulturális programajánló magazin. A 2001 szeptemberében indult sapteseri.ro programajánló az egyik legkedveltebb ilyen jellegű romániai weboldal.

III. A BESZÁMOLÁSI IDŐSZAK EGYÉB JELENTŐS ESEMÉNYEI

III.1. Részvény adatok

A Társaság részvényei továbbra is a Budapesti Értéktőzsde Részvények „A” kategóriájában forognak, immár tizedik időszakban BUX-kosártagként, a BUMIX-kosárban való folyamatos részvétel mellett. Bár 2011 harmadik negyedévében az átlagos napi forgalma nem érte el a 100 millió forintot és így a részvény a jogszabályi meghatározás szerint nem minősül likvid értékpapírnak, az EST MEDIA részvény a forgalmi adatok alapján továbbra is a BÉT legnagyobb forgási sebességű tőzsdei részvényeinek egyike.

4. Ábra: a BUX és az EST MEDIA (econet.hu) részvény árfolyamának alakulása 2011Q3-ban (portfolio.hu adatok)



Az EST MEDIA részvények 2011 harmadik negyedévi átlagos napi forgalma mintegy 41 millió forint volt. A július 1-i nyitóár 200 forint, a szeptember 30-i záróár 164 forint volt.



A Média Üzletág konszolidációba teljes körűen bevont cégeinek és azok termékeinek legfőbb bevételi forrása a reklámok értékesítéséből és egyéb marketing, illetve szponzorációs tevékenységből ered. A 2008-as év végén jelentős megtorpanás volt érezhető a megváltozott világgazdasági környezet reklámköltségekre gyakorolt hatása miatt, amely a teljes hazai médiapiacra éreztetette hatását. Mindezen negatív folyamatok a 2009-es évben tovább erősödtek, illetve a 2010-es és már újabb negatív makrogazdasági folyamatok miatt a 2011-es évre is áthúzódtak, érezhetően visszavetve a teljes reklám-, és ezáltal a médiapiac teljesítményét.

A teljes reklámpiac bevételeinek alakulása jól mutatja az ágazatban tapasztalható válsághatásokat: amíg a teljes piac reklámköltsége a Magyar Reklámszövetség (MRSZ) nettó bevételekre vonatkozó becslése alapján 2008-ban több mint 7 százalékkal nőtt az előző évhez képest, addig ugyanez a szám 2009-ben 19,2 százalékos csökkenést mutatott. A TNS Media Intelligence listaáras mérései ugyanakkor csak 7,4 százalékos csökkenést mutatnak a 2009-es évre. A listaáras és a nettó bevételek visszacsúszása közötti különbség jól mutatja, hogy a keresleti oldalról hirtelen beszűkült hirdetési piacon a médiatulajdonosok a korábban jelentősen magasabb engedményeket adtak a hirdetőknél. 2009-ben az MRSZ nettó bevételekre vonatkozó becslése a TNS Media Intelligence listaáras mérésének mindössze 28 százaléka volt, azaz a listaárakhoz képest az átlagos kedvezmény-szint 72 százalék volt a magyar piacon.

2010-ben a Kantar Media (a korábbi TNS Media Intelligence) listaárakat figyelembe vevő felmérése szerint a teljes magyar hirdetési piac (napilap, folyóirat, indoor, közterület, online, rádió, mozi, kábeltévé, televízió) 7,2 százalékkal már növekedni tudott, azonban amennyiben a teljes televíziós piacot kivesszük ebből a körből, akkor az ún. Non-TV piac már csak 0,8% emelkedést mutatott, azaz stagnált. A Magyar Reklámszövetség tényleges reklámköltségeket tartalmazó 2010-re vonatkozó becslése szerint a piac – az újonnan piacra lépő szereplők adatainak kiszűrésével – kismértékű további csökkenést mutatott, ebből látható, hogy a médiatulajdonosok a listaárakból a 2009-es átlagos 72 százaléknál is nagyobb kedvezményt adtak a hirdetőknél. Ez jól mutatja, hogy a reklámpiacon 2010-ben is a kínálati oldal volt az erősebb.

A különféle nemzetközi előrejelzések (ZenithOptimedia, Carat, Magnaglobal) 2011-re egyöntetűen növekedést várnak, a régiókat illetően 5-10 százalékos mértékben, azonban ehhez az erősödéshez a magyar piactól nem várnak hozzájárulást. A növekedést ugyanakkor főként az online, az out-of-home és a televíziós szegmensben várják, a nyomtatott piacon lényegesen lassabb bővülést, esetenként csökkenést jeleznek előre. A teljesség kedvéért tegyük hozzá, hogy a nyomtatott sajtóreklám piacának visszaesése összefüggésbe hozható a romló olvasottsági trendekkel is, ami az EMG portfólióba tartozó főként ingyenes termékekre nem igaz, ezeknél a válság hatása éppen fordított volt, növekvő olvasottságot hozott.

A 2011. évi reorganizáció során a belső folyamatokon túl a piaci környezet visszajelzéseire is figyelemmel kell lennünk.

A magazinpiac

A magazinpiac egyértelműen az egyik vesztese a válságnak. Az MRSZ reklámköltségi adatai alapján a teljes sajtóreklám piac 2010-ben 6,8 százalékos csökkenést realizált, és ezzel 46,6 milliárdos értékre volt tehető. A Kantar Media 2011Q1-Q3-ban további csökkenést jelez 2010Q1-Q3-hoz képest a folyóiratok piacán. Az EMG továbbra is az ingyenes programmagazinok vezető kiadója. Az EXIT értékesítési jogának, majd 2011 őszén a teljes tulajdonjogának megszerzésével az EMG az általa értékesített termékekkel a teljes sajtópiac még fontosabb szereplőjévé vált, listaáras részesedése 2011Q1-Q3-ban 7,5 százalék körüli volt.

Az online piac

Az online az egyik legdinamikusabban fejlődő szegmense a médiapiacnak, a teljes online piac nettó bevételei 2010-ben 17 százalékkal nőttek az MRSZ becslése alapján. A piac növekedését nem csak a meglévő szereplők, hanem a mérésbe újonnan belépő médiumok köre is táplálja. Az EMGOnline árbevétele 2010Q1-Q3-ról 2011Q1-Q3-ra összességében csökkent, mert ezen a területen a lényegi fedezetet nem hordozó Facebook magyar reklámfelületeinek értékesítése helyett a saját termékek értékesítésére helyeződött át a hangsúly.

Az indoor piac

Az indoor piac a 2009-es jelentős, több mint 40 százalékos visszaesés után 2010-ben is 7,8 százalékos csökkenést könyvelhetett el. Sajnos a csökkenés 2011Q1-Q3-ban újraerősödött. A drasztikus változás elsődleges oka, hogy a médiatervekből nem ritkán teljesen kimarad az indoor, ugyanakkor az EMG számára különösen hátrányos tendencia, hogy a HORECA szegmensből áttevődik a megmaradó reklámköltség is az „instore” területére, azaz a bolti megjelenésekre (elsősorban a hipermarketekben).

Az EMGEvent üzletágával, amely a Sziget Kft. tevékenységét fedi, külön is foglalkoznunk kell, hiszen ez a terület felelős a cégcsoport árbevételének legnagyobb részéért.

V.1. A Sziget-akvizíció

A Sziget Kft. 2011. szeptember 14-ig 51 százalékban volt az EMG tulajdonában, ugyanakkor az eredetileg 2007. november 27-én létrejött és azóta többször módosított akvizíciós program szerint az EMG 2013-ig további 24 százalékot vásárolt volna meg.

Tekintettel azonban arra, hogy a cégcsoport 2011-es reorganizációja kiterjedt a finanszírozás átstrukturálására is, a Sziget Kft. akvizíciójára irányuló fenti tranzakció további folytatása korlátokba ütközött. Az eredeti akvizíciós struktúra szerint, ha az EMG részéről nem került volna megfizetésre a Sziget Kft. megvásárlását célzó akvizíció szerint 2011-ben, 2012-ben vagy 2013-ban esedékes vételár, úgy az EMG tagsági jogai a Sziget Kft.-ben csökkentek volna a következők szerint. Amennyiben az EMG a Szigerta Invest Kft. eladó részére teljesítendő vételárrész megfizetésével esett volna 90 napot meghaladó késedelembe (2011. szeptember 9.), úgy tagsági jogai 49 százalékra szálltak volna vissza, azzal, hogy amennyiben az EMG a nem teljesített vételárat a soron következő vételárrész esedékességéig (2012 tavasza) megfizeti, úgy tagsági jogai helyreállnak, amennyiben nem teljesíti ezen időpontig, úgy a Szigerta Invest Kft. elállhat az akvizíciós folyamat további részétől. Amennyiben az EMG a Volt Invest Kft. eladó részére teljesítendő vételárrész megfizetésével esett volna egy hónapot meghaladó késedelembe (2011. október 30.), úgy tagsági jogai 2,35 százalékkal csökkentek volna.

Figyelemmel a reorganizációs folyamatra és a Sziget Kft. ügyvezetője, Gerendai Károly úrnak a Társaság 2011. április 29-i közgyűlése kapcsán tett kijelentésére, miszerint

„...a pénzügyileg is stabil tulajdonosi háttér a Sziget számára is fontos tényező, egyfelől a csoport tagjaként, másrészt – a Sziget többi tulajdonosán keresztül – az EST MEDIA részvényeseiként is. Ezért az EST MEDIA által tervezett reorganizációs terv kialakítását és megvalósítását támogatjuk, bízunk sikeres végrehajtásában. Ennek érdekében, ha szükséges együtt gondolkozunk és dolgozunk a menedzsmenttel, mivel az együttműködésben látjuk az optimális megoldás lehetőségét magunk és minden részvényes számára.”

az EMG tárgyalásokat kezdett a Sziget Kft. többi tulajdonosával a kialakult helyzet áttekintése és a potenciális, a cégcsoport és a felek kölcsönös érdekeit szolgáló megoldási lehetőségek feltárása végett. Ennek keretében olyan megoldás született, amellyel a Sziget Kft. akvizíciója olyan módon került lezárásra, hogy egyfelől a Társaság mentesült a tranzakció folytatásának és további mintegy 2 milliárd forint vételár megfizetésének kötelezettsége alól, másfelől a Sziget Kft. a cégcsoport teljes körű konszolidációs körében maradt.

Első lépésben 2011. szeptember 8-án a Sziget Kft. megvásárlására vonatkozó tranzakció során 2011 tavaszán esedékessé vált vételárrészlet megfizetésének 2011. szeptember 9-i póthatárideje 2011. szeptember 15-re módosításra került.

Második lépésben a Társaság és az EMG 2011. szeptember 14-én megállapodásokat kötött a Sziget Kft. tagjaival, a Szigerta Invest Kft.-vel és a Volt Invest Kft.-vel, amelyek lezárják a Sziget Kft.-vel kapcsolatos akvizíciós folyamatot, és egyidejűleg a jövőre nézve újraszabályozták a résztvevő felek tulajdonosi együttműködését. A megkötött megállapodásokkal az EMG szavazati és vagyoni jogai 49 százalékra lecsökkentek ugyan, de egyidejűleg az EST MEDIA Nyrt. egy 2 százalékos szavazati jogot (és 1,-Ft vagyoni jogot) megtestesítő üzletrészt szerzett a Szigerta Invest Kft.-től. Így a cégcsoport összességében 51 százalékos szavazati joggal és 49 százalékos vagyoni joggal rendelkezik.

A fenti tulajdonos struktúra kialakítása keretében a Szigerta Invest Kft. és a Volt Invest Kft. mintegy 360 millió forintnyi, új kibocsátású részvényhez jutottak, továbbá a Szigerta Invest Kft. 2012. április 16-i esedékességgel további 80 millió forint vételárra lesz jogosult. Ez utóbbi fizetési kötelezettség azonban cégcsoporton belüli elszámolással kerül majd teljesítésre. A Volt Invest Kft. felé teljesítendő vételárrész megfizetési határideje 2012. április 15-re módosult.

A Sziget Kft. tulajdonosai egyidejűleg új szindikátusi szerződést kötöttek, amely a megváltozott tulajdonosi szerkezetet leképezve alapjaiban a korábban hatályos változatra épül. A szindikátusi szerződés azt célozza, hogy az EST MEDIA cégcsoport és annak Event Üzletága hosszútávon, kölcsönös érdekek mentén dolgozzon együtt a minél eredményesebb működés és a két fő termékportfolió (programkalauz, event) fejlődése érdekében. Ezt segíti elő egy 2012 után hatályosuló új, az event portfolió szintjén felálló menedzsmentösztönző rendszer is. Emellett a felek megerősítették a korábbi akvizíciós szerződésekben meghatározott EBITDA-elvárásokat, amelyek részben továbbra is a menedzsment-érdekeltség alapjául fognak szolgálni. Ugyanakkor a szindikátusi szerződés rendelkezéseinek súlyos megsértése és az együttműködés érdekkörünkbe eső ellehetetlenülése esetére opciós jog került kikötésre az EST MEDIA Nyrt. 2 százalékos mértékű üzletrészére, amelynek lehívása azonban felelős és szerződésszerű többségi tulajdonosi működésünk esetén nem valószínű.

A konstrukció biztosítja az EST MEDIA Nyrt. és az EMG Médiacsoport Kft. üzletrészein keresztül a szavazati jogok többségét, és ezáltal azt, hogy a Sziget Kft. változatlanul teljes körű konszolidációs körünkben maradjon.

V.2. A Sziget-akvizíció jelentősége

A 2009-2011-es fesztiválszezonok nyereségessége jól mutatja, hogy a Sziget Kft. üzleti modellje a gazdasági válság körülményei között is működőképes, annak ellenére, hogy a 2011-es Sziget Fesztivál a korábban már bemutatott egyedi okok miatt veszteséges lett. A fesztiválok pozitív mérlege és fejlődőképessége (új szponzorok szerzése, új szolgáltatások bevezetése, további külföldi terjeszkedés lehetősége, stb.) a finanszírozói és tőkebefektetői körök számára is komoly indikációt adhat arra nézve, hogy ez a fajta média- és szórakoztató tevékenység minden egyéb (időjárás, közlekedés, stb.) kockázat ellenére is stabil és megbízható profittermelésre képes.

A Sziget-akvizíció több szempontból is illeszkedik az EMG-hez és tevékenységéhez. Egyfelől a Sziget az elmúlt két évtized egyik emblematicus brandje, hasonlóan a Pesti Esthez. Másfelől a rendezvények célcsoportja és az EMG média-portfóliójával megszólítható rétegek között jelentős az átfedés, ezért a két marketing eszköz együtt hatékonyabban lehet képes a hirdetési igények kiszolgálására. Az EMG média-portfóliója egész éven át képes elérni a fogyasztókat, míg a rendezvény portfólió elemei intenzívebb, élmény-környezetbe helyezett elérést és közvetlen fogyasztói kapcsolatot kínálnak.

A rendezvény-portfólió más szempontból is értékes kiegészítője a média-portfóliónak, hiszen ellentétben ez utóbbival, a rendezvények (a T-Home Gyerek Sziget kivételével) fizetősek, azaz maga a látogatói részvétel is árbevételt és eredményt generál, így ez az ágazat kevésbé van kitéve a mindenkor reklámpiaci változásoknak: míg a magyar reklámpiac 2008-ról 2010-re majd 20 százalékkal csökkent és 2011-ben is stagnálni látszik, addig a Sziget Kft. több fizetős fesztiválján is ebben az időszakban látogatócsúcsok dőltek meg.

Az EMGEvent üzletága mindemellett egyéb növekedési lehetőségeket is hordoz. Egyfelől a magyarországi fogyasztás nyugat-európai színvonalhoz való közeledésével (a szórakozásra szánható összegek növekedésével) többen látogathatják majd a rendezvényeket, másrészt a helyszínen többet is fogyaszthatnak. A zenei ipar eközben nagymértékű átalakulásban van. Míg korábban az élő fellépések a hangfelvételek népszerűsítését szolgálták, addig mára ez a helyzet megfordult, a könnyen (nem feltétlenül legálisan) elérhető-letölthető hangfelvételekből származó bevételek csökkenése az előadókat az élő fellépésekkel elérhető bevételek irányába fordítja. Várhatóan a magyar, illetve a régiós piac is megkezdte majd a felzárkózást a nyugat-európai fesztivál- és koncertkínálathoz. A jelenlegi akvizíciós tervek megvalósulásával két régiós piacon is előretörést érhetünk el. Ez a folyamat lehetőségeket nyithat majd arra, hogy akár Magyarországon (itt ráadásul a bevezetést támogatni képes erős média-háttérrel), akár a környező vagy régiós országokban újabb igényes rendezvényeket hozhassunk létre. A Sziget Kft.-ben az elmúlt két évtized során összegyűlt fesztiválszervezői tapasztalat mint szakmai bázis és az EST MEDIA Nyrt. tőkepiaci jelenléte alapot adhat arra, hogy az EMGEvent üzletága az elkövetkező években – természetesen megfontolt és óvatos terjeszkedés révén – megvesse a lábát a környező országokban és Magyarország után a régióban is piacvezető fesztiválszervezővé váljon.

Az EST MEDIA csoport reorganizációja során – figyelemmel a program guide szegmens tervezett nemzetközi terjeszkedésére is – kiemelten fontos az EMG média-portfóliójának az EMGEvent üzletággal való szakmai együttműködése, illetve az annak fejlesztésében való részvétel, így nem kerül szóba az, hogy a Sziget Kft.-ben meglévő részesedésünkől megváljunk.

V.3. Fesztiválok

Az EMGEvent üzletága a 2011-es évben négy fizetős (Budai Gourmet, VOLT Fesztivál, Heineken Balaton Sound, Sziget Fesztivál) és egy ingyenes rendezvényt (T-Home Gyerek Sziget) szervezett. Mindeközben a Sziget Kft. szakemberei aktívan keresik az újabb lehetséges fesztivál lehetőségeket, jelenleg elsősorban a horvát tengerpartra koncentráva (ahol egy potenciális helyszín az Isztriai félszigeten már kiválasztásra is került, legkorábban 2012-re). A 2011-ben összességében várhatóan nem növekvő Sziget Kft. eredményesség ugyanakkor a külföldi terjeszkedési terveket is befolyásolhatja. Ebben a körben mérlegelni lehet majd azt is, hogy a külső partnerekkel való együttműködéssel szemben mennyiben volna célszerűbb az EST MEDIA tervezett nemzetközi program guide hálózatára, az azzal lefedett országokban meglévő tapasztalatokra, kapcsolatrendszerre és finanszírozási lehetőségekre támaszkodni.

A Sziget Kft. Európa egyik legismertebb fesztiválszervező cége, a magyarországi fesztiválpiacon pedig a legnagyobb. Kiterjedt értékesítési és promóciós hálózattal rendelkezik az európai, különösen a következő nyugat-európai országokban: Hollandia, Olaszország, Franciaország, Nagy-Britannia, Spanyolország, Németország. Fő kereskedelmi partnerei a legismertebb vállalatok az üdítőitalok, sör, telekommunikáció, dohányárúk területén: Heineken Hungária Sörgyárak Zrt., Dreher Sörgyárak Zrt., Vodafone Magyarország, T-csoport (T-Mobile, T-Home), Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft., Samsung Mobile, Friesland, K&H Bank, OTP Bank, stb. Részesedése a fiataloknak szóló rendezvények árbevételéből mintegy 80 százalékra tehető (T-Home Gyerek Sziget, VOLT Fesztivál, Heineken Balaton Sound, Sziget), a fennmaradó 20 százalékon 40-45 kisebb cég osztozik. A Sziget Kft. fizetős rendezvényein 2011-ben csaknem 700 ezer látogató fordult meg, a magyar fesztiválpiacon a cégnek érdemi versenytársa nincs.

A Társaság tevékenységéhez kapcsolódó kockázatok értékelésekor a Társaság (média fókuszú) vagyonekezelési tevékenységből kell kiindulni, amiből következően a Társaság befektetéseiként szereplő vállalatok, tehát a Média Üzletág és a nem média jellegű befektetések tevékenységéhez kapcsolódó kockázatokat kell figyelembe venni.

A Média Üzletág kockázatai közül az offline (print, indoor) média tevékenységnél a lakossági fogyasztás esetleges visszaesésének a hirdetési piacra gyakorolt általános hatását, illetve elsősorban a print média területén érezhető reklámpiaci visszaesést kell kiemelnünk. Az online médiapiac tekintetében pedig kockázati tényezőként jelentkezik, hogy a piac bővülése ellenére a változás nem érinti egyenletesen az összes piaci szereplőt, növekszik a verseny, illetve gyorsan változnak az internetes felhasználói szokások. Ennek következtében az ezt kiszolgáló alkalmazások az elmúlt évek során jelentős változáson mentek keresztül, amely természetesen kockázatként jelentkezik az ebben a szegmensben kialakított üzleti modellek megvalósulása során, így érintheti a Társaság által kialakított online média-portfóliót és az ahhoz kapcsolódó tartalomszolgáltatásokat is.

A rendezvényszervezői tevékenységgel összefüggésben további kockázat adódhat egyebek mellett az esetleges kedvezőtlen időjárásból, közlekedési problémákból, egészségügyi krízishelyzetekből, a fellépők személyében rejlő okokból (betegség miatti lemondás, stb.), a helyszínenként szolgáló területek használata feltételeinek változásából vagy azok további használata lehetőségének megszűnéséből, illetve jellemzően itt jelentkezik az árfolyamkockázatok is, elsősorban HUF/EUR, HUF/USD, HUF/GBP viszonylatban. A 2011. év azt is megmutatta, hogy a HUF/CHF árfolyam rendkívül volatilis mozgása kevesebb napijegy értékesítésével járhat. Egy közelmúltbeli diszkó-tragédia kapcsán megváltozott szabályozás a rendezvények előzetes engedélyezését szigorította, a szabályozás gyakorlatban történő alkalmazására és/vagy alkalmazhatóságára még (a rendeletet júniustól kell alkalmazni) nincsenek tapasztalatok. Ennek szintén kihatása lehet a Sziget Kft. rendezvényeire. Ki kell emelni, hogy 2010-ben ugyan lejárt a Sziget Fesztivál megrendezésére szolgáló terület Fővárosi Önkormányzat tulajdonában lévő részére vonatkozó használati engedély, de 2011. január 28-án elvi megállapodás született a 2011. évi használatról, és az ennek alapján kidolgozott megállapodás-tervezetet a Fővárosi Közgyűlés 2011. április 6-án jóváhagyta. A felek megállapodtak abban is, hogy az ideai tapasztalatokat értékelik, a jövőre nézve pedig ezt figyelembe véve állapodnak meg. Az elvi megállapodás ugyan 2012-re és a későbbi évekre nem terjed ki, de a 2012. évre a fővárossal a területhasználatról előszerződés került megkötésre. Mindezen problémákat az akvizíciós szerződés kezeli, végső soron azáltal, hogy a vételár – a Sziget Kft-vel szemben elvárt árbevételhez és eredményhez képest esetlegesen csökkenő vagy elmaradó rendezvény-bevételen és/vagy eredményen keresztül – akár kétszeres mértékben csökkentésre kerül. Szintén a rendezvényszervezői tevékenységgel kapcsolatosak a rendezvényekkel összefüggésben felmerülő esetleges biztonsági és közbiztonsági kockázatok.

A teljes Média Üzletág kapcsán kockázatként jelentkezik a mindenkorai médiaszabályozás olyan elemei, amelyek egyes médiaeszközök tulajdonosának más médiaeszközök tulajdonlására vonatkozó jogosultságát kizárják vagy feltételekhez kötik. Itt kell külön is kiemelni a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvényt, amely új kötelezettségeket ír elő a média egésze számára. A törvénnyel összefüggő jogalkalmazási gyakorlat egyelőre nem ismert. A mindenkorai médiatörvényi szabályozás a jelenlegihez képest bővítheti vagy eltérően állapíthatja meg a hatálya alá tartozó tevékenységekre vonatkozó korlátokat, illetőleg azokkal szemben újabb összeférhetetlenségi okokat állíthat fel, amelyek esetlegesen akadályozhatják a cégcsoport médiapiaci terjeszkedését, korlátozhatják a média-portfólió további építését, vagy a meglévő média-portfólió átalakításához vezethetnek.

A nem média jellegű befektetések tevékenységei közül kiemelendő a grid technológia alkalmazásához kapcsolódó kockázat, mivel az ilyen alkalmazásokkal kapcsolatos gyakorlat különösen Magyarországon, rendkívül ritka, így mint minden újszerű és előremutató technológia bevezetésénél és üzleti célú felhasználásánál jelentős kockázati tényezők állnak fenn.

A fenti rövid összefoglalás mellett ki kell emelni a jelenlegi világgazdasági válságkörnyezetből adódó bizonytalanságokból következő kockázatokat. Annak ellenére, hogy a napról napra formálódó gazdasági folyamatok végső, a Társaságot és piacait érintő hatásai még nem vagy nem teljes körűen ismertek, az egyes tevékenységek piaci környezetével foglalkozó fentebbi részekben röviden vázoljuk az ezzel kapcsolatos elgondolásainkat. Általános érvennyel kijelenthető azonban, hogy a Társaság - minden más gazdálkodóhoz hasonlóan - jelentősen megváltozott piaci viszonyok közé került. A jelentősen megváltozott piaci viszonyok és körülmények magukban hordozhatják az értékeltési szintek - esetlegesen átértékelési kötelezettséggel is járó - elmozdulásait, valamint a finanszírozhatóság és az előre nem számolható veszteségek kockázatát. A finanszírozási struktúra folyamatban lévő átalakítása, illetve az eddig nem finanszírozott veszteségek miatt a pénzügyi-likviditási helyzet feszített, ez ugyancsak kockázatokat hordoz. Kockázatként jelentkezik továbbá, ha a tervezett tőkeleszállítás, illetve tőkeemelés megvalósulása ellenére a reorganizáció nem jár sikerrel, amely a tevékenység további folytatását is megkérdőjelezheti. A hitelpiac beszűkülése miatt a meglévő hitelek refinanszírozhatósága vagy visszafizethetősége tekintetében is fennállnak a fedezetek esetleges érvényesítését is magukban hordozó kockázatok. Ezekon felül a gazdasági helyzet esetleges további romlása esetén fokozódhat a szerződéses partnerek nemfizetési kockázata, amely szintén a megfelelő likviditás fenntartását veszélyeztetheti. A Társaság saját részvényekre vonatkozó határidős ügyletei miatt specifikus kockázatként jelentkezik a világgazdasági válságkörnyezetben az elmúlt időszakban tapasztalt tőkepiaci volatilitás is. A 2010 végén változott magánnyugdíjpénztári szabályozás miatt a magánnyugdíjpénztári vagyont jelentősen csökkent, ami a BÉT keresleti oldalát gyengítheti, másfelől az állami tulajdonba kerülő vagyont tartalmazó részvények a piacra kerülve a kínálati oldalt erősíthetik.

VI. A TÁRSASÁG TEVÉKENYSÉGÉNEK FŐBB KOCKÁZATAI

A Társaság 2011. június 24-i közgyűlése elfogadta a cégcsoport reorganizációs tervét. A reorganizáció során a megszűnt vagy esetlegesen megszűnő tevékenységek a konszolidált saját tőke csökkenésével járhatnak, amelyet a jogszabályokban meghatározott szint alá csökkenés esetén a jogszabályokban előírt módon kell kezelni. Tekintettel továbbá arra, hogy a reorganizáció folytatása a tevékenység további szűkítését is magában hordozza, a cégcsoport konszolidált árbevétele az év során tovább csökkenhet. A reorganizáció kiterjed a finanszírozás átstrukturálására is, ennek kapcsán előfordulhat, hogy a Sziget Kft. akvizíciójára irányuló tranzakció további folytatása korlátokba ütközik majd.

A rádiós üzletág leépítése körében értékesítésre került radiocafé Kft. rádióadása időközben az NMHH Médiatanácsa – némileg váratlan – felmondása miatt megszűnt. Ez a helyzet ellehetetleníti a cég vevője általa radiocafé Kft. szintjén tervezett – EMG-t nem érintő – reorganizációt, és végső soron a cég felszámolási eljárás során történő megszűnéséhez vezethet. Nem kizárható, hogy ennek során vagy ezt megelőzően a cég vevője vagy az esetleges felszámoló a korábbi közvetett tulajdonos EMG-vel szemben a lényegességi küszöb alatti mértékű pénzbeli vagy egyéb követeléseket támasszon. Az EMG ilyen esetben a körülményekhez és a lehetőségekhez képest fellép majd érdekei védelmében.

A Társaság tevékenységének legjobb tudomásunk szerint lényeges, az átlagos iparági környezetvédelmi kockázatot meghaladó kockázata nincs. Tevékenységünk során törekszünk a környezetvédelmi felelősségvállalásra; ennek jegyében egyebek mellett print kiadványaink legnagyobb része újrahasznosított papíron kerül kiadásra, a szabadtéri rendezvényeinken pedig a lehetőségekhez képest szelektív hulladékgyűjtést folytatunk.

Az EST MEDIA Nyrt. tevékenységével kapcsolatos általános és üzletági kockázati tényezőket részletesebben is bemutatta a 2011. február 18-án közzétett törzsrészesvények tőzsdei bevezetéséhez készített összevont tájékoztató és hirdetés, melynek közzétételét a PSZÁF KE-III-76/2011. számú határozatával 2011. február 15-én engedélyezte.



Az EST MEDIA cégcsoport új stratégiájának megfelelően kialakított struktúrája leképezi a legfőbb tevékenységi ágazatokat, így az üzleti tevékenység elsősorban az EMG-ben és leányvállalataiban folyik, az Anyavállalat tevékenysége alapvetően a média üzletágakat támogató szolgáltatásokra és a korábbi nem média jellegű befektetések kezelésére korlátozódik.

A rövidtávú feladatok körében nem feledkezhetünk meg arról, hogy az elmúlt évtizedekben példa nélküli világgazdasági válságban dolgozunk. A cégcsoport feladatait mindenkor ennek figyelembe vételével kell felülvizsgálni és ellátni.

Az új cégcsoport stratégia szerint az Anyavállalat nem média jellegű befektetései esetében kiemelt feladat, hogy az azokkal kapcsolatos költségek és egyéb erőforrás-igények minél előbb megszűnjenek, lehetőséget teremtve ezzel arra, hogy az EST MEDIA Nyrt. tevékenysége is minél nagyobb mértékben a Média Üzletágra összpontosulhasson. Ez a cél 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 akár a 2009-es vagy 2010-es év végi értékelések során kialakult könyvi értékeknel kedvezőtlenebb értékeltségi szinteken történő azonnali értékesítésekre kerülhetne csak sor. Tekintve azonban, hogy összességében fontosabb szempont a stabil likviditás, mint a nem média jellegű befektetések megőrzése, ezek felvállalhatóak, ha üzemi szintű költség- és egyéb erőforrás megtakarítást jelentenek. Mindezek, illetve a reorganizációs célok érdekében, akár számviteli, akár az eredménykimutatás pénzügyi sorain megjelenő veszteségek felvállalásával is fel kell gyorsítani a nem média jellegű befektetések leépítését. Ez egyfelől forrásteremtéssel, másfelől az itt felszabaduló erőforrásokkal szolgálhatja a rövid- és hosszú távú üzemi szintű eredménytermelő képesség javítását, továbbá megkönnyítheti az így tisztán média befektetésekkel rendelkezővé váló cégcsoport teljesítményének időszakra-időszakra történő összehasonlíthatóságát.

A Média Üzletágunk központi cége az EMG, amely valamennyi média-befektetés tulajdonosaként előkészíti a Média Üzletágat érintő stratégiai döntéseket, kialakítja és végrehajtja az Üzletág üzletpolitikáját, továbbá működteti az integrált belső ellenőrzés rendszerét. Az EMG alá tartozó média-portfólió négy szervesen összetartozó és egy, jelenleg függetlenül működő (event) üzletágra tagolódik. 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. Az EMG rövidtávú 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, minél üzemgazdaságosabb működésű média-portfólióvá fejlessze, a minél nagyobb földrajzi területet lefedő platform-független program guide és event tevékenységek erősítésével.

A Társaság – figyelemmel azon közgyűlési napirendi pontban, illetve közgyűlési döntésben megjelent részvényesi igényre is, amely a rövid távú üzemi eredményesség elérését és növelését helyezi előtérbe a hosszú távú perspektívában értelmezhető, szélesebb alapokon nyugvó, de rövid távon ráfordításokkal járó sokelemű portfólió üzemeltetésével szemben – megkezdte a cégcsoport reorganizációját, és a cégcsoport egészét érintő reorganizációs tervet készítette. A közgyűlés által elfogadott reorganizációs intézkedési terv – egyebek mellett – meghatározta a megőrzendő tevékenységeket, illetve javaslatot tett a nem megőrzendő tevékenységek kezelésére, bemutatta a megőrzendő tevékenységek új működési struktúráját és a reorganizáció lépéseit, továbbá tárgyalta a korábbi időszakból eredő kötelezettségek kezelésének módjait és az ehhez esetlegesen szükséges forrásbevonás lehetőségeit.

A reorganizáció azért vált szükségessé, mert egyfelől a gazdasági világválságból eredően 2009-től csökkenő és átalakuló belső fogyasztás miatt a reklámpiac először erőteljesen zuhant, majd ezen a szinten stagnált, ami a cégcsoport 2008-ban is megvont termékei árbevételének nagymértékű csökkenésével és veszteség képződésével járt. Másfelől a cégcsoport a válság ellenére, a kínáló lehetőségeket kihasználva intenzíven növekedett, azonban a növekedés, különösen amikor új tevékenységek beindításával járt (pl. EST.TV Magazin, NeoFM, Time Out Budapest), a termékek beindítási ráfordításával tovább terhelte az egyébként is veszteségbe fordult üzemi szintű működést. Ezeket a veszteségeket és ráfordításokat a Társaság nagyobb részben a tőkepiacról, kisebb részben hitelből finanszírozta. 2011 áprilisára a további tőkeágon történő finanszírozás bevonása vagy a korábbi hitelek refinanszírozása rendkívül megnehezült, részben a magyarországi hitelpiac visszaesése, részben a tőkepiaci lehetőségek beszűkülése (pl. tőzsdei keresleti oldal és a forgalom általános csökkenése) miatt. A forrásbevonást az is korlátozta, hogy a cégcsoport legértékesebb eszköze, a Sziget Kft. részesedés éppen a 2011. év elején került olyan helyzetbe (eltűzött fővárosi közterület használati díjigények, melyek végleges és kezelhető mértékéről szándéknyilatkozatnál erősebb döntés a Fővárosi Közgyűlés részéről csak 2011. április elején született), ami az annak fedezetként való felhasználását ideiglenesen ellehetlenítette. A tőkepiacról való forrásgyűjtés lehetőségét az sem erősítette, hogy a Sziget Kft. megvásárlását célzó akvizíció tavaly november végi lépésére a piac összességében nagymértékű árfolyameséssel reagált.

A reorganizáció során cél, hogy a megőrzendő tevékenységek költséghatékonyan és stabil cash-flow-val működjenek. Ennek érdekében a cégcsoport munkaszervezete átalakításra kerül, amely folyamat a nyár folyamán már megkezdődött. Ennek során egyfelől a létszám a megőrzendő tevékenységek szükségletéhez kerül igazításra, másfelől átszervezésre kerül(t) egy új struktúrába új operatív vezetők bevonásával. A munkaszervezet ésszerűsítése mellett az EST MEDIA Nyrt. és a média-portfólió menedzsmentje is összevonásra kerül a tervek szerint.

A reorganizáció után céljaink szerint a média-portfólió, valamint a Sziget Kft.-ből származó eredmény képessé teszi a cégcsoportot az eredményes működésre. Egyben képes lehet arra is, hogy részt vállaljon abban, hogy a Sziget Kft. a meghatározó hazai piaci szerep után fontos szereplő legyen az európai fesztiválszervezési és event marketing piacon.

Mindazon folyamatok ellenére, amelyek a magyarországi tőkepiacon – és az EST MEDIA Nyrt. piacán – zajlottak és zajlanak, a tőkepiaci jelenlét hozzáadott-értéket képvisel, amely a későbbiekben kiaknázható lesz.

VIII. A TÁRSASÁG FŐBB CÉLKITŰZÉSEI

A Társaság alapvető hosszú távú célja a részvényesi érték maximalizálása. Ez a cél a jelenlegi világgazdasági válság körülményei között alapvetően a részvényesi érték megőrzésén és a jövőbeni értéknövelés lehetőségének megteremtésén keresztül érhető el. Ennek aktuális eszköze még az EST MEDIA Nyrt.-hez hasonló növekedésorientált vállalatoknál is a konzervatív üzletpolitika. Ennek megfelelően a Bevezetés című részben összefoglalt működési elvek mentén a cégcsoportot arra kell felkészíteni, hogy a válság elmúltát követő időszakban újra intenzív növekedési pályára állhasson. Ennek egyik eszköze a médiaszektorra, illetve a tőkepiaci körülmények között működő cégekre mindig is jellemző innovatív és intuitív szellemi munka.

A fenti, általános érvényű célkitűzések megvalósítása a jelenlegi, az elmúlt évtizedekben nem tapasztalt mélységű és hatású gazdasági válságkörnyezet körülményei között más eszköztárat igényel. A hosszú távú árbevétel, fedezet és nyereségesség növelése bizonyos esetekben és területeken akár rendhagyó lépésekkel is járhat. Mindemellett a válság az egyes üzletágbeli piacokon jövőbemutató lehetőségeket is kínálhat, azonban elképzelhető, hogy ezek kihasználása csak más üzletágbeli piacok súlyának csökkentésével vagy az azokról való kivonulással lenne lehetséges.

A Társaság tevékenysége során a belső erőforrások maximális kihasználására, a válságot követő időszakra pedig az árbevétel, a fedezet és ezen keresztül a nyereségességnek először a válság előtti szintre, majd magasabbra növelésére törekszünk. Emellett kiemelt cél a Média Üzletágban létrehozott vagy a jövőben létrehozandó, jellemzően immateriális javak (pl. szoftverek, kiadványokhoz kapcsolódó jogok, know-how-k, stb.) értékének megőrzése és növelése is, ami a Társaság cégértékében és a részvényesi értékben is közvetlenül megmutatkozik.

Az előző három bekezdésben írt hosszú távú célokat és terveket a megkezdett reorganizációs folyamat rövid távon negatív irányban befolyásolhatja, azonban végső soron a reorganizáció is ezen célok elérését szolgálja.

A fentieknek megfelelően a legismertebb, saját szegmensükben a piacvezetők közé tartozó magyar média brandeket birtokló EST MEDIA Nyrt. legfontosabb stratégiai célja az, hogy ezt a pozíciót megőrizze és a tervek szerinti nemzetközi terjeszkedéssel megerősítse. Cél továbbá, hogy az EST MEDIA Nyrt. – amely a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén jelenleg egyedülként reprezentáló cégcsoport – üzletmenetében könnyen áttekinthetően működjön, ahol az előállított érték mindenki számára hozzáférhető (olvasható, látható, látogatható), az üzleti döntések eredményei lemérhetőek.

A piaci pozícióink megtartása és növelése „csak” intuíción és innováción már nem épülhet, ezért – persze a mindenkori tőkepiaci helyzettől nem függetlenül – a 2010. augusztus és november, valamint a 2011. szeptemberin túli tőkebevonásra is szükségünk lehet. Erre akár a Társaság, akár a leányvállalatok szintjén sor kerülhet, a megfelelő piaci instrumentumok (részvény-, vállalati kötvény vagy átváltoztatható kötvény kibocsátása, stb.) nyújtotta lehetőségek minél optimálisabb kihasználásával, bár ahogy a fentiekben, a reorganizáció szükségességét kifejtő részben jeleztük, a mai tőkepiac ezen törekvésünket nem feltétlenül támogatja.

A Társaság a 2011. évre tervszámokat nem tesz közzé, figyelemmel arra, hogy az elhúzódó gazdasági válságthatásokból adódó piaci bizonytalanság, illetve a reorganizáció befejezetlensége miatt a múltbéli adatokon alapuló becslésen túlmutató megalapozottságú tervek nem készülhetnek, elhúzódó válságidőszakban pedig becsült adatok közlése a Társaság álláspontja szerint nem volna felelős magatartás. A Társaság célja, hogy a reorganizáció után annak egyszeri költségeit nem számítva a megmaradó tevékenységek egyre növekvő üzemi szintű nyereségesség mellett működjenek.

Az EST MEDIA Nyrt. legtöbb médiabrandje 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.





a jelentősebb tételek, változások magyarázata

29

30 | I. Mérleg

31 | I.1. Eszközök

33 | I.2. Források

35 | II. Eredménykimutatás

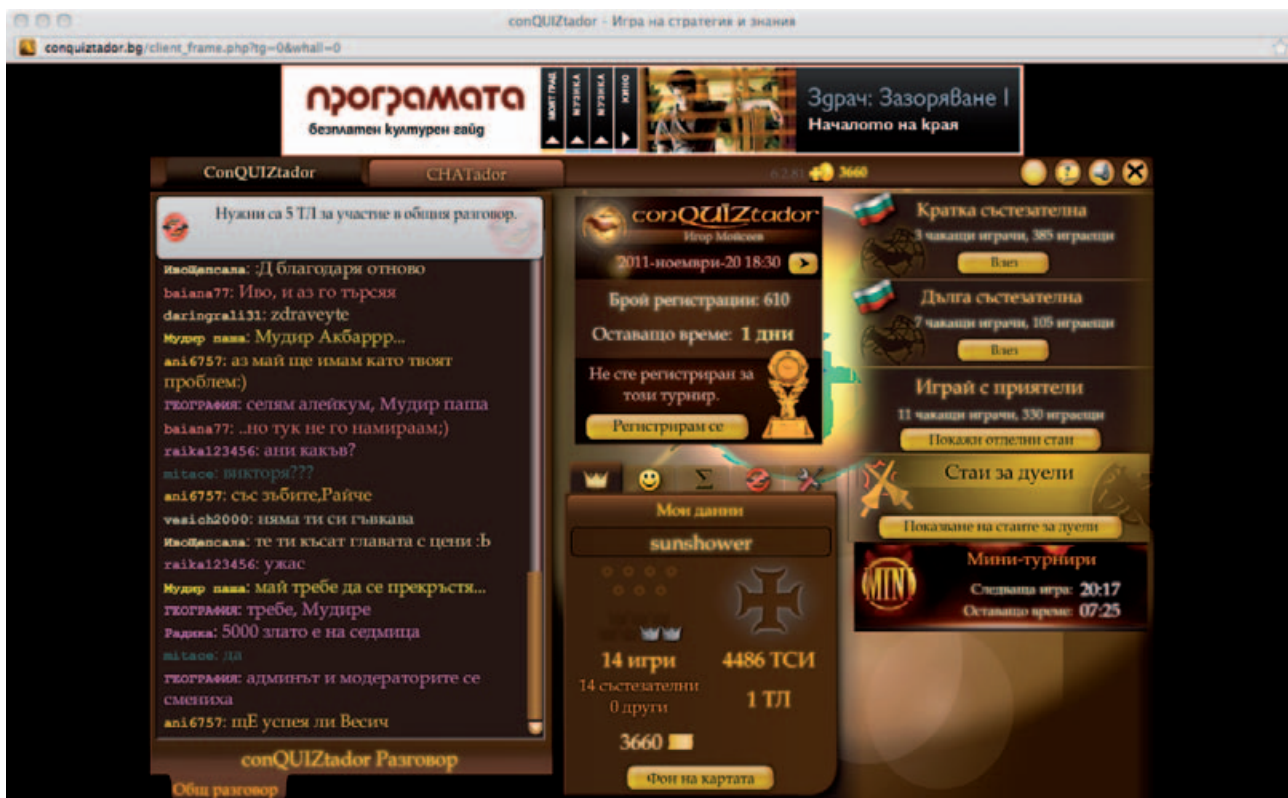
Felhívjuk a figyelmet, hogy a D-E-G Lapkiadó Kft.-ben meglévő részesedésünk 2011. augusztus 4-én értékesítésre került, emiatt a Társaság számviteli politikája szerint a cég a konszolidációs körből kikerült. Ezen túlmenően a Súgó Kft. konszolidációs szempontból átkerült a „nem jelentős” kategóriába. A Társaság számviteli politikája alapján emiatt a D-E-G Lapkiadó Kft. és a Súgó Kft. adatai a bázisidőszaki adatokból is kiszűrésre kerültek. Ennek megfelelően az időszaki adatok összehasonlíthatósága érdekében a 2010-es bázisidőszaki adatok a tavaly közzétettekhez képest eltérőek: a D-E-G Lapkiadó Kft. és a Súgó Kft. adatai nélkül kerülnek bemutatásra, azonban maga a D-E-G Lapkiadó Kft., a Súgó Kft. részesedés értéke a megfelelő soron szerepel. Sem a 2010Q1-Q3-as, sem a 2011Q1-Q3-as számok nem tartalmazzák a konszolidációs körből korábban kikerült radiocafé Kft., valamint FM1 Zrt. adatait. A 2011Q1-Q3-as adat már tartalmazza viszont a Sziget Kft. és a Volt Event Kft. (EMGEvent) adatait is.

A mérlegfőösszeg 21 százalékkal magasabb a bázisidőszakihoz képest. Eszköz oldalon a forgóeszközök 23 százalékkal nőttek, a hosszú távú befektetések 93 százalékkal csökkentek, az ingatlanok, ingók a termelésben 303 százalékkal, az immateriális javak pedig 72 százalékkal nőttek. Forrás oldalon a rövid lejáratú kötelezettségek 75 százalékkal nőttek, a hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek 84 százalékkal csökkentek, a saját tőke pedig 4 százalékkal nőtt.

A konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok 2011. szeptember 30-án: az EST MEDIA Nyrt., a GridLogic Kft., Betagrid Kft., Gridtech Kft., econet Invest Kft., Magyar Vendor Kft., EMG Média csoport Kft., EMERGING MEDIA GROUP Kft., Pesti Est Kft., Fénypont Kft., O-Zone Kft., ESTÉRT Kft. (a társaság neve egy évvel korábban még Tele Est Kft. volt), Sziget Kft. (bázis időszakban equity módszerrel került bevonásra) és a Volt Event Kft. Egy évvel korábban az említettek túl a konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaság volt még az azóta értékesítésre került D-E-G Lapkiadó Kft., valamint a konszolidációs körből kikerülő Súgó Kft. is. A többi, tartós befektetésként nyilvántartott társaság mérlegfőösszegét, saját tőkéjét, illetve árbevételét tekintve a konszolidációs szempontból „nem jelentős” kategóriába került. Ezek az Artigo Kft., EST INDOOR Kft., eMusic Kft., Est Pont Kft., PHONON 450 Zrt., EMG Card kft., a SANORG Kft. és a Súgó Kft.

A 2011Q3-ban akvirált nemzetközi tevékenységeket a 2011-es év hátralévő részére mentesítettük a konszolidációs kötelezettség alól, mert az idő rövidsége miatt csak ésszerűtlen költségráfordítás mellett volna biztosítható, hogy a teljes körű bevonásuk 2012. január 1-i időpontja előtt a helyi számviteli előírások szerint készülő kimutatásaik tekintetében átférjenek a Társaság által a beszámolási kötelezettségei körében alkalmazott IFRS előírások alkalmazására. Ugyanakkor a 2011-es éves jelentésünk kiegészítő mellékletében bemutatjuk majd az adott külföldi cégek főbb mérleg- és eredmény adatait.

A mérleg és eredménykimutatás időszaki változásának bemutatására hivatott százalékos mutatószám a bázis időszaktól a tárgyidőszakig terjedő változást mutatja a bázis időszak százalékában.



I. MÉRLEG

I.1. Eszközök

EST MEDIA Nyrt.					
PÉNZÜGYI POZÍCIÓ KIMUTATÁS / KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.09.30.	2011.09.30.	változás %
1	A	Forgóeszközök	3 478 517	4 294 351	23%
2	I.	Pénzeszközök	68 138	110 427	62%
3	1.	Szabad rendelkezésű pénzeszközök	68 138	110 427	62%
4	2.	Elkülönített pénzeszközök			
5	3.	Azonnal pénzé tehető, likvid értékpapírok			
6	II.	Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok	615 326	307 816	-50%
7	1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok			
8	2.	Eladásra szánt hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok	615 326	307 816	-50%
9	3.	Egyéb céllal tartott hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok			
10	III.	Követelések	2 794 903	3 871 107	39%
11	1.	Vevőkövetelések	1 007 296	1 449 529	44%
12	2.	Váltókövetelések	106 000		-100%
13	3.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelései	785 310	865 636	10%
14	4.	Termékre és szolgáltatásra adott előlegek		3 090	
15	5.	Letétek, óvadékok			
16	6.	Egyéb követelések	680 763	1 183 609	74%
17	7.	Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege	215 534	369 243	71%
18	8.	Folyamatban lévő kivitelezések ráfordításainak és bevételeinek pozitív egyenlege			
19	IV.	Készletek	150	5 001	3234%
20	1.	Késztermékek			
21	2.	Befejezetlen és félkész termékek			
22	3.	Növendék-, hízó- és egyéb állatok			
23	4.	Alap, segéd és üzemanyagok			
24	5.	Kereskedelmi áruk	150	5 001	3234%
25	V.	Halasztott ráfordítások			
26	B	Hosszú távú befektetések	1 751 618	117 516	-93%
27	I.	Értékpapírbefektetések	1 737 229	99 625	-94%
28	1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok			
29	2.	Egyéb céllal tartott hitel- és 20% alatti tulajdon viszonyt megtestesítő értékpapírok			
30	3.	Konszolidációba bevont vállalkozásokkal kapcsolatos befektetések	1 148 047		-100%
31	4.	Befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsolt vállalkozásokba	589 182	99 625	-83%
32	II.	Befektetési alapokba történő befektetések			
33	III.	Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök	14 389	17 891	24%
34	IV.	Hátrasorolt követelések			
35	V.	Tárgyi eszköz befektetések			
36	C	Ingatlanok, ingók a termelésben	67 233	271 207	303%
37	I.	Ingatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok	15 581	185 194	1089%
38	II.	Gépek, berendezések, járművek	43 441	79 834	84%
39	III.	Nagyértékű szerszámok			
40	IV.	Lízingelt eszközök	6 511	1 122	-83%
41	V.	Biológiai eszközök, természeti erőforrások			
42	VI.	Folyamatban lévő beruházások, felújítások	1 700	5 057	197%
43	D	Immateriális javak	3 399 958	5 834 938	72%
44	I.	Kísérleti fejlesztés értéke			
45	II.	Vagyoni értékű és egyéb használati jogok (ingatlanhoz nem kapcsolódó jogok)	56 614	55 096	-3%
46	III.	Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek	1 051 964	1 053 180	0%
47	IV.	Üzleti vagy cégérték	2 291 380	4 726 662	106%
48		Eszközök összesen	8 697 326	10 518 012	21%

1.1. A **Forgóeszközök** állománya 23 százalékkal nőtt, melynek értékét több tényező az alábbiak szerint befolyásolta.

1.1.1. A **Pénzeszközök** állománya a fordulónapon mintegy 110 millió forintot tett ki, mely 62 százalékos növekedés a bázis időszakhoz képest.

1.1.2. A **Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok** értéke 50 százalékkal csökkent a 2010 év végi részesedés értékelés során a részesedésekre elszámolt értékvesztések, valamint a High-Tech Kft-ben meglévő részesedés 2010 decemberi értékesítése miatt.

1.1.3. A **Követelések** mintegy 39 százalékos növekedése a **Vevőkövetelések**, a **Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése**, a **Termékre és szolgáltatásra adott előlegek**, az **Egyéb követelések** és a **Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege** állományának jelentős bővülésének tudható be, melyet valamelyest ellentételezett a bázis időszakban meglévő **Váltókövetelések** időközbeni rendezése.

1.1.3.1. A **Vevőkövetelések** 44 százalékkal nőttek, ami a konszolidációs kör Sziget Kft-vel való bővülésére vezethető vissza.

1.1.3.2. A **Váltókövetelések** sor összege 106 millió forinttal csökkent, az FM1 Zrt. 75 százalékának 2010 augusztusi értékesítésekor a vételár részeként kézhez vett váltó időközbeni rendezése miatt.

1.1.3.3. A **Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése** 10 százalékkal nőttek. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társasággal szembeni kötelezettségei.

1.1.3.4. A **Termékekre és szolgáltatásokra adott előlegek** sor összege mintegy 3 millió forinttal nőtt a Sziget Kft. bevonása miatt.

1.1.3.5. Az **Egyéb követelések** 74 százalékkal növekedtek, részben a Sziget Kft. és Volt Event Kft. teljes körű bevonása miatt. Ezen a soron került kimutatásra a konszolidációs körbe tartozó társaságok adó- és egyéb követelése, továbbá a cégcsoportnál nyújtott dolgozói kölcsönök és azok kamatai, valamint az értékesített High-Tech Kft. vételára.

1.1.3.6. A **Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege** állománya 71 százalékkal nőtt, ami a konszolidációba bevont társaságok elhatárolt veszteségeire jutó várhatóan megtérülő, nagyobb részt a korábbi évekből, kisebb részt a tárgy időszakból származó társasági adót tartalmazza.

1.1.4. A **Készletek** állománya mintegy mintegy 5 millió forinttal növekedett.

1.2. A **Hosszú távú befektetések** volumene 93 százalékkal csökkent.

1.2.1. Az **Értékpapírbefektetések** közül a **Konszolidációba bevont vállalkozásokkal kapcsolatos befektetések** soron lett kimutatva a 2008. év végével először equity módszerrel (nem teljes körű bevonás) konszolidált Sziget Kft. 26 százalékos részesedésének értéke. A 2010-es üzleti évben a társaságban meglévő részesedésünk 51 százalékra nőtt, így 2011. szeptember 30-án már teljes körűen bevont társaságként szerepel a konszolidációban. Az FM1 Zrt. 75%-a 2010. augusztus 19-én, a fennmaradó 25%-a pedig a beszámolási időszakban 2011. április 15-én értékesítésre került, így mind a bázis, mind a tárgy időszakban ki-került a teljes körűen bevont leányvállalatok közül. A társaság könyvi értéke a bázis időszakban még megjelenik ezen a soron. A **Befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsolt vállalkozásokba** sor értékének változását a 2010. év végi részesedés értékelés során a részesedésekre elszámolt értékvesztések okozták.

1.2.2. A **Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök** sor összege eszköz- és irodabérlethez kapcsolódó kauciókból áll.

1.3. Az **Ingatlanok, ingók a termelésben** volumene 303 százalékkal, mintegy 204 millió forinttal nőtt, főképp a Sziget Kft-ben ezen a soron kimutatott eszközök értéke miatt.

1.4. Az **Immateriális javak** értéke a bázisidőszakhoz képest 72 százalékkal nőtt. Összességében a **Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek** értékének változatlanlansága mellett, az **Üzleti vagy cégérték** sor bővülését kis mértékben ellensúlyozta a **Vagyoni értékű és egyéb használati jogok** változása. A **Vagyoni értékű és egyéb használati jogok** sor 3 százalékkal csökkent, míg az **Üzleti vagy cégérték** sor 106 százalékkal növekedett, utóbbi túlnyomórészt a Sziget Kft. és a Volt Event Kft. saját tőkéjét meghaladó bekerülési értékével. Az **Üzleti vagy cégérték** soron kerültek kimutatásra az EMG Média csoport Kft-nél és leányvállalatainál – a hasonló, relatíve alacsony induló befektetéssel magas piaci értéket eredményező tevékenységű média cégek esetében szokásos módon - a saját tőkéjükön felül kimutatott nyilvántartási értékek is.

I.2. Források

EST MEDIA Nyrt.					
PÉNZÜGYI POZÍCIÓ KIMUTATÁS / KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.09.30.	2011.09.30.	változás %
49	E	Rövid lejáratú kötelezettségek	2 310 758	4 041 312	75%
50	1.	Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból	1 118 548	1 546 399	38%
51	2.	Váltótartozások			
52	3.	Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök	465 427	1 023 452	120%
53	4.	Kapott előlegek, előrefizetések	55 563	2 514	-95%
54	5.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei	342 609	228 354	-33%
55	6.	Halasztott bevételek	70 043	83 924	20%
56	7.	Halasztott adótartozások			
57	8.	Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek	258 568	1 156 669	347%
58	F	Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek	179 950	28 567	-84%
59	1.	Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök	18 953	18 953	
60	2.	Tartozások kötvénykibocsátásból, átváltoztatható kötvények			
61	3.	Lizingtartozások	3 514		-100%
62	4.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei			
63	5.	Egyéb hosszú lejáratú kötelezettségek			
64	6.	Hátrasorolt kötelezettségek			
65	7.	Várható jövőbeni kötelezettségek	157 483	9 614	-94%
66	G	Saját tőke	6 206 618	6 448 133	4%
67	I.	Jegyzett tőke	5 851 000	6 851 000	17%
68	II.	(-) Visszavásárolt részesedések könyv szerinti értéken			
69	III.	A részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon	2 542 196	2 742 196	8%
70	IV.	Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény	-2 192 472	-3 285 479	-50%
71	V.	Piaci értékelési különbözetek			
72	VI.	Külső tulajdonosok részesedése	5 894	140 416	2282%
73		Források összesen	8 697 326	10 518 012	21%

2.1. A **Rövid lejáratú kötelezettségek** 75 százalékkal nőttek, összetételük megváltozott.

2.1.1. A **Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból** állománya 38 százalékkal nőtt a konszolidációs kör bővülése miatt.

2.1.2. A **Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök** értéke 120 százalékkal nőtt. Az állomány egyrészt a Média Üzletághoz tartozó konszolidációs körbe bevont társaságok által igénybe vett bankhiteleket (UniCredit Bank az EMG-nél, K&H Bank a Sziget Kft-nél), másrészt a portfólióban lévő cégek által felvett egyéb rövid lejáratú kölcsönöket foglalja magában, itt került pl. kimutatásra a Sziget Kft. többségi részesedésének megszerzéséhez felvett 300 millió forintos rövid lejáratú kölcsön.

2.1.3. A **Kapott előlegek, előrefizetések** állománya 95 százalékkal csökkent, a korábban kapott előlegek időközbeni elszámolása miatt.

2.1.4. A **Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei** 33 százalékkal csökkent. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni rövid lejáratú követeléseik.

2.1.5. A **Halasztott bevételek** soron pályázati elszámoláshoz kapcsolódó illetve egyéb, későbbi években elszámolható bevételek tételei kerültek kimutatásra.

2.1.6. A **Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek** állománya 347 százalékkal nőtt, ami a cégcsoport időközbeni növekedésének tudható be, valamint itt kerültek kimutatásra a 2011. szeptember 14-i alaptőke-emelésben részt vevő, követeléseiket részvényre konvertáló szállítókkal szembeni kötelezettségek.

2.2. A **Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek** állománya 84 százalékkal, volumenében jelentős mértékben csökkent, a **Lizingtartozások** megszűnésének és a **Várható jövőbeni kötelezettségek** csökkenésének köszönhetően, a **Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök** állományának változatlansága mellett.

2.2.1. A **Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök** soron került kimutatásra a Fénypont Kft. külső tulajdonosa által a társaság számára korábban biztosított hosszú lejáratú kölcsön.

2.2.2. A *Lízingtartozások* volumene mintegy 3,5 millió forinttal csökkent, ami a fennálló lízingtartozás megszűnésének tudható be.

2.2.3. A *Várható jövőbeni kötelezettségek* értéke 94 százalékkal csökkent, az először 2010-ben értékesített majd 2011 február végén visszavásárolt radiocafé Kft. részesedés utáni követelésre elszámolt céltartalék év végi visszairása miatt.

2.3. A **Saját tőke** a bázisidőszakhoz képest 4 százalékkal nőtt. A *Jegyzett tőke* és a *Részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon* a 2010. augusztus 6-i 111 forintos, valamint a 2010. november 22-i 120 forintos árfolyamon végrehajtott alaptőke-emelések hatásaként megfelelően növekedett, amit részben ellensúlyozott az *Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény*, mely sor változását a bázis időszak óta elkönyvelt negatív eredmény, valamint a társasági adókulcs évközi változásának hatásaként a korábbi évek halasztott adójának korrekciója idézte elő. Az alaptőke-emelések során a névértéken felüli árszámítás *Részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon* soron került kimutatásra.

2.3.1. A *Külső tulajdonosok részesedése* soron a konszolidációba bevont társaságok külső tulajdonosaira jutó eredmények és a rájuk jutó tulajdoni részesedések vannak kimutatva. Az itt megjelenő nagymértékű növekedés a Sziget Kft. jelenleg 49 százalékos külső tulajdonosainak tudható be.



II. EREDMÉNYKIMUTATÁS

EST MEDIA Nyrt.					
ÁTFOGÓ JÖVEDELEM KIMUTATÁS / KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYKIMUTATÁS (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.09.30.	2011.09.30.	változás %
1	+	Értékesítés nettó árbevétele	2 468 745	6 071 339	146%
2	+/-	Aktivált saját teljesítmények			
3	-	Anyagjellegű ráfordítások	2 436 527	5 790 470	138%
4	-	Személyi jellegű ráfordítások	262 040	424 012	62%
5	-	Értékcsökkenési leírás	109 087	145 029	33%
6	=	Üzleti tevékenység eredménye	-338 909	-288 172	15%
7	+	Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei	40 468	61 860	53%
8	+	Egyéb bevételek és nyereségek	100 930	361 636	258%
9	-	Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei	182 860	202 517	11%
10	-	Egyéb ráfordítások és veszteségek	257 196	789 949	207%
11	=	Adózás előtti eredmény	-637 567	-857 142	-34%
12	-	Jövedelemadó	-63 995	-63 386	1%
13	=	 Szokásos vállalkozási tevékenység eredménye	-573 572	-793 756	-38%
14	+/-	Megszűnő tevékenység eredménye			
15	-	Jövedelemadó			
16	=	Megszűnő tevékenység adózott eredménye			
17	+/-	Számviteli politika változás kumulált hatása			
18	-	Jövedelemadó			
19	=	A számviteli politika változásainak adózott eredménye			
20	-	Külső tulajdonosokra jutó érdekeltség	-8 672	-10 809	-25%
21	=	Adózott vállalkozási eredmény	-564 900	-782 947	-39%
22		Egyszerű EPS korrekciók nélkül (Ft / db)	-9,6548	-114,2821	-1084%
23		- ebből: üzleti eredményre jutó:	-5,7923	-42,0628	-626%
24		- ebből: szokásos vállalkozási tevékenység eredményére jutó:	-9,8030	-115,8598	-1082%
25		- ebből: megszűnő tevékenység eredményére jutó:			
26		- ebből: számviteli politika változásainak eredményére jutó:			

3.1. Az *Értékesítés nettó árbevétele* a tárgyidőszakban több mint 6 071 millió forint volt, ami 146 százalékos növekedést jelent a bázis időszakhoz képest, amelynek értéke a konszolidációba teljes körűen bevont társaságok tevékenységéből a konszolidációs körön kívülről származó árbevételeket tartalmazza.

3.2. Az *Anyagjellegű ráfordítások* 138 százalékkal növekedtek, a *Személyi jellegű ráfordítások* 62 százalékkal, míg az *Értékcsökkenési leírás* pedig 33 százalékkal nőtt a cégcsoportnak ez EMGEvent üzletággal való bővülése és az első negyedévben még folytatott rádiós sales house tevékenység miatt.

3.3. Az *Üzleti tevékenység eredménye* 15 százalékkal növekedett. A cégcsoport teljesítményének részletesebb elemzését az ÜZLETI JELENTÉS rész II. *Vállalati események és eredmények, konszolidált eredmények* című fejezete tartalmazza. Az ott írtakon túl itt csak annyit emelünk ki, hogy a Média Üzletág teljesítménye eddig jellemzően a reklámpiaci költségek ciklikusságát követte, 2011-től pedig ezt kiegészíti majd a fesztiválpiacnak az a jellemzője, hogy az árbevétel és eredményesség legnagyobb része a Q3-ban jelentkezik. Ez összességében azt jelenti, hogy miután a cégcsoport árbevételének legnagyobb része minden évben június-augusztus és október-december hónapokra koncentrálódik, egy adott üzleti időszak, különösen pedig a konszolidált szinten várhatóan leggyengébb január-május hónapok eredményességéből önmagában nem adódik következtetés az egész évi teljesítményre (lásd a 2011. augusztus 30-án közzétett 2011. I. féléves gyorsjelentésünk II.2. *Vállalati eredmények* című alfejezete 3. *Ábráját*).

3.4. A *Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei*, illetve a *Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei* sorok főként az adott és kapott kamatokat, árfolyamnyereségeket, árfolyamveszteségeket tartalmazzák. Az *Egyéb bevételek és nyereségek*, illetve az *Egyéb ráfordítások és veszteségek* sorokon szerepelnek egyfelől a tárgyi eszköz értékesítések, céltartalék felhasználások és a pályázati bevételek, másfelől egyes adó- és adójellegű kötelezettségek (pl. IPA, termékdíj), valamint a tárgyi eszköz értékesítésekhez kapcsolódó könyvi érték kivezetések. Az itt említett négy eredmény sor összhatása a tárgyidőszakban mintegy -569 millió forint, amely több egyszeri tételt is tartalmaz, mintegy -500 millió forintos összhatással: így a radiocafé Kft. értékesítésének mintegy -180 millió forintos, a Társaság saját részvényeire vonatkozó határidős pozícióin elszenvedett mintegy -100 millió forintos, egy, az országos franchise rendszer működtetése körében érvényesített (a 2011. szeptember 14-i alaptőke-emelés során részesedéssé konvertált) szerződéses garanciavállalás mintegy -210 millió forintos, valamint a Társaság székhely változtatással kapcsolatosan elszámolt mintegy -10 millió forintos terven felüli értékcsökkenés hatását.

Összességében Társaságunk 2011. évi III. negyedéves IFRS szerint konszolidált, nem auditált adózott vállalkozási eredménye -782,947 millió forint volt. Ha mind a bázis- mind a tárgyidőszaki adatokat az egyszeri, az üzleti tevékenység eredménye alatti tételektől megtisztítjuk, úgy a Társaság 2011. évi III. negyedéves IFRS szerint konszolidált, nem auditált adózott vállalkozási eredménye 10 százalékos, mintegy 30 millió forintos javulást mutat.

A Tpt. 57. § (1) bekezdésének megfelelően kijelentjük, hogy a szabályozott információk nyilvánosságra hozatalának elmaradásával, illetve félrevezető tartalmával okozott kár megtérítéséért a kibocsátó felel.

A gyorsjelentésben szereplő változásokon felül a tulajdonosi szerkezettel, a részvényekhez fűződő jogokkal, a Társaság alkalmazottjaival és szervezetével kapcsolatos egyéb lényeges változások - legjobb tudásunk szerint - nem következtek be, illetve az időközben bekövetkezett változásokról (tulajdonosi szerkezet, stb.) a társaság külön tájékoztatásokat tett közzé.

Kijelentjük, hogy a jelen gyorsjelentés a valóságnak megfelelő, független könyvvizsgáló által nem auditált adatokat és állításokat tartalmaz, nem hallgat el olyan tény, amely a kibocsátó helyzetének megítélése szempontjából jelentőséggel bír. Kijelentjük továbbá, hogy az alkalmazható számviteli előírások alapján a legjobb tudásunk szerint elkészített, a jelen gyorsjelentésben közzétett pénzügyi kimutatások valós és megbízható képet adnak a Társaság és a konszolidációba bevont vállalkozások eszközeiről, kötelezettségeiről, pénzügyi helyzetéről, valamint nyereségéről és veszteségéről, valamint azt is, hogy a jelen gyorsjelentésben közzétett üzleti jelentés megbízható képet ad a kibocsátó és a konszolidációba bevont vállalkozások helyzetéről, fejlődéséről és teljesítményéről, ismertetve a főbb kockázatokat és bizonytalansági tényezőket. A jelen jelentésben írt egyes tervezett lépések és folyamatok megvalósításáról a Társaság különféle harmadik személyekkel tárgyalásokat folytat, azonban ezek a tárgyalások még nem zárultak le, kötelező megállapodások még nem jöttek létre. A Társaság menedzsmenete, tekintve hogy a jelzett lépések és folyamatok megvalósulását a cégcsoport jövője szempontjából rendkívül fontosnak tartja, minden ésszerű erőfeszítést megtesz ezek érdekében. Mindazonáltal a jelzett lépések és folyamatok megvalósíthatósága, illetve a jelen tájékoztatásban írtak szerinti megvalósítása részben harmadik személyektől, részben a Társaság szervei (közgyűlés, igazgatóság) döntéseitől függenek. Ennek megfelelően fokozottan felhívjuk a figyelmet arra, hogy a jelen gyorsjelentésben foglaltak nem adnak teljes és biztos képet az EST MEDIA Nyrt. tevékenységéről és a jövőben tervezett lépéseiről, sem a Társaság és Üzletágai eredményeiről, terveiről, piacairól, a tevékenységet érintő kockázatokról és egyéb körülményekről. Az alaptőke-csökkentés és alaptőke-emelés részvényesi értéket érintő számviteli hatásairól a Társaság közgyűlése által 2011. június 24-én elfogadott reorganizációs intézkedési tervben további információk is találhatóak. A jelen gyorsjelentésben foglalt olyan kijelentések, amelyek nem múltbeli eseményekre vonatkoznak, ideértve különösen a „várhatóan”, „előreláthatólag”, „feltehetőleg” és ehhez hasonló kifejezések, valamint a feltételes és jövő idejű igealakok, jövőre vonatkozó kijelentéseknek tekintendők. Ezen kijelentések a jelenlegi terveken, becsléseken és előrejelzéseken alapulnak, tehát nem lenne helyes ezen kijelentésekre a kellő mértékű meghaladó módon támaszkodni. Az ilyen kijelentések ismert és nem ismert kockázatokat, bizonytalanságokat és olyan tényezőket is jeleznek, amelyek következtében a Társaság tényleges eredménye vagy teljesítménye alapvetően eltérhet az ilyen jövőre vonatkozó kijelentésben foglalt, várható eredménytől vagy teljesítménytől. Ezen tényezők többek között a következők lehetnek: általános gazdasági és üzleti feltételek; a hirdetések és a különböző típusú hirdetési felületek iránti kereslet ingadozása; a Társaság tartozásainak törlesztésére való képesség; a kulcs munkavállalók elvesztése; a piacainkon és a médiában élesedő verseny; írók, fotóművészek vagy más kreatív munkatársak szerződésük megszüntetése vagy szerződésük megszűnése; adásvételi ügyletekhez szükséges jóváhagyások hiánya, vagy az ilyen ügyletek rajtunk kívül álló okból történő sikertelen zárása; a piacainkra vonatkozó jogszabályi vagy egyéb szabályozási környezet változása; új vagy eltérő technológiák támasztotta versenyhelyzet; háború, terrorcselekmények vagy politikai instabilitás. A jövőre vonatkozó kijelentések azon időpontbeli állapoton alapulnak, amelyben ezen állítások elhangzanak, a Társaság nem vállal kötelezettséget arra nézve, hogy a kijelentések bármelyikét új információk vagy jövőbeli események alapján a továbbiakban nyilvánosan frissítse, módosítsa.

A jelen gyorsjelentésben szereplő, illetőleg megjelenített, védjegyjog alatt álló szöveges vagy képi megjelölések minden esetben a védjegyjogosult tulajdonát képezik. Azok bárminemű felhasználása kizárólag a vonatkozó védjegyjogosult engedélyével történhet.

A társaság 2011. évi III. negyedéves jelentése teljes terjedelmében megtekinthető 2011. november 18-tól a társaság székhelyén (1036 Budapest, Lajos u. 74-76.) és honlapján, a www.estmedia.hu címen, a BÉT honlapján a www.bet.hu cím alatt, valamint a www.kozzetetelek.hu oldalon.

Csatornák beállítása

KORÁBBI MŰSOROK

AKTUÁLIS MŰSOROK november 18., péntek

RTL KLUB

m2

10 óra

10:00 Magyarország, szeretlek!

Közvetítés a Parlament üléséről

10:20 Top Shop

2011. november 18. péntek, 11:30

BUX 17 146,88 -223,38 -1,29%

ECO.HU

Folyamatos frissítés: KI

CÍMLAP HÍREK TŐZSDE BEFEKTETÉSI ALAPOK PÉNZPIAC

Értékpapír kereső

Azonnali Határidős

RÉSZVÉNY	KÖTVÉNY	BEFEKTETÉSI JEGY			NYITÓ	ELŐZŐ ZÁRÓ	UTOLSÓ MENNY.(DB)	NAPI ÖSSZ.(DB)	FORGALOM (MFT)
TICKER	IDŐ	UTOLSÓ	MIN.	MAX.					
BUX	11:15	17 146,88	17 027,26	17 437,14	17 307,52	17 370,26			
BUMIX	11:15	1 388,4	1 377,86	1 390,16	1 389,78	1 389,2	5	1 115	1
ANY	09:48	611	611	615	615	611	485	17 647	
APPENINN	10:59	463	463	471	471	472	1	1	
BIOMEDICAL	09:02	6 450	6 450	6 450	6 450	6 450	270	4 083	

Sziget VOLT Fesztivál Heineken Balaton Sound Telekom Gyerek Sziget Budai Gourmet Sziget.hu

forum rss twitter facebook myspace youtube

Óbudai-sziget 2012. augusztus (6-7) 8-13.

ONLINE JEGYRENDELÉS

Vedd meg Sziget-bérletedet elővételben április 30-ig!

Programok Jegy Info Sajtó Galéria Támogatók keresés

Fesztivál 2012 Galéria

Sziget 1993-2011

1999 2000

Sziget Fesztivál Facebook

130,261 people like

Ata Cziff

GHEFFO

Eddie

Sziget Fesztivál a F...

Szigetoffic...

yer? The...

to me/1s

Társaság neve:	EST MEDIA Nyrt.	Telefon: 436-5000
Társaság címe:	1036 Bp. Lajos u. 74-76.	Telefax: 436-5091
Ágazati besorolás:	Vagyonkezelés	
Beszámolási időszak:	2011.01.01.-2011.09.30.	
Befektetői kapcsolattartó:	Leskó Nóra	E-mail: lesko.nora@estmedia.hu

Pénzügyi kimutatásokhoz kapcsolódó adatlapok

PK2. Konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaságok

Név	Törzs/Alaptőke	Tulajdoni hányad (%)	Szavazati jog ¹	Besorolás ²
BetaGrid Kft.	3 000 000	85,3%	85,3%	L
econet Invest Kft.	515 000 000	100%	100%	L
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	506 000 000	100%	100%	L
EMG Média csoport Kft.	2 340 480 000	100%	100%	L
ESTÉRT Kft. ³	154 000 000	100%	100%	L
EST MEDIA Nyrt.	6 851 000 000	100%	100%	
Fénypont Kft.	3 120 000	75%	75%	L
GridTech Kft.	3 000 000	85,3%	85,3%	L
GridLogic Kft.	925 000 000	100%	100%	L
Magyar Vendor Kft.	169 000 000	100%	100%	L
O-ZONE International Kft.	3 000 000	75%	75%	L
Pesti Est Kft.	200 000 000	100%	100%	L
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft.	26 320 000	51%	51%	L
Volt Event Kft.	1 000 000	51%	51%	L

¹ A konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaság közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog.

² Teljes (L); Közös vezetésű (K); Társult (T)

³ A 2011.07.14-én elhatározott változásoknak megfelelően.

Konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaságok saját tőke táblája (adatok eFt-ban)

	¹	2010Q3 ²	2011Q2 ²	2011Q3 ²	Q/Q	Y/Y
BetaGrid Kft.	L	115 814	-139 192	-145 442	-4,49%	-225,58%
econet Invest Kft.	L	779 411	774 204	781 207	0,90%	0,23%
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	L	520 108	351 564	352 764	0,34%	-32,17%
EMG Média csoport Kft.	L	1 686 936	1 259 184	973 810	-22,66%	-42,27%
ESTÉRT Kft.	L	-184 735	-212 043	126 750	159,78%	168,61%
EST MEDIA Nyrt.	L	7 188 843	7 553 405	7 497 656	-0,74%	4,30%
Fénypont Kft.	L	70 509	66 022	64 472	-2,35%	-8,56%
GridTech Kft.	L	100 668	-154 860	-161 297	-4,16%	-260,23%
GridLogic Kft.	L	984 147	295 115	295 343	0,08%	-69,99%
Magyar Vendor Kft.	L	46 231	-81 059	-101 190	-24,83%	-318,88%
O-ZONE International Kft.	L	39 839	18 219	6 522	-64,20%	-83,63%
Pesti EST Kft.	L	201 705	124 236	116 736	-6,04%	-42,13%
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft.	L	n/a	1 704 323	1 870 071	9,73%	n/a
Volt Event Kft.	L	n/a	8 539	8 163	-4,40%	n/a

¹ Teljes (L); Közös vezetésű (K); Társult (T)

² a tárgy időszaki adatok nem auditáltak

PK3. Mérleg (egyedi)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

Auditált*	<input type="checkbox"/>	Igen	<input type="checkbox"/>	Nem	<input checked="" type="checkbox"/>
Konzolidált*	<input type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>
Számviteli elvek*		Magyar	<input checked="" type="checkbox"/>	IFRS	<input type="checkbox"/>
				Egyéb	<input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	<input checked="" type="checkbox"/>	EUR	<input type="checkbox"/>	Egyéb	<input type="checkbox"/>
Egység*	1 000	<input checked="" type="checkbox"/>	1 000 000	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

EST MEDIA Nyrt.					
MÉRLEG 'A' változat ESZKÖZÖK					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.09.30	2011.09.30	változás %
1	A	BEFEKTETETT ESZKÖZÖK	5 900 291	5 185 097	-12%
2	I.	IMMATERIÁLIS JAVAK	103 283	87 245	-16%
10	II.	TÁRGYI ESZKÖZÖK	19 800	855	-96%
18	III.	BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK	5 777 208	5 096 997	-12%
27	B	FORGÓESZKÖZÖK	1 890 756	3 220 630	70%
28	I.	KÉSZLETEK			
35	II.	KÖVETELÉSEK	1 346 086	2 951 692	119%
43	III.	ÉRTÉKPAPÍROK	521 973	268 844	-48%
49	IV.	PÉNZESZKÖZÖK	22 697	94	-100%
52	C	AKTÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK	30 715	157 253	412%
56		ESZKÖZÖK ÖSSZESEN:	7 821 762	8 562 980	9%
EST MEDIA Nyrt.					
MÉRLEG 'A' változat FORRÁSOK					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.09.30	2011.09.30	változás %
57	D	SAJÁT TŐKE	7 188 843	7 497 656	4%
58	1.	JEGYZETT TŐKE	5 851 000	6 851 000	17%
61	2.	TŐKETARTALÉK	2 542 196	2 742 196	8%
6	3.	EREDMÉNYTARTALÉK	-1 082 000	-1 962 034	-81%
67	4.	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-122 353	-133 506	-9%
68	E	CÉLTARTALÉKOK			
72	F	KÖTELEZETTSÉGEK	530 479	936 167	76%
		HATRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK			
77	8.	HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	3 514		-100%
86	F	RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	526 965	936 167	78%
98	G	PASSZÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK	102 440	129 157	26%
102		FORRÁSOK ÖSSZESEN:	7 821 762	8 562 980	9%

PK3. Mérleg (konszolidált)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

	Igen	Nem		
Auditált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Konszolidált*	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Számviteli elvek*	Magyar	<input type="checkbox"/>	IFRS	<input checked="" type="checkbox"/>
			Egyéb	<input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	X	EUR		Egyéb	
Egység*	1 000	X	1 000 000			

	Bázisidőszak	Tárgyidőszak
Befektetett eszközök	5 218 809	6 223 661
Immateriális javak	3 399 958	5 834 938
Tárgyi eszközök	67 233	271 207
Befektetett pénzügyi eszközök	1751618	117516
Forgóeszközök	3 478 517	4 294 351
Készletek	150	5001
Eszközök összesen	8 697 326	10 518 012
Saját tőke	6 206 618	6 448 133
Jegyzett tőke	5 851 000	6 851 000
Hosszú lejáratú kötelezettségek	179 950	28 567
Rövid lejáratú kötelezettségek	2 310 758	4041312
Források összesen	8 697 326	10 518 012

PK4. Eredménykimutatás (egyedi)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

Auditált*	Igen <input type="checkbox"/>	Nem <input checked="" type="checkbox"/>	
Konzolidált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Számviteli elvek*	Magyar <input checked="" type="checkbox"/>	IFRS <input type="checkbox"/>	Egyéb <input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	X	EUR		Egyéb	
Egység*	1 000	X	1 000 000			

Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.09.30	2011.09.30	változás %
3	I.	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	104 550	16 791	-84%
6	II.	AKTIVÁLT SAJÁT TELJESÍTMÉNYEK ÉRTÉKE			
7	III.	EGYÉB BEVÉTELEK	52 803	49 928	-5%
14	IV.	ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	145 897	46 249	-68%
18	V.	SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	19 606	6 294	-68%
19	VI.	ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS	13 173	13 388	2%
20	VII.	EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	46 823	96 913	107%
22	A.	ÜZEMI TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE	-68 146	-96 125	-41%
33	VIII.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK BEVÉTELEI	65 113	113 379	74%
41	IX.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK RÁFORDÍTÁSAI	123 360	154 800	25%
42	B	PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE	-58 247	-41 421	29%
43	C	SZOKÁSOS VÁLLALKOZÁSI EREDMÉNY	-126 393	-137 546	-9%
44	X.	RENDKÍVÜLI BEVÉTELEK	4 040	4 040	0%
45	XI.	RENDKÍVÜLI RÁFORDÍTÁSOK			
46	D	RENDKÍVÜLI EREDMÉNY	4 040	4 040	0%
47	E	ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	-122 353	-133 506	-9%
49	F	ADÓZOTT EREDMÉNY	-122 353	-133 506	-9%
52	G	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-122 353	-133 506	-9%

PK4. Eredménykimutatás (konszolidált)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt eredményadatokat kötelesek feltüntetni:

	Igen	Nem			
Auditált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Konszolidált*	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Számviteli elvek*		Magyar <input type="checkbox"/>	IFRS <input checked="" type="checkbox"/>	Egyéb <input type="checkbox"/>	

Pénznem*	HUF	X	EUR		Egyéb	
Egység*	1 000	X	1 000 000			

	Bázisidőszak	Tárgyidőszak
Értékesítés nettó árbevétele	2 468 745	6 071 339
Üzleti eredmény (EBIT)	-338 909	-288 172
Pénzügyi tevékenység nettó eredménye	-142 392	-140 657
Adózás előtti eredmény	-637 567	-857 142
Adózott eredmény	-564 900	-782 947

PK6. Mérlegen kívüli jelentősebb tételek

Az EST MEDIA Nyrt. és a konszolidációs körébe vont egyes társaságok különböző biztosítékokat (készízető kezesség, vagyont terhelő zálogjog, üzletrészeket terhelő zálogjog, jogon alapított zálogjog, inkasszós jog, vételi jog) nyújtottak a beszámolási időszakban a cégcsoportba tartozó egyes társaságok különféle kötelezettségei biztosítékaként.

5%-ot meghaladó részesedéshez, szavazati jogokhoz és saját részvényállományhoz kapcsolódó adatlapok a 2011. szeptember 30-i állapot szerint

RS1. Tulajdonosi struktúra, a részesedés és szavazati arány mértéke

Tulajdonosi kör megnevezése	Teljes alaptőke						Bevezetett sorozat					
	Tárgyév elején (2011.01.01.)			Időszak végén (2011.09.30.)			Tárgyév elején (2011.01.01.)			Időszak végén (2011.09.30.)		
	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db
Belföldi intézményi/ társaság	51,12	51,12	29905713	12,44	12,44	852282	51,12	51,12	29905713	12,44	12,44	852282
Külföldi intézményi/ társaság	4,83	4,83	2828047	1,49	1,49	102277	4,83	4,83	2828047	1,49	1,49	102277
Belföldi magánszemély	42,20	42,20	24685799	85,06	85,06	5827259	42,20	42,20	24685799	85,06	85,06	5827259
Külföldi magánszemély	0,26	0,26	156512	1,00	1,00	68591	0,26	0,26	156512	1,00	1,00	68591
Munkavállalók, vezető tisztségviselők ³	1,59	1,59	933929	0,01	0,01	591	1,59	1,59	933929	0,01	0,01	591
Saját tulajdon												
Államháztartás részét képező Tulajdonos ⁴												
Nemzetközi Fejlesztési Intézmények ⁵												
Egyéb												
Ö S S Z E S E N	100	100	58510000	100	100	6851000	100	100	58510000	100	100	6851000

¹ Tulajdoni hányad.

² A Kibocsátó közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog. Ha a tulajdoni hányad és a szavazati jog megegyezik, csak a tulajdoni hányad oszlopot kell kitölteni és benyújtani/közzétenni a tény feltüntetésével.

³ A dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 98 százalékos tulajdonában álló Canongate Investments Kft. 2011. szeptember 30-án a Társaságban 845 darab részvényt rendelkezett. Ezek a részvények a „belföldi intézményi/társaság” soron szerepelnek.

⁴ Pl.: ÁPV Rt., TB, Önkormányzat, 100%-os állami tulajdonban álló vállalatok, stb.

⁵ Pl.: EBRD, EIB, stb.

Megjegyzés: A Társaság Közgyűlése 2011. augusztus 31-én alaptőke-leszállításról határozott, amely a részvény darabszámot nem, csak a részvények névértékét érintette. Ezt követően a Társaság Igazgatósága 2011. szeptember 14-én alaptőke-emelésről határozott. Ennek során a Társaság jegyzett tőkéje 3.959.267.400,-Ft-ra fog növekedni, amelyet a tárgyidőszak végi 6.851.000 darab helyett 19.796.337 darab, egyenként 200,-Ft névértékű törzsrészvény testesít majd meg.

Az adatok a tőkepiacról szóló 2001. évi CXX. törvény szerinti tulajdonosi megfeleltetés alapján kerültek elkészítésre, azzal hogy a részvénykönyv nem feltétlenül tükrözi a megfeleltetés szerinti tulajdonosi struktúrát, mivel a hatályos jogszabályok szerint a részvényesek jogosultak a részvénykönyvbe való bejegyzésük mellőzését, vagy a részvénykönyvből való törlésüket kérni.

RS2. A saját tulajdonban lévő részvények mennyiségének (db) alakulása a bevezetett sorozatra vonatkozóan

	Résztesedés (szeptember 30.)		Résztesedés	
	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)
Társasági szinten	0 ¹	0 ¹		
Leányvállalatok ²	0	0		
Összesen	0	0		

¹ A Társaság 2008. október 10. és 2009. február 19. között összesen 210 darab (2.100.000 darab akkori törzsrészvénynek megfelelő) határidős vételi kontraktust nyitott. A kontraktusokból időközben 190 darab eladásra került, így a Társaság jelenleg 20 darab (20.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) határidős vételi kontraktussal rendelkezik, amelyek lejáratá 2011. december. A kontraktusok zárása esetén a teljes alaptőke 0,29 százalékának felelne meg.

² Konszolidációba bevont társaságok.

RS3. Az 5%-nál nagyobb Tulajdonosok felsorolása, bemutatása (2011. szeptember 30-án) a bevezetett sorozatra (6.851.000 darab részvény) vonatkozóan

Név	Letétkezelő (igen/nem)	Mennyiség (db)	Résztesedés (%) ¹	Szavazati jog (%) ^{1,2}
Nyugdíjreform és Adósságcsökkentő Alap	Nem	352.050	5,14	5,14

¹ Két tizedes jegyre kerekítve kell megadni.

² A Kibocsátó közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog.

Vezető állású személyekhez, stratégiai alkalmazottakhoz kapcsolódó adatlapok a 2011. szeptember 30-i állapot szerint

TSZ2. Vezető állású személyek, és a Kibocsátó működését befolyásoló (stratégiai) alkalmazottak

Jelleg ¹	Név	Beosztás	Megbízás kezdete	Megbízás vége/megszűnése	Saját részvény tulajdon (db)
IT	Dr. Balázs Csaba	IT elnök ²	2010.08.02	2015.08.01	0 ³
IT	Bencze György	-	2010.08.02	2015.08.01	591 ⁴
IT	Kovács András	-	2011.09.15	2015.08.01	0 ⁵
IT	Pankotai Csaba	-	2011.09.15	2015.08.01	0 ⁶
IT	Dr. Rosner Gábor	IT alelnök ²	2010.08.02	2015.08.01	0
FB, AB	Bognár Attila	-	2010.08.02	2015.08.01	0
FB	Kis Andor	-	2010.08.02	2015.08.01	0
FB, AB	Klementisz-Csikós Gábor	-	2011.01.06	2015.08.01	0
FB, AB	Dr. Kósik Tamás	-	2010.08.02	2015.08.01	0
SP	Bányász Péter	Pénzügyi igazgató	2009.07.13	Határozatlan	0
Saját részvény tulajdon (db) Ö S S Z E S E N:					591

¹ Stratégiai pozícióban lévő alkalmazott (SP), Igazgatósági tag (IT), Felügyelő Bizottsági tag (FB), Audit Bizottság tagja (AB), Igazgatótanács tag (ITT)

² Megválasztva az Igazgatóság 2010. augusztus 5-i ülésén

³ A dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 98 százalékos tulajdonában álló Canongate Investments Kft. 2011. szeptember 30-án a Társaságban 845 darab részvénnyel rendelkezett.

⁴ Bencze György igazgatósági tag a Társaság 2011. szeptember 14-i alaptőke-emelése során további 150.000 darab részvény átvételére vállalt kötelezettséget.

⁵ Kovács András igazgatósági tag a Társaság 2011. szeptember 14-i alaptőke-emelése során 1.325.000 darab részvény átvételére vállalt kötelezettséget.

⁶ Pankotai Csaba igazgatósági tag a Társaság 2011. szeptember 14-i alaptőke-emelése során 1.325.000 darab részvény átvételére vállalt kötelezettséget.

Az EST MEDIA Nyrt. 2011. I-III. negyedévének főbb eseményei:

2011.09.30	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.09.15	BÉT/EST MEDIA honlap	Hirdetmény alaptőke zártkörű felemeléséről és elsőbbségi jog gyakorlásáról
2011.09.15	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató alaptőke-emelésről és akvizícióról
2011.09.08	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató társasági eseményről és szerződés módosításáról
2011.08.31	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.08.31	BÉT/EST MEDIA honlap	Közgyűlés érdemi határozatai
2011.08.30	BÉT/EST MEDIA honlap	2011. I. féléves jelentés
2011.08.25	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2011.08.15	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az event üzletág működéséről
2011.08.10	BÉT/EST MEDIA honlap	Előterjesztés és mellékletei
2011.08.08	BÉT/EST MEDIA honlap	Alapszabály
2011.08.08	BÉT/EST MEDIA honlap	Közgyűlési jegyzőkönyvek
2011.08.08	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató közgyűlési határozatok cégbírósi bejegyzéséről
2011.08.04	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató a reorganizációs folyamata részeként történt társasági részesedés értékesítéséről
2011.08.01	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.07.31	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató a reorganizáció tervezett további lépéseiről és a társaság reorganizációt követő tervezett működéséről
2011.07.31	BÉT/EST MEDIA honlap	Közgyűlési meghívó
2011.07.18	BÉT/EST MEDIA honlap	Alapszabály
2011.07.18	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató közgyűlési határozatok cégbírósi bejegyzéséről
2011.07.14	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató a reorganizáció újabb lépéseiről
2011.07.13	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az event üzletág működéséről
2011.07.04	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az event üzletág működéséről
2011.07.04	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató székhelyváltásról
2011.06.30	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.06.29	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató leányvállalat ügyvezetőjének kinevezéséről
2011.06.24	BÉT/EST MEDIA honlap	Közgyűlés érdemi határozatai
2011.06.15	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.06.14	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató öt százalékot meghaladó befolyásszerzésről
2011.06.03	BÉT/EST MEDIA honlap	Előterjesztés és határozati javaslat
2011.05.31	BÉT/EST MEDIA honlap	Hirdetmény 100,-Ft névértékű dematerializált törzsrészvényeinek 1.000,-Ft névértékű dematerializált törzsrészvényekké történő átalakításának folyamatáról
2011.05.31	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.05.24	BÉT/EST MEDIA honlap	Közgyűlési meghívó
2011.05.24	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó ügyletkötésről
2011.05.23	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bankhitel szerződés meghosszabbításáról
2011.05.19	BÉT/EST MEDIA honlap	2011. I. negyedéves jelentés
2011.05.06	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató a reorganizációs folyamat részeként történt társasági részesedés értékesítéséről
2011.05.02	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.04.29	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó ügyletkötésről
2011.04.29	BÉT/EST MEDIA honlap	Felelős társaságirányítási jelentés és nyilatkozat
2011.04.29	BÉT/EST MEDIA honlap	2010-es évi konszolidált beszámoló és a kapcsolódó anyagok
2011.04.29	BÉT/EST MEDIA honlap	2010-es évi egyedi beszámoló és a kapcsolódó anyagok

2011.04.29	BÉT/EST MEDIA honlap	Az éves rendes, megismétel közgyűlés érdemi határozatai
2011.04.26	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.04.21	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó ügyletkötésről
2011.04.19	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató megállapodás megkötéséről
2011.04.18	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató igazgatósági tag lemondásáról
2011.04.18	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről és befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról
2011.04.16	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató szerződéskötésekről
2011.04.15	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.04.14	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.04.12	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó ügyletkötésről, befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról, valamint bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.04.11	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó ügyletkötésről és bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.04.08	BÉT/EST MEDIA honlap	Előterjesztés
2011.04.08	BÉT/EST MEDIA honlap	Közgyűlési meghívó kiegészítése
2011.04.08	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.04.07	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató megállapodás megkötéséről
2011.04.07	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.04.04	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató közgyűlési határozatok cégbírósági bejegyzéséről
2011.04.01	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személyek befolyásának változásáról, és bennfentes személyek által kötött ügyletekről
2011.03.31	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.03.31	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.03.30	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató felügyelő bizottsági tag lemondásáról
2011.03.28	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató leányvállalata név változásnak cégbírósági bejegyzéséről
2011.03.28	BÉT/EST MEDIA honlap	Közgyűlési meghívó
2011.03.23	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató a print üzletág működéséről
2011.03.16	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató személyi változásról
2011.03.11	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2011.03.11	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az event üzletág működéséről
2011.03.09	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az event üzletág működéséről
2011.03.02	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az event üzletág működéséről
2011.03.01	BÉT/EST MEDIA honlap	2010. IV. negyedéves jelentés
2011.02.28	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személyek befolyásának változásáról
2011.02.28	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.02.28	BÉT/econet honlap	2011.02.28-án tartott rendkívüli közgyűlésnek érdemi határozatai
2011.02.25	BÉT/econet honlap	Tájékoztató társasági részesedés megvásárlásáról
2011.02.24	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személyek befolyásának változásáról, valamint az öt százaléknál nagyobb tulajdonosokról
2011.02.23	BÉT/econet honlap	Tájékoztató peres eljárásban hozott végleges döntésről
2011.02.22	BÉT/econet honlap	Alapszabály
2011.02.22	BÉT/econet honlap	Tájékoztató közgyűlési határozatok cégbírósági bejegyzéséről
2011.02.18	BÉT/econet honlap	Összevont tájékoztató mellékletei: cégstruktúra
2011.02.18	BÉT/econet honlap	Összevont tájékoztató mellékletei: 2009.évi konszolidált éves jelentés
2011.02.18	BÉT/econet honlap	Összevont tájékoztató mellékletei: 2008.évi konszolidált éves jelentés
2011.02.18	BÉT/econet honlap	Összevont tájékoztató mellékletei: 2007.évi konszolidált éves jelentés; 2007. évi konszolidált jelentés kieg. melléklete
2011.02.18	BÉT/econet honlap	Összevont tájékoztató

2011.02.18	BÉT/econet honlap	Hirdetmény tőkeemelés során kibocsátott törzsrészesvényeknek a Budapesti Értéktőzsdére történő bevezetéséhez kapcsolódóan
2011.02.11	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról
2011.02.10	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az event üzletág működéséről
2011.02.07	BÉT/econet honlap	Előterjesztés és határozati javaslat
2011.02.04	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról
2011.02.03	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedés bejelentéséről
2011.02.02	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.02.01	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részesvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.01.27	BÉT/econet honlap	Közgyűlési meghívó
2011.01.25	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról
2011.01.20	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a cégcsoport 2010-es teljesítményéről
2011.01.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személyek befolyásának változásáról
2011.01.07	BÉT/econet honlap	Tájékoztató felügyelő bizottsági tagok tulajdonában lévő részesvényekről
2011.01.06	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személyek befolyásának változásáról
2011.01.06	BÉT/econet honlap	A Felügyelő Bizottság tagjává megválasztott személyek önéletrajza
2011.01.06	BÉT/econet honlap	Közgyűlés érdemi határozatai
2011.01.05	BÉT/econet honlap	Alapszabály
2011.01.05	BÉT/econet honlap	Tájékoztató cégváltozások cégbírósi bejegyzéséről
2011.01.03	BÉT/econet honlap	Tájékoztató leányvállalat cégbírósi bejegyzéséről

Budapest, 2011. november 18.



dr. Balázs Csaba
az Igazgatóság elnöke
EST MEDIA Nyrt.