



# PESTI 1000.

[július 14-20.]



**PESTI**  
**APRILIS 24-30.**

**COPY GENERAL**  
 Fénymásoló üzletlánc  
 Tel.: 112-7636, 132-2563, 118-5506, 117-5304

- Diplomakötés
- Önkiszolgáló másolás

**Percek alatt 3,50 Ft**

**NON STOP**

**ELPÉRT**

Ügyfélszolgálatunk Várpalotán, PÉLDVÁR - KERÉCSE, KÖLCSÉNY - KÖRZET, Szabadföld út 16. T: 131 - 7777

Pesti Est, hetente megjelenő, kulturális hírlapunk lap, Kiadja a "P" Est Rt. Hirdetvénytől kezdve, telefonon: 135-5042

az EST MEDIA Vagyonkezelő Nyrt.

2011. I. féléves

IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentése javítva a PSZÁF PJ-III-7/2012. számú határozata szerint\*

2012. február 7.



\* a változások a 30-34. és a 39-40. oldalakat, a 36. oldal utolsó bekezdését, valamint az aláírás dátumát érintik.

## ÖSSZEFOGLALÓ

3

## ÜZLETI JELENTÉS

6

- 7 | I. Bevezetés
- 9 | II. Vállalati események és eredmények, konszolidált eredmények
  - 9 | II.1. Vállalati események
  - 13 | II.2. Vállalati eredmények
  - 16 | II.3. Konszolidált adatok
- 18 | III. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei
  - 20 | III.1. Részvény adatok
- 21 | IV. Médiapiaci környezet
- 22 | V. Event üzletág
  - 22 | V.1. A Sziget-akvizíció
  - 23 | 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

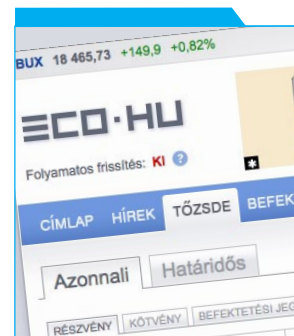
## A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA

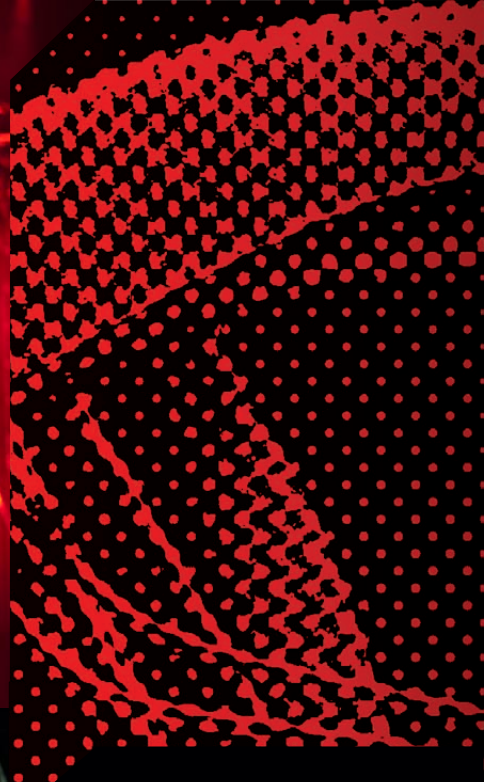
29

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

## ADATLAPOK

37





3  
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 elhúzóó 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 a cégcsoport tervei szerint új tőke bevonását is magával hozná. Ez a megelőző évek üzemi veszteségeinek fedezésén túl a bizonyítottan sikeres alaptevékenységekhez (program guide, event) való visszatérést és egyben ezek terjeszkedését is elősegítené: a tranzakció megvalósulásával a cégcsoport programkalauz termékei a jelenlegi helyzethez képest szinte azonnal három országban, a 40 milliós magyar, román és bolgár piacot lefedve volnának platform-függetlenül 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. Emellett ugyanakkor azt célozzuk, hogy a második félévben már a cégcsoport Event üzletág nélküli része is - a reorganizációs költségek kiszűrésével - üzemi szintű eredmény termelésére legyen képes.

A 2011. év I. negyedévében került sor először 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. Ennek a ténynek a tárgyidőszak számaira pozitív hatása nem volt, hiszen a fesztiválszervező tevékenység körében ebben az időszakban az árbevételnek és az ahhoz kapcsolódó költségeknek csak minimális része, míg az általános működési költségek időarányos része jelentkezett.

- 2011. I. félévében a Társaság konszolidált árbevétele csaknem 1,2 milliárd forint volt.
- A cégcsoport üzemi eredménye, EBITDA-ja és adózott vállalkozási eredménye 70-90 millió forint közötti mértékben maradt el a bázisidőszakitól, amit a bázisidőszakban nem szereplő EMGEEvent üzletág első negyedéves értelemserű – hiszen ekkor a fesztiválszervezés körében többségükben csak költségek jelentkeznek – negatív teljesítménye okozott.
- Az EMGEEvent adatait kiszűrve 2010H1-ről 2011H1-re az üzemi eredmény és EBITDA sorok csaknem 50-50 millió forinttal, 22, illetve 28 százalékkal, míg az adózott eredmény sor 4 millió forinttal, 1 százalékkal javult.

1/A. Ábra: A 2010H1 és 2011H1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb eredményadatainak, illetve a 2011H1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált, az EMGEEvent üzletág számaiktól megtisztított adatainak az összehasonlítása

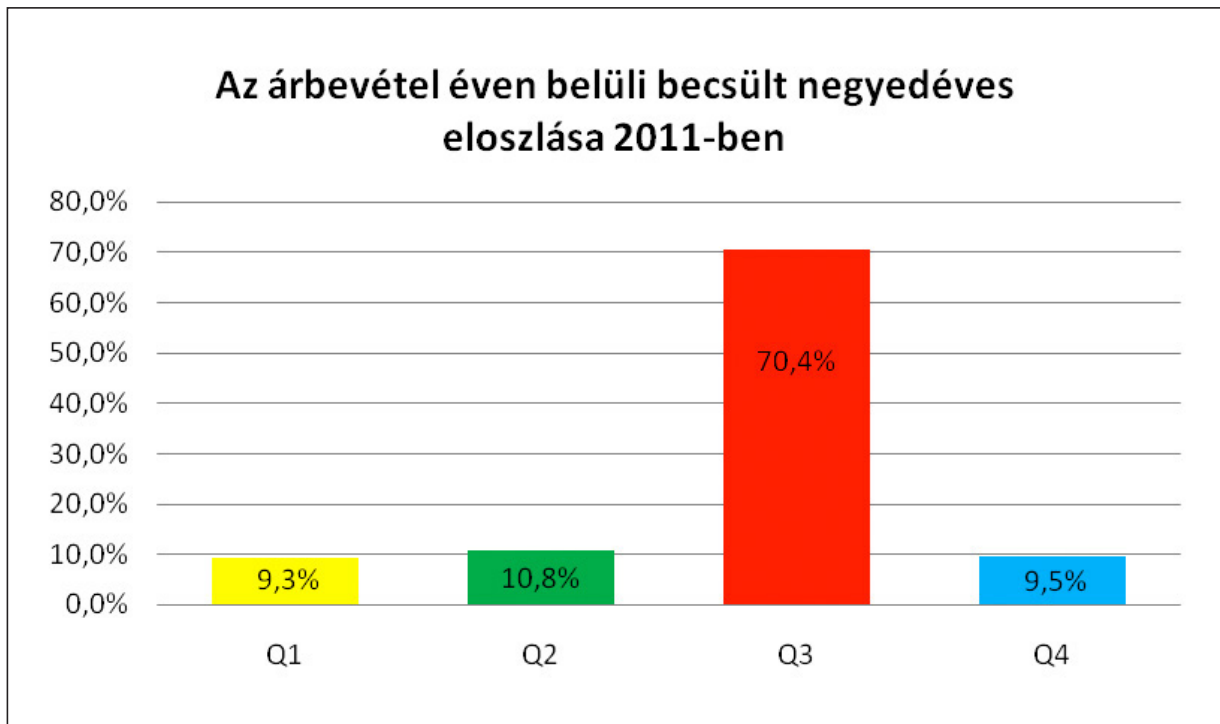
Megnevezés / E Ft	2010H1	2011H1	Változás (%)	2011H1*	Változás (%)**
Árbevétel	1 608 796	1 187 210	-26	840 016	-48
Üzemi eredmény	-243 545	-332 436	-36	-190 688	22
Értékcsökkenés	73 165	92 377	26	68 406	-7
EBITDA	-170 380	-240 059	-41	-122 282	28
Adózott vállalkozási eredmény	-440 420	-517 100	-17	-436 629	1

\* az EMGEEvent üzletág eredményétől megtisztított tárgyidőszaki adatok

\*\* az EMGEEvent üzletág eredményétől megtisztított adatoknak a bázis időszakhoz viszonyított aránya

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 végső soron az év utolsó hónapjaiban realizáltuk az árbevétel és a profit legjelentősebb részét. 2011-től azonban figyelembe kell vegyük azt is, hogy az EMGEEvent üzletág árbevételi számai teljesen más dinamikát mutatnak, legnagyobb részben a mindenkor Q3-ban, a fesztiválszezonban jelentkezik az árbevétel. (Az első negyedéves jelentésünkben az Event üzletág árbevételének jelentkezését naptárilag a Q2-Q3 időszakokra tettük, azonban időközben – 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.) Az alábbi ábra a historikus adatokkal, a reorganizációs változásokkal (elsősorban a rádiós értékesítési tevékenység megszűnésével) és az EMGEEvent üzletág tevékenységével is számoló 2011-es becsült éven belüli árbevétel megoszlást mutatja be.

1/B. Ábra: A cégcsoport árbevételének éven belüli becsült negyedéves eloszlása 2011-ben, negyedévenként az éves árbevétel százalékában



## Balázs Csaba,

az EST MEDIA Nyrt. elnök-vezérigazgatója  
a 2011. év I. félévéről:

„Az EST MEDIA Nyrt.-nek az első félévében – az elmúlt évek dinamikus és nagymértékű növekedését követően – komoly, a jövőjét nagyban meghatározó kihívásokkal kellett szembenéznie, mind a cégcsoport működése, mind a finanszírozása terén. Emiatt a közgyűlésünk döntésével összhangban aktív reorganizációba kezdtünk, melyhez bírjuk finanszírozóink támogatását. A reorganizáció célja, hogy a rövid vagy középtávon eredménytermelésre nem képes tevékenységek leépítésével és a központi adminisztráció szűkítésével egy stabil üzemi eredmény termelésére képes termékstruktúrát alakítsunk ki.

Ennek során tőkebevonást is végre kívánunk hajtani, amely a cégcsoport egyidejű terjeszkedését is szolgálja: az eddigi egy ország helyett ezután a 40 milliós magyar, román és bolgár piacot lefedve a hirdetőink számára hatékony elérést, a fogyasztóink számára pedig mindig időszerű és releváns tartalmat kívánunk nyújtani platform-független out-of-home média eszközként működő helyi programkalauz kiadványaink segítségével. A tőkebevonással új, külföldön már bizonyított menedzsmentet is igazolni fogunk. A termékszerkezet átalakítása során természetesen kiemelten fontos lesz az Event üzletágunkkal való szakmai együttműködés, illetve az annak fejlesztésében való részvétel, különösen a programkalauzainkkal lefedett országokban.”





## üzleti jelentés

- 7 | I. Bevezetés
- 9 | II. Vállalati események és eredmények, konszolidált eredmények
  - 9 | II.1. Vállalati események
  - 13 | II.2. Vállalati eredmények
  - 16 | II.3. Konszolidált adatok
- 18 | III. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei
  - 20 | III.1. Részvény adatok
- 21 | IV. Médiapiaci környezet
- 22 | V. Event üzletág
  - 22 | V.1. A Sziget-akvizíció
  - 23 | 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 elhúzódó 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 2011Q3 időszak végéig kívánjuk lerakni.

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 árbevétele a 2010-es éves adatokhoz képest csökkenni fog. Emellett ugyanakkor azt célozzuk, hogy a második félévben a cégcsoport Event üzletág nélküli része is a reorganizációs költségek kiszűrésével már üzemi szintű eredmény termelésére legyen képes.

A cégcsoport stratégia mindennapi megvalósítása során alapvető célunk a médiatermékeink eredményességének javítása, miközben folyamatosan keressük az ésszerű és a reorganizációs céloknak 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 és az országos – az Event szegmens esetében pedig 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 a mindenkor előállított tartalmaink a közönségünk számára mindenkor érdekesekek, érvényesek, tartalmasak és szórakoztatóak legyenek és ezen keresztül erősítsük az egyes termékeink márka 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 majd 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 eszközrendszerrel állíthatunk hirdetéseink szolgáltatásába, amivel a kevesebb médiatermékkel vagy kevésbé összetett portfólióval rendelkező versenytársainknál jobb értékárányú megoldásokat kínálhatunk.

### Az értékesítés új piaci szegmensekre történő kiterjesztése

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

## I. BEVEZETÉS

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, míg a hosszabb távú, új földrajzi piacokra is kiterjedő növekedési potenciál még kiaknázásra vár.

A fenti működési elveknek felel meg a Társaság 2011. július 31-én közzétett 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 médiatermékeként juttassa el a fogyasztóikhoz.

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 események 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 túlnyomórésztét.



## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

### II.1. Vállalati események

A cégcsoport média befektetéseit összefogó EMG Médiacsoport 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 négy szervezen összetartozó – EMGPrint, EMGIndoor, EMGOnline, EMGMusic – és egy függetlenül működő EMGEvent üzletágra tagolódik. Tekintettel a közgyűlés által elfogadott reorganizációs tervre és a folyamatban lévő reorganizációra, valamint a beszámolási időszakot követően közzétett, tervezett társasági lépésekre, az üzletágak tekintetében a 2011. év további jelentős változásokat hozhat.



A reklámpiaci tendenciák negatív hatásai 2011. I. félévében 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) 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 (melyet az Event Üzletág című fejezet részletesen bemutat) 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 18 év alatt létrehozta és felfuttatta a legerősebb magyar fesztivál-portfóliót és emellett a Sziget Fesztivált az európai kontinens egyik legnagyobb és legsikeresebb szabadtéri 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 lefolytatására utasította. Ennek megfelelően a Fővárosi Bíróság az ügyben 2011. február 4. napjára tárgyalást tűzött ki, amely - figyelemmel a felek közötti pert lezáró egyezség létrehozását célzó tárgyalásokra - 2011. április 8-ára 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. közötti 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 színhelyül 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 fesztiválszezon fizető rendezvényei (Budai Gourmet, VOLT Fesztivál, Heineken Balaton Sound, Sziget Fesztivál és kísérendezvényei, Félsziget Fesztivál) majd 700 ezer látogató vett részt, és – annak ellenére, hogy a rendezvényt követő első becslések szerint a Sziget Fesztivál az elmúlt évektől eltérően veszteséggel zárt – összességükben várhatóan – köszönhetően a kiemelkedően jól teljesítő VOLT Fesztiválnak és Heineken Balaton Sound fesztiválnak pozitív eredményt hoznak. A Sziget Fesztivál veszteségének oka a jelenlegi információink szerint 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 már a pontos elszámolások rendelkezésre állását megelőzően is át kell tekinteni az idei tapasztalatokat, továbbá elemezni kell, hogy milyen változtatások szükségesek annak érdekében, hogy a rendezvény-portfólió zászlóshajójaként szolgáló Sziget Fesztivál újra nyereségesé váljon. Megnyugtató ugyanakkor, hogy a Fesztivál az elmúlt másfél évtizedben – 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 százalékkal az EST MEDIA fesztivál-portfólió részeként – megrendezésre kerülő soproni VOLT Fesztivál. A megújulás egyfelől arculati, a korábbinál nagyobb hangsúlyt fektetnek majd ezentúl a VOLT atmoszférájára, dekorációjára, dizájnra is. Emellett a legfontosabb változás a programokra vonatkozik: 2011-től a VOLT Fesztivál a legfrissebb zenéket, aktuális előadókat és DJ-eket, valamint számos műfaj klasszikusait vegyesen kívánja felvonultatni, 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 van, 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-portfólióknban való betöltése is mutatja, hogy az átalakuló zenei piac fesztivál-szegmensének piacvezető hazai szereplőjeként – a magyarországi fizető 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 záróbullija 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 – nőtték 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 élenjár. 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 üzletágat – 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 üzletágat, amelyet a jelenlegi formájában valószínűleg célszerűtlen fenntartani, ugyanakkor viszont – amennyiben a meglévő külső szállítói kötelezettségei vagy azok nagyobb része pénzbeli teljesítés helyett bartermegállapodásokra 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 üzletágat – amelynek szerepe és jelentősége az utóbbi években a reklámbüdzsékben egyértelműen visszaszorult – értékesíteni kell, vagy meg kell szüntetni.



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 a magas színvonalú programszervezés támogatása, tehetségek felfedezése és „színpadhoz segítése”, az igényes és minőségi magyar előadók támogatása, 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 folytatódnak 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, dinamikus 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.

## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

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 rendszerein 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 ütemezéshez képest elhúzódva teljesíti, ezért a projekt megvalósítására csak lassabban kerülhet sor.



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 megeremtheti 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 20 százalékos részesedést birtoklunk, és amelyben a terveink szerint 2011 szeptemberében elhatározandó alaptőke-emelés során 100 százalékos részesedést szerzünk – 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 ezenkívül 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 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. a következő hetekben-hónapokban várhatóan új, a Time Out Budapest magazin működését kizárólagosan finanszírozni vállaló szakmai befektetőt fog bevonni a lap kiadásába. Ennek megvalósulásakor 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 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 Társaságnak

## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

feltett szándéka a program guide-ok irányában történő bővülés, a piacvezető román és bolgár lapcsaládok felvásárlásával, amelynek révén 40 milliós piacot lesznek képesek elérni a termékeink. A célcsoportok azonossága, illetve az általuk fogyasztott termékek és szolgáltatások hasonlósága miatt a tevékenység és a hirdetőknél kínált szolgáltatások összehangolhatóak lennének, csökkentve ezzel a költségeket és növelve a hatékonyságot.

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.

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 célcsoport stratégiával - tovább folytatja a célcsoport strukturális, egypólusú médiavállalatok 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 befektetések tulajdonosi irányítását és ellenőrzését foglalja magában. Itt zajlik az EMG-t érintő stratégiai döntések meghozatala, a célcsoport központi adminisztrációja és az esetleges akvizíciós tevékenység.

Az Anyavállalat a reorganizációs folyamatától 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 célcsoport 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 célcsoporton belül fogja hasznosítani, pl. az online fejlesztések és szolgáltatások, valamint a médiatevékenységet támogató háttér alkalmazások területén.

### II.2. Vállalati eredmények

Az alábbiakban bemutatjuk az EST MEDIA-célcsoport konszolidált időszaki üzemi és EBITDA eredmény szintű adatait, valamint ugyanezek az adatokat az Anyavállalati számoktól megtisztítva. Sem a 2010H1-es, sem a 2011H1-es számok nem tartalmazzák a jelen beszámolási időszakban a konszolidációs körből kikerült radiocafé Kft. és D-E-G Kft. (Time Out Budapest) adatait, a 2010H1-es adat Q1 részéből pedig kiszűrésre kerültek az akkor még a teljes körű konszolidációba bevont FM1 Zrt. számai. A 2011H1-es 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 költségzámait is. Az EMGEvent üzletágon belül – összhangban a könyvvizsgálónk véleményével – a 2011H1-ben ténylegesen realizált bevételek és költségek közül csak azok kerülnek a féléves számok között kimutatásra amelyekhez a közvetlenül kapcsolódó gazdasági események (rendezvények) is 2011. június 30-ig lezajlottak. Ennek megfelelően az olyan rendezvényekhez kapcsolódó bevételek és költségek, amelyek ezután kerültek megtartásra (VOLT Fesztivál 2 utolsó napja, Balaton Sound, Sziget Fesztivál), a 2011Q3 időszakra elhatárolásra kerültek.

2/A. Ábra: A 2010H1 (Q1/Q2) és 2011H1 (Q1/Q2) IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések egyes főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010H1		2011H1	
Árbevétel	1 608 796		1 187 210	
Üzemi eredmény	-243 545		-332 436	
Értécsökkenés	73 165		92 377	
EBITDA	-170 380		-240 059	
Megnevezés/ E Ft	2010Q1	2010Q2	2011Q1	2011Q2
Árbevétel	687 478	921 318	549 081	638 129
Üzemi eredmény	-158 159	-85 386	-228 602	-103 834
Értécsökkenés	34 939	38 226	45 378	46 999
EBITDA	-123 220	-47 160	-183 224	-56 835

## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

2/B. Ábra: A 2010H1 (Q1/Q2) és 2011H1 (Q1/Q2) IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések egyes főbb mérlegadatainak az Anyavállalati adatoktól megszürt számainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010H1		2011H1	
Árbevétel	1 533 462		1 175 777	
Üzemi eredmény	-167 016		-273 771	
Értécsökkenés	39 499		58 229	
EBITDA	-127 517		-215 542	
Megnevezés/ E Ft	2010Q1	2010Q2	2011Q1	2011Q2
Árbevétel	678 287	855 175	543 941	631 836
Üzemi eredmény	-135 602	-31 414	-209 116	-64 655
Értécsökkenés	30 576	8 923	40 753	17 476
EBITDA	-105 026	-22 491	-168 363	-47 179

2010H1-ről 2011H1-re az árbevétel konszolidált szinten mintegy 420 millió forinttal, az Anyavállalati adatoktól megszürt szinten pedig mintegy 360 millió forinttal csökkent. A csökkenés egyenlege a rádiós piacról való kivonulásunk miatt kiesett rádiós árbevételből, az EMGPrint üzletág Custom Publishing szegmensének (különszámok) a bázisidőszakhoz (amikor egy egyszeri megrendelés miatt az kiugróan jól teljesített) képesti kisebb bevételéből, illetve az EMGIndoor és az EMGOnline tárgyidőszaki alulteljesítéséből mint negatív tételekből, továbbá a tárgyidőszaki adatokban már megjelenő EMGEvent üzletág árbevételéből, mint pozitív tételből tevődik össze. Az árbevételen belül kiemelés érdemel ugyanakkor az EMGPrint üzletág, ami a nyomtatott piac átlagánál (-12,1 százalék) 22 százalékkal jobb teljesítményt nyújtott. Az üzemi eredmény és az EBITDA mind a teljes cégcsoport, mind az Anyavállalati adatoktól megszürt számok szintjén 70-107 millió forint közötti mértékben maradt el a bázisidőszaktól, amit a bázisidőszakban nem szereplő EMGEvent üzletág első féléves értelemszerű – hiszen ekkor a fesztiválszervezés körében többségükben csak költségek jelentkeznek – negatív teljesítménye okozott.

2/C. Ábra: A 2010H1 (Q1/Q2) és 2011H1 (Q1/Q2) IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések egyes főbb mérlegadatainak az Anyavállalati adatoktól és az EMGEvent üzletágának adataitól megszürt számainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010H1		2011H1	
Árbevétel	1 533 462		828 583	
Üzemi eredmény	-167 016		-132 023	
Értécsökkenés	39 499		34 258	
EBITDA	-127 517		-97 765	
Megnevezés/ E Ft	2010Q1	2010Q2	2011Q1	2011Q2
Árbevétel	678 287	855 175	525 209	303 374
Üzemi eredmény	-135 602	-31 414	-92 097	-39 926
Értécsökkenés	30 576	8 923	30 589	3 669
EBITDA	-105 026	-22 491	-61 508	-36 257

Az EMGEvent adataitól is megszürt számok már azt mutatják, hogy a média tevékenységünk 2010H1-ről 2011H1-re mind üzemi, mind EBITDA eredmény szinten 35, illetve 30 millió forinttal avagy 21, illetve 23 százalékkal javult.

A 2011H1 negyedévi átlagos költségszintje (árbevétel csökkentve az üzemi eredménnyel – 2/A. Ábra) mintegy 166 millió forinttal alacsonyabb mint a bázisidőszakban. Ha az EMGEvent bázisidőszakban nem jelentkező költségeit a tárgyidőszaki adatokból kiszűrjük (4/B. Ábra), úgy a 2011H1 negyedévi átlagos költségszintje a 2010Q1 költségszintjénél már mintegy 410 millió forinttal kedvezőbb képet mutat. 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 EMGEvent 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 kigazdálnia. 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.

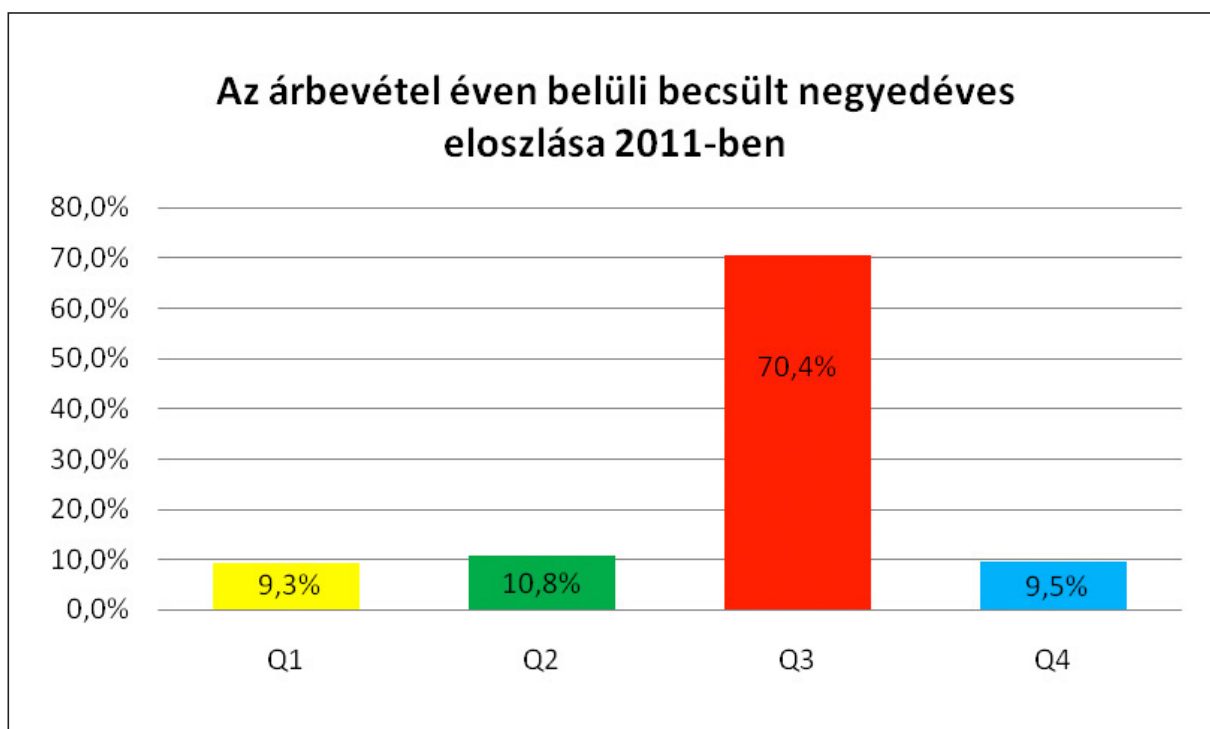
## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

A gazdasági válság reklámpiacra gyakorolt hatásai még mindig érezhetőek. A makrogazdasági folyamatoknak (a 2011 első félévében a szezonálisan és naptárhatással kiigazított adatok szerint az előző év azonos időszakához képest 1,9 százalékkal növekvő, ugyanakkor az idei első negyedévhez képest a második negyedévben stagnáló GDP-nek) a második félévi 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 kábeltévés, 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 listaáráival számolnak (a 2010-es listaáras teljes reklámpiaci becslés egyébként 628,46 milliárd forint volt, míg a nettó költséket csak 161,71 milliárdra becsülték, azaz a nettó költség / listaáras költség 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 venni azt is, hogy az EMGEvent 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 könyvvizsgálóknak véleményével – a Q2-ben beérkező, de csak a Q3-ban megvalósuló rendezvényekhez közvetlenül kapcsolódó bevételeket éven belül a Q3-ra határoztuk el.) Az alábbi ábra a historikus adatokkal, a reorganizációs változásokkal (elsősorban a rádiós értékesítési tevékenység megszűnésével) és az EMGEvent üzletág tevékenységével is számoló 2011-es becsült éven belüli árbevétel megoszlást mutatja be.

3. Ábra: A cégcsoport árbevételének éven belüli becsült negyedéves eloszlása 2011-ben, negyedévenként az éves árbevétel százalékában



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 időszakra történő volumen-változás mértéke pontosan nem jelezhető előre. A hirdetői aktivitás változatlansága – a válság reálgazdasági elhúzódása – esetére és a reorganizációs célokat figyelembe véve az EMG 2011-es minimum programja az, hogy az Event üzletág nélküli média-portfólióban az év második felében a reorganizáció egyszeri költségeit nem

## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

számítva üzemi nyereséget termeljük, az EMGEEvent üzletággal együtt pedig 2011-es célunk az, hogy a cégcsoport reorganizációt követő konszolidált árbevétele – a reklámpiac teljesítményétől függően – az 5,5 és 6,5 milliárd forint közötti tartományban legyen és a csoport üzemi szintű – szintén a reorganizáció egyszeri költségeivel nem számoló – eredményessége is intenzív módon javuljon.

A nemzetgazdaság 2011H1-es kismértékben növekvő teljesítményéből – figyelemmel az ismert világgazdasági helyzetre is – nem vonható le az a következtetés, hogy gyors ütemű gazdasági fellendülés következne. Ugyanakkor a 2009-es és 2010-es adatok szerint (Nemzeti Médiaanalízis) a vásárlóerő csökkenésével párhuzamosan a fizetős sajtótermékeknél 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 2010H1/2011H1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált főbb mérlegadatainak összehasonlítását. Sem a 2010H1-es, sem a 2011H1-es számok nem tartalmazzák a jelen beszámolási időszakban a konszolidációs körből kikerült radiocafé Kft. és D-E-G Kft. (Time Out Budapest) adatait, a 2010H1-es adat Q1 részéből pedig kiszűrésre kerültek az akkor még a teljes körű konszolidációba bevont FM1 Zrt. számai. A 2011H1-es adat már tartalmazza viszont a Sziget Kft. és a Volt Event Kft. adatait is. Mind a bázis-, mind a tárgyidőszak 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 költségszámaikat is. Az EMGEEvent üzletágon belül – összhangban a könyvvizsgálónk véleményével – a 2011H1-ben ténylegesen realizált bevételek és költségek közül csak azok kerülnek a féléves számok között kimutatásra amelyekhez a közvetlenül kapcsolódó gazdasági események (rendezvények) is 2011. június 30-ig lezajlottak. Ennek megfelelően az olyan rendezvényekhez kapcsolódó bevételek és költségek, amelyek ezután kerültek megtartásra (VOLT Fesztivál 2 utolsó napja, Balaton Sound, Sziget Fesztivál), a 2011Q3 időszakra elhatárolásra kerültek.

4/A. Ábra: A 2010H1 (Q1/Q2) és 2011H1 (Q1/Q2) IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010H1		2011H1	
Árbevétel	1 608 796		1 187 210	
Üzemi eredmény	-243 545		-332 436	
Értékcsökkenés	73 165		92 377	
EBITDA	-170 380		-240 059	
Adózott vállalkozási eredmény	-440 420		-517 100	
Megnevezés/ E Ft	2010Q1	2010Q2	2011Q1	2011Q2
Árbevétel	687 478	921 318	549 081	638 129
Üzemi eredmény	-158 159	-85 386	-228 602	-103 834
Értékcsökkenés	34 939	38 226	45 378	46 999
EBITDA	-123 220	-47 160	-183 224	-56 835
Adózott vállalkozási eredmény	-151 997	-288 423	-205 602	-311 498

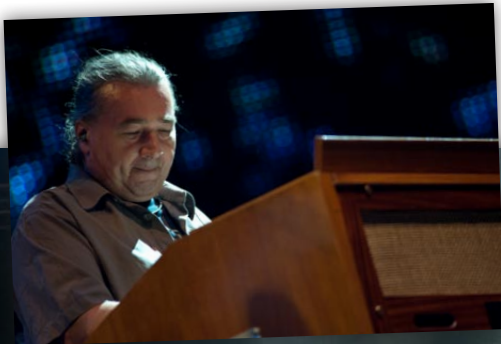
4/B. Ábra: A 2010H1 (Q1/Q2) és 2011H1 (Q1/Q2) IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb, az EMGEEvent üzletág számaitól megszürt mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2010H1		2011H1	
Árbevétel	1 608 796		840 016	
Üzemi eredmény	-243 545		-190 688	
Értékcsökkenés	73 165		68 406	
EBITDA	-170 380		-122 282	
Adózott vállalkozási eredmény	-440 420		-436 629	
Megnevezés/ E Ft	2010Q1	2010Q2	2011Q1	2011Q2
Árbevétel	687 478	921 318	530 349	309 667
Üzemi eredmény	-158 159	-85 386	-111 583	-79 105
Értékcsökkenés	34 939	38 226	35 214	33 192
EBITDA	-123 220	-47 160	-76 369	-45 913
Adózott vállalkozási eredmény	-151 997	-288 423	-133 411	-303 218

## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

2010H1-ről 2011H1-re az árbevétel konszolidált szinten mintegy 420 millió forinttal csökkent. A csökkenés egyenlege a rádiós piacról való kivonulásunk miatt kiesett rádiós árbevételből, az EMGPrint üzletág Custom Publishing szegmensének (különszámok) a bázisidőszakhoz – amikor egy egyszeri megrendelés miatt az kiugróan jól teljesített – képesti kisebb bevételéből, illetve az EMGIndoor és az EMGOnline tárgyidőszaki aluteljesítéséből mint negatív tételekből, továbbá a tárgyidőszaki adatokban már megjelenő EMGEvent üzletág árbevételéből, mint pozitív tételből tevődik össze. Az árbevételen belül kiemelést érdemel ugyanakkor az EMGPrint üzletág, ami a nyomtatott piac átlagánál (-12,1 százalék) 22 százalékkal jobb teljesítményt nyújtott. Az üzemi eredmény, az EBITDA és az adózott vállalkozási eredmény 70-107 millió forint közötti mértékben maradt el a bázisidőszaktól, amit a bázisidőszakban nem szereplő EMGEvent üzletág első féléves értelemeszerű – hiszen ekkor a fesztiválszervezés körében többségükben csak költségek jelentkeznek – negatív teljesítménye okozott. Ha az EMGEvent adatait kiszűrjük, úgy 2010H1-ről 2011H1-re az üzemi eredmény és EBITDA sorok mintegy 50-50 millió forinttal, míg az adózott eredmény sor 4 millió forinttal, 22, 28, illetve 1 százalékkal javult. A 2011H1 adózott eredményéhez az üzemi szintű negatívumon felül két eseti hatás, a radiocafé Kft. értékesítése, illetve a Társaság sajtó részvényeire vonatkozó határidős pozíciók kapcsán elszenvedett veszteségek (mintegy -180 és -90 millió forint) 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 reklámköltsékekből profitálhasson. A Társaság a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén egyedülként reprezentáló cégcsoportként működteti. 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 igénybevételevel 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 médiatevékenysége 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 újraszervezendő tevékenységeket (Print és Online üzletág). A reorganizációs folyamat tervezett további lépései azt célozzák, hogy a Társaság visszatérjen a bizonyítottan sikeres alapokhoz (program guide, event), kilépjen a nemzetközi piacokra, és külföldi piacokon sikeres menedzsmenttel erősítse meg a vezetését.

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 rádió 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 forintos, a 2011Q2-t terhelő veszteség volt.

A Társaság 2011. április közepén a reorganizációs lépéssorozat keretében szerződést kötött azon 300 millió forint, rövid lejáratú kölcsönnek a 2012. április 15-ig történő meghosszabbításáról, amely – ahogy azt korábban már közzétettük – a Sziget Kft. megvásárlását célzó akvizíciós folyamat 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.

### III. A BESZÁMOLÁSI IDŐSZAK EGYÉB JELENTŐS ESEMÉNYEI

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 székhelyváltozást a cégbíróság 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. Érdekeltséggel rendelkezik a romániai Şapte Seri, valamint a bulgáriai Programata programmagazin családokban, utóbbinak az ügyvezetését is ellátta.

A beszámolási időszak vége és a jelen gyorsjelentés közzététele közötti időszakban a Társaság további reorganizációs lépéseket tett és készített elő. Ennek keretében 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 lesz állítaná a Társaság alaptőkéjét, amely lépés önmagában a saját tőke mértékét nem, csak összetételét érinti. A közgyűlés emellett új felhatalmazást adna az igazgatóság részére az alaptőke felemelésére és új igazgatósági tagokat választana.

Az alaptőke leszállítását követően az igazgatóság a közgyűlés felhatalmazásával élve az új névértéken vagy – az intézményi tőkeemelők által elfogadott befektetési árszinttől függően – azt meghaladó kibocsátási áron zártkörű részvénykibocsátás keretében mintegy 2 és 4 milliárd forint közötti összeggel felemelné a Társaság alaptőkéjét az alábbiak szerint:

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

A fentiek az alaptőke-emelésből mintegy 2 milliárd forintnyi összeget tesznek ki. Ebből a készpénzes rész, valamint a fennmaradó másik mintegy 2 milliárd forintnyi összeg tekintetében az alaptőke-emelés időpontjában részvennyel rendelkező személyek az intézményi és egyéb fenti befektetőkkel azonos kibocsátási árfolyamon elsőbbségi jogokkal élhetnek majd.

Az akvizíciós célok két területet ölelnének 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. Ennek érdekében várhatóan szükséges lesz egy kisebb mértékű részesedés vásárlás, amely a cégcsoport 51 százalékos szavazati jogát biztosítja, illetve a megváltozott tulajdonosi struktúra miatt át kell majd alakítani a Sziget Kft. menedzsmentjének érdekelt-ségi rendszerét is.
- A másik érintett terület a Társaság hagyományos program guide tevékenysége, ahol három piacon erősíténénk. A magyar piacon a jelenleg külső tulajdonban lévő 80 százalékos részesedés megszerzésével befejeznénk az EXIT Magazin akvizícióját és ezzel a lap feletti teljes rendelkezési jog hozzánk kerülne. Emellett akvizírlnánk a romániai piacvezető Şapte Seri és a bulgáriai piacvezető Programata lapcsaládokat, összesen 18 lapot és az ahhoz kapcsolódó online tevékenységeket.

Az alaptőke-emelésből befolyó készpénzt elsősorban a nem konvertált szállítói állomány rendezésére fordítanánk, az esetlegesen ezt meghaladó összeggel pedig a cégcsoport hitelállományát csökkentenénk. Az alaptőke-emelésből befolyó források felhasználását követően még esetlegesen fennmaradó bankhitel és rövid távú kölcsön (UniCredit Bank Zrt., Wallis Asset Management Zrt.) rendezése érdekében a reorganizációs intézkedési tervben írtak szerint járnánk el, azaz azokat közép- vagy hosszú távra a jelenleg is fedezetül szolgáló Sziget Kft. üzletrészünk és az onnan mindenkor járó (esetlegesen garantált) osztalékunk fedezetére újrafinanszíroztatnánk.

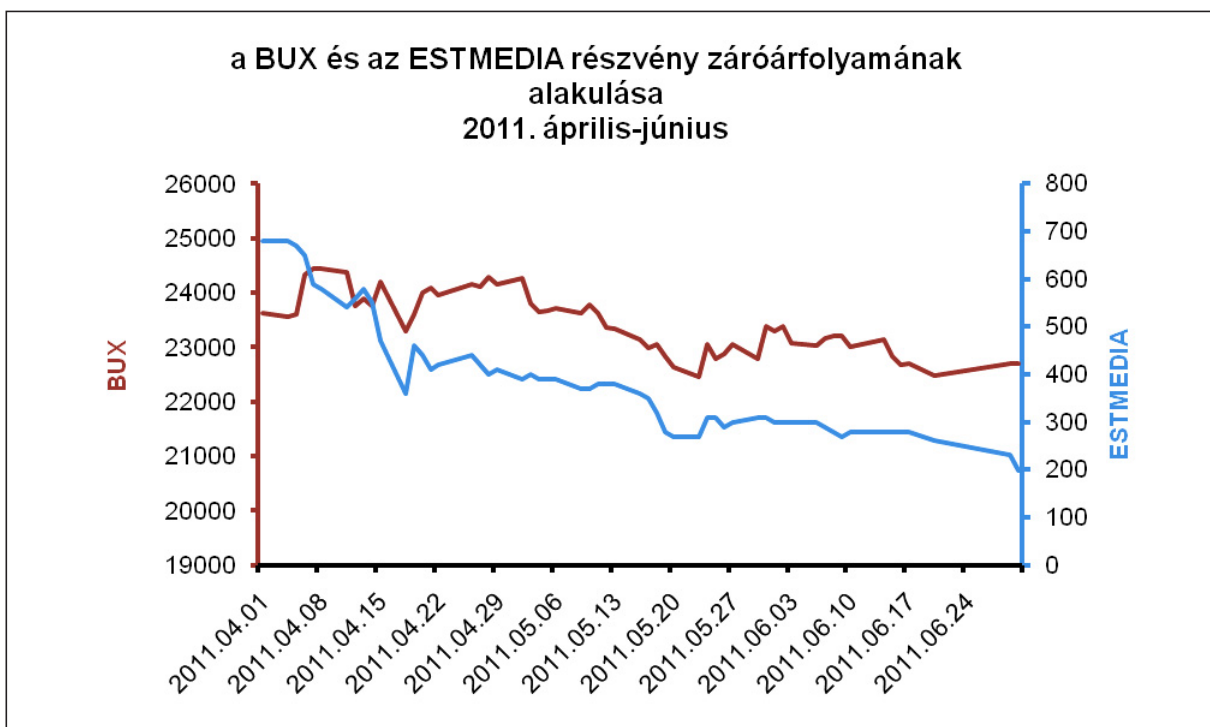
### III. A BESZÁMOLÁSI IDŐSZAK EGYÉB JELENTŐS ESEMÉNYEI

A magyarországi reorganizáció, illetve az új nemzetközi tevékenység irányítása érdekében a Társaság igazgatósága két új taggal egészülne ki, Pankotai Csabával (a cégcsoport média befektetéseit összefogó EMG Média csoport Kft. ügyvezetőjével) és Kovács Andrással, akik majd másfél évtizedes szakmai tudással és tapasztalattal bírnak a programmagazin-hálózatok működtetése és fejlesztése területén.

#### III.1. Részvény adatok

A Társaság részvényei továbbra is a Budapesti Értéktőzsde Részvények „A” kategóriájában forognak, immár kilencedik időszakban BUX-kosártagként, a BUMIX-kosárban való folyamatos részvétel mellett. Bár 2011 első félévében 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.

5. Ábra: a BUX és az EST MEDIA (econet.hu) részvény árfolyamának alakulása 2011Q2-ben (portfolio.hu adatok)



Az EST MEDIA (econet.hu) részvények 2011 első félévi átlagos napi forgalma 60 millió forint, második negyedévi átlagos napi forgalma 85,5 millió forint volt. A január 3-i nyitóár 90 forint, a március 31-i záróár 68 forint, az április 1-i nyitóár 67 forint, a június 30-i záróár (akkor már az új, 1.000,-Ft-os névértékű részvényekre vetítve) 199 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 reklámkiadásokra gyakorolt hatása miatt, amely a teljes hazai médiapiacra érezhetően hatott. 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 reklámkiadása 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 visszaesése 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 méréseinek 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 reklámkiadásokat 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 kisebb csökkenést jeleznek előre. A teljesség kedvéért tegyük hozzá, hogy a nyomtatott sajtó-reklám 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 reklámkiadási adatai alapján a teljes sajtó-reklám piac 2010-ben 6,8 százalékos csökkenést realizált, és ezzel 46,6 milliárdos értékre volt tehető. A Kantar Media 2011H1-ben 12,7 százalékos csökkenést jelez 2010H1-hez képest a folyóiratok piacán. Az EMG továbbra is az ingyenes programmagazinok vezető kiadója. Az EXIT értékesítési jogának megszerzésével az EMG az általa értékesített termékekkel a teljes sajtópiac még fontosabb szereplőjévé vált, részesedése 2011H1-ben 3-4 százalék körüli volt.

Miközben 2011H1-ben a teljes nyomtatott sajtópiac listaáras bevételei 12,1 százalékkal, addig a különszámok nélkül tekintett EMGPrint árbevételei csak 9,4 százalékkal csökkentek. Ugyanakkor a különszámok (Custom Publishing) területén egy egyedi megrendelés miatt a 2010H1 rendkívül erős volt, csaknem 200 millió forinttal származott ekkor több árbevétel innen a 2011H1-hez képest.

#### **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 2010H1-ről 2011H1-re 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-ben újraerősödött, a 2010H1-hez képest a Kantar Media listaáras -58,8 százalékos csökkenést mutat ki. 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 reklámkiadás is az „instore” területére, azaz a bolti megjelenésekre (elsősorban a hipermarketekben). Az EMGIndoor üzletágának bevételeit ez jelentősen érintette, hiszen itt a piaci átlagnál valamivel nagyobb, 63,3 százalékos bevételecsökkenést realizáltunk 2011H1-ben 2010H1-hez képest (ez a szám még akkor is igen szomorú, ha az indoor a cégcsoport teljes árbevételének kevesebb mint 2 százalékát adja).

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. jelenleg 51 százalékban van 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 vásárol majd meg.

Az eddigi akvizíciós lépések során először 2008-ban 26 százalék került megvásárlásra 1,1 milliárd forintos vételárért. További 25 százalék került megvásárlásra 2010. november 29-én, amikor az EMG a Szigerta Invest Kft. és a Volt Invest Kft. felé teljesített mintegy 1,45 milliárd forintot. Emellett a felvásárlásra vonatkozó szerződések szerint a Volt Invest Kft.-nek járó 1.000.000 darab econet.hu részvényből 211 forintos elszámolóáron átadott 500.000 darabot, míg a fennmaradó 500.000 darab részvényt a későbbiekben fogja átadni. Ezzel az EMG 51 százalékos tulajdonossá vált a Sziget Kft.-ben. A felvásárlási tranzakció részeként a Sziget Kft. törzstőkéje is felemelésre került, melynek keretében a Sziget Kft. 100 százalékos tulajdonába került a VOLT Event Kft., amely a soproni VOLT Fesztivál és a zamárdi Balaton Sound Fesztivál 50 százalékos jogtulajdonosa. Ezzel a két érintett fesztivál az eddigi 50 százalék helyett 100 százalékban a Sziget Kft. érdekeltségébe került.

Az EMG 2010. november 29-i teljesítésének forrása egyrészt az econet.hu Nyrt. 2010. november 22-én 120 forintos kibocsátási árfolyamon elhatározott alaptőke-emeléséből befolyt 1,2 milliárd forint, illetve kisebb részben egy 300 millió forintos – azóta 2012. április 15-ig meghosszabbított – rövid lejáratú kölcsön volt.

A Sziget Kft. tulajdonosi szerkezetének átalakulásával együtt a cég vezetése is kibővült: az eddig Gerendai Károly és Takács Gábor urak (a Sziget Fesztivál főszervezői) ügyvezetésével működött társaságot a jövőben a Fülöp Zoltán és Lobenwein Norbert urakkal (a VOLT Fesztivál alapítói és a Balaton Sound főszervezői) kiegészült négyfős szakmai team fogja irányítani. Az akvizíciós folyamat 2010. november 29-i eseményei során az EMG, a Szigerta Invest Kft. és a Volt Invest Kft. megerősítették azt a közös célkitűzést is, hogy a Sziget Kft. portfóliója a lehetőségekhez képest már az akvizíciós folyamat 2013-as lezárásáig is új rendezvényekkel bővüljön és pontosították az ilyen rendezvények bevezető évi adatainak az évenkénti teljesítmény-elvárások körében történő elszámolásának szabályait.

A felvásárlás további lépéseire a Sziget Kft.-vel szemben támasztott EBITDA elvárások alapján, azoktól függő mértékű vételáron kerülhet sor. Ennek eredményeképpen a fentiek szerinti szakmai vezetők tulajdonában álló Szigerta Invest Kft. és Volt Invest Kft. együttes részesedése a jelenlegi 49 százalékról 25 százalékra csökkenne, ami az akvizíciós folyamat 2013-as lezárását követően is biztosítaná a mindenkor közvetlen menedzsment érdekeltségét.

Tekintettel azonban arra, hogy a cégcsoport 2011-es reorganizációja kiterjed majd a finanszírozás átstrukturálására is, előfordulhat, hogy a Sziget Kft. akvizíciójára irányuló fenti tranzakció további folytatása részben vagy egészben korlátokba ütközik majd. Ilyen esetben, ha az EMG részéről nem kerülne 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 csökkennének a következők szerint. Amennyiben az EMG a Szigerta Invest Kft. eladó részére teljesítendő vételárrész megfizetésével esik 90 napot meghaladó késedelembe (2011. szeptember 9.), úgy tagsági jogai 49 százalékra szállnának 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 esik egy hónapot meghaladó késedelembe (2011. október 30.), úgy tagsági jogai 2,35 százalékkal csökkennének.

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 lehetséges megoldás a Sziget Kft. akvizíciójának olyan módon történő lezárása, hogy egyfelől a Társaság mentesüljön a tranzakció folytatásának kötelezettsége alól, másfelől a Sziget Kft. a cégcsoport teljes körű konszolidációs körében maradjon. Ennek érdekében várhatóan szükséges lesz egy kisebb mértékű részesedés vásárlás, amelynek ellenértékét a tervek szerint EST MEDIA Nyrt. részvényekre váltanák. A tárgyalások az elkövetkező hetekben kerülnek lezárásra.

## V.2. A Sziget-akvizíció jelentősége

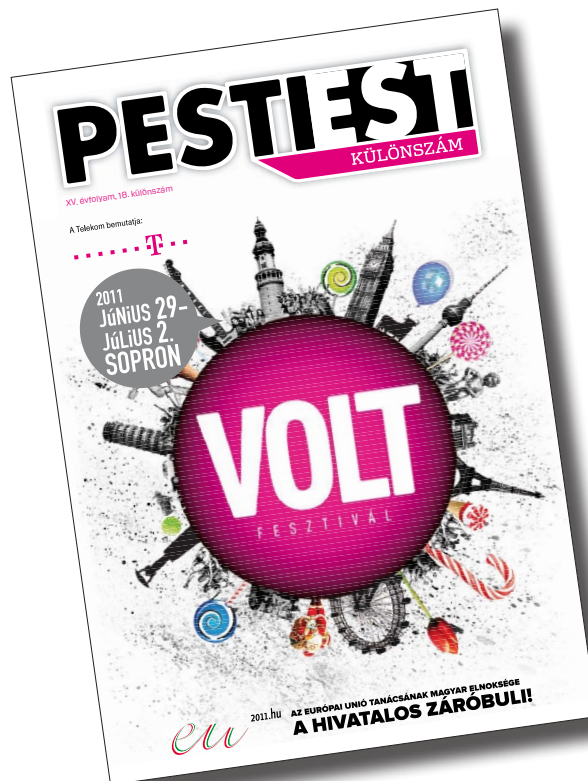
A 2009-2011-es fesztiválszezonok nyereségessége jól mutatja, hogy a Sziget Kft. üzleti modellje a gazdasági válság körülményei között is működőképes, annak ellenére, hogy a 2011-es Sziget Fesztivál a korábban már bemutatott egyedi okok miatt veszteséges lett. A fesztiválok pozitív mérlege és fejlődőképessége (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 emblemikus 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 hirdetői 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 mindenkorai 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) vagyongazdálkodási tevékenységéből 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 kiemelni. 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. Kockázatként jelentkezik még, hogy amennyiben az EMG részéről nem kerülne megfizetésre a Sziget Kft. megvásárlását célzó akvizíció szerint 2011-ben, 2012-ben illetve 2013-ban esedékes vételár, úgy az EMG tagsági jogai a Sziget Kft-ben csökkennének. 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 idején tapasztalatokat értékelik, a jövőre nézve pedig ezt figyelembe véve állapodnak meg. Az elvi megállapodás tehát 2012-re és a későbbi évekre nem terjed ki, így jelenleg nem lehet tudni, hogy a használati engedély a későbbi években milyen feltételekkel kerül megadásra, és hogy ez miként befolyásolja a rendezvény megtarthatóságát. 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-bevétel 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 mindenkor érvényes 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 mindenkor érvényes médiaszabályozás 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 fentebb részletekben röviden vázoljuk az ezzel kapcsolatos elgondolásainkat. Általános érvénnyel 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 értékelési 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 tőkeeszközök, illetve tőkeemelés esetleges megvalósulása miatt 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 várható, hogy a magánnyugdíjpénztári vagyoni csökkenés, ami a BÉT keresleti oldalát gyengítheti, másfelől az állami tulajdonba kerülő vagyonban található részvények a piacra kerülve a kínálati oldalt erősíthetik.

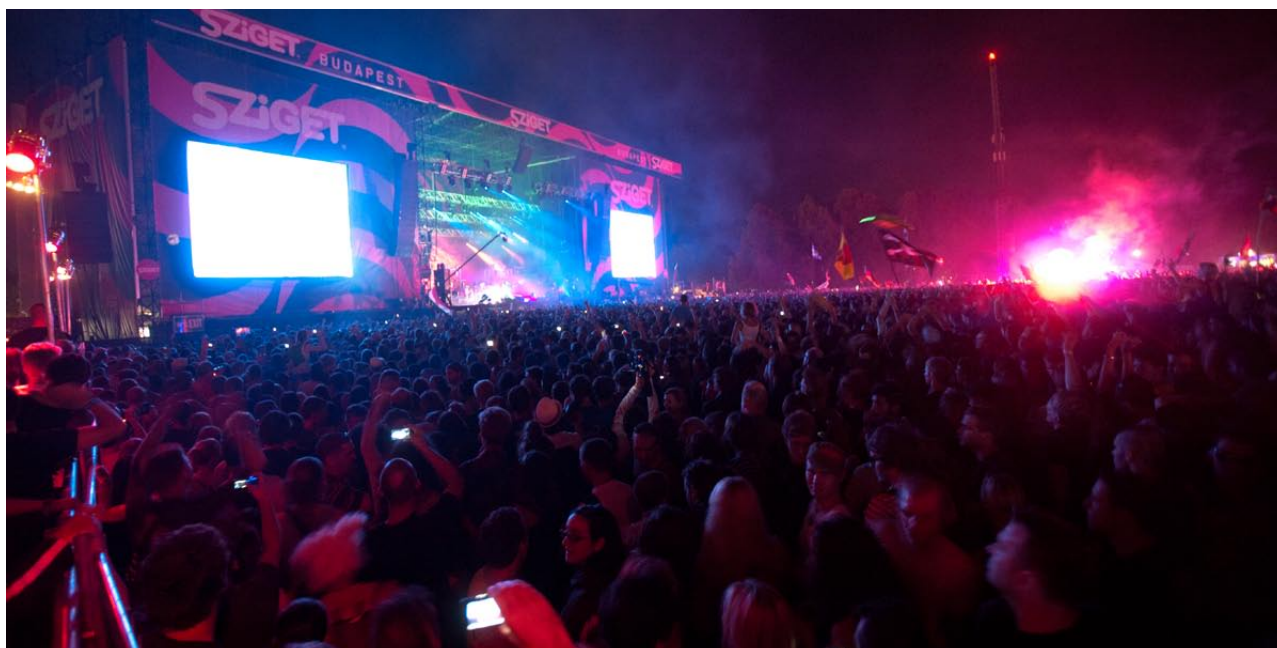
## VI. A TÁRSASÁG TEVÉKENYSÉGÉNEK FŐBB KOCKÁZATAI

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 hirdetmény, 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 jelentkezhet, hogy a befolyó bevételek erősítik 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 időszakról-időszakra történő összehasonlíthatóságát.

A Média Üzletágunk központi cége az EMG, amely valamennyi média-befektetés tulajdonosaként előkészíti a Média Üzletágot 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 ráfordításaival 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 ellehetetlenítette. 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 – akár teljes körű konszolidációs körbe tartozik a Sziget Kft., akár nem – 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.

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 törekszik. 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 közötti 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 ugyanakkor a jelenlegi tervek szerint 2011 szeptemberében tőkebevonással járó tranzakciót tervez végrehajtani a reorganizáció lezárása és a jövőbeli perspektivikus és stabilan eredményes működés érdekében.

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 Sűgő Kft. konszolidációs szempontból átkerült a „nem jelentős” kategóriába. A Társaság számviteli politikája alapján emiatt a D-E-G Lapkiadó Kft. és a Sűgő Kft. adatai a 2010.06.30-i előző év azonos időszak, valamint a 2010.12.31-i bázisidőszaki adatokból is kiszűrésre kerültek. Ennek megfelelően az időszaki adatok összehasonlíthatósága érdekében a 2010-es, mind az előző év azonos időszak, mind az auditált bázisidőszaki adatok a tavaly közzétettekhez képest eltérőek: a D-E-G Lapkiadó Kft. és a Sűgő Kft. adatai nélkül kerülnek bemutatásra, azonban maga a D-E-G Lapkiadó Kft., a Sűgő Kft. részesedés értéke a megfelelő soron szerepel. Sem a 2010H1-es, sem a 2010-es, sem a 2011H1-es számok nem tartalmazzák a jelen beszámolási időszakban a konszolidációs körből kikerült radiocafé Kft. adatait, a 2010H1-es adat Q1 részéből pedig kiszűrésre kerültek az akkor még a teljes körű konszolidációba bevont FM1 Zrt. számai. A 2010-es és a 2011H1-es adatok már tartalmazzák viszont a Sziget Kft. és a Volt Event Kft. (EMGEvent) adatait is. Az EMGEvent üzletágon belül – összhangban a könyvvizsgálónk véleményével – a 2011H1-ben ténylegesen realizált bevételek és költségek közül csak azok kerülnek a féléves számok között kimutatásra amelyekhez a közvetlenül kapcsolódó gazdasági események (rendezvények) is 2011. június 30-ig lezajlottak. Ennek megfelelően az olyan rendezvényekhez kapcsolódó bevételek és költségek, amelyek ezután kerültek megtartásra (VOLT Fesztivál 2 utolsó napja, Balaton Sound, Sziget Fesztivál), a 2011Q3 időszakra elhatárolásra kerültek.

Az egyértelműség kedvéért megjegyezzük, hogy a bázisidőszak megjelölés alatt a mérleg (pénzügyi pozíció kimutatás) esetében a 2010.12.31-i adatokat, míg az eredménykimutatás (átfogó jövedelem kimutatás) esetében a 2010.06.30-i adatokat értjük.

A mérlegfőösszeg 33 százalékkal magasabb az előző év azonos időszakához képest, míg 9 százalékkal haladja meg a bázisidőszaki értéket. Eszköz oldalon a forgóeszközök 27 százalékkal nőttek, a hosszú távú befektetések 51 százalékkal, az ingatlanok, ingók a termelésben 4 százalékkal, az immateriális javak pedig 1 százalékkal csökkentek a bázis időszakhoz képest. Forrás oldalon a bázis időszakhoz képest a rövid lejáratú kötelezettségek 6 százalékkal, míg a saját tőke pedig 10 százalékkal nőtt, a hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek változatlansága mellett.

A konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok 2011. június 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 korábban még Tele Est Kft. volt), Sziget Kft. (előző év azonos időszakában equity módszerrel került bevonásra) és a Volt Event Kft. 2010-ben az említettekén túl a konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaság volt még az azóta értékesítésre került D-E-G Lapkiadó Kft., valamint a konszolidációs körből kikerülő Sűgő 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 Sűgő Kft.

A mérleg és eredménykimutatás időszaki változásának bemutatására hivatott százalékos mutatószám a bázis időszaktól a tárgyidőszaki 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)								
Szsz.		Megnevezés / E Ft	2010.06.30.	2011.06.30.	változás %	2010.12.31.	2011.06.30.	változás %
1	A	<b>Forgóeszközök</b>	<b>3 419 064</b>	<b>5 020 187</b>	<b>47%</b>	<b>3 939 294</b>	<b>5 020 187</b>	<b>27%</b>
2	I.	Pénzeszközök	21 899	453 708	1972%	153 553	453 708	195%
3	1.	Szabad rendelkezésű pénzeszközök	21 899	453 708	1972%	153 553	453 708	195%
4	2.	Elkülönített pénzeszközök						
5	3.	Azonnal pénzé tehető, likvid értékpapírok						
6	II.	Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok	572 423	307 816	-46%	308 221	307 816	0%
7	1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok						
8	2.	Eladásra szánt hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok	572 423	307 816	-46%	308 221	307 816	0%
9	3.	Egyéb céllal tartott hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok						
10	III.	Követelések	2 817 400	4 257 053	51%	3 477 520	4 257 053	22%
11	1.	Vevőkövetelések	927 916	1 378 890	49%	1 143 056	1 378 890	21%
12	2.	Váltókövetelések						
13	3.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése	1 056 067	641 493	-39%	634 392	641 493	1%
14	4.	Termékre és szolgáltatásra adott előlegek		151 901		10 000	151 901	1419%
15	5.	Letételek, óvadékok						
16	6.	Egyéb követelések	627 916	1 732 969	176%	1 386 325	1 732 969	25%
17	7.	Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege	205 501	351 800	71%	303 747	351 800	16%
18	8.	Folyamatban lévő kivitelezések ráfordításainak és bevételeinek pozitív egyenlege						
19	IV.	Készletek	7 342	1 610	-78%		1 610	
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	7 342	1 610	-78%		1 610	
25	V.	Halasztott ráfordítások						
26	B	<b>Hosszú távú befektetések</b>	<b>1 570 162</b>	<b>117 516</b>	<b>-93%</b>	<b>237 515</b>	<b>117 516</b>	<b>-51%</b>
27	I.	Értékpapírbefektetések	1 565 348	99 625	-94%	219 624	99 625	-55%
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	417 301	99 625	-76%	219 624	99 625	-55%
32	II.	Befektetési alapokba történő befektetések						
33	III.	Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök	4 814	17 891	272%	17 891	17 891	
34	IV.	Hátrasorolt követelések						
35	V.	Tárgyi eszköz befektetések						
36	C	<b>Ingatlanok, ingók a termelésben</b>	<b>65 229</b>	<b>291 649</b>	<b>347%</b>	<b>302 778</b>	<b>291 649</b>	<b>-4%</b>
37	I.	Ingatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok	15 929	200 160	1157%	174 459	200 160	15%
38	II.	Gépek, berendezések, járművek	46 854	76 963	64%	86 705	76 963	-11%
39	III.	Nagyértékű szerszámok						
40	IV.	Lízingelt eszközök	2 446	4 985	104%	5 622	4 985	-11%
41	V.	Biológiai eszközök, természeti erőforrások						
42	VI.	Folyamatban lévő beruházások, felújítások		9 541		35 992	9 541	-73%
43	D	<b>Immateriális javak</b>	<b>3 432 123</b>	<b>5 844 186</b>	<b>70%</b>	<b>5 905 376</b>	<b>5 844 186</b>	<b>-1%</b>
44	I.	Kísérleti fejlesztés értéke						
45	II.	Vagyoni értékű és egyéb használati jogok (ingatlanhoz nem kapcsolódó jogok)	46 660	44 513	-5%	56 542	44 513	-21%
46	III.	Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek	1 094 083	1 073 011	-2%	1 122 172	1 073 011	-4%
47	IV.	Üzleti vagy cégérték	2 291 380	4 726 662	106%	4 726 662	4 726 662	
48		<b>Eszközök összesen</b>	<b>8 486 578</b>	<b>11 273 538</b>	<b>33%</b>	<b>10 384 963</b>	<b>11 273 538</b>	<b>9%</b>

1.1. A **Forgóeszközök** állománya az előző év azonos időszakához 47 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 27 százalékkal nőtt, melynek értékét több tényező az alábbiak szerint befolyásolta.

1.1.1. A Pénzeszközök állománya a fordulónapon mintegy 454 millió forintot tett ki, mely az előző év azonos időszakához képest 1972 százalékos, a bázis időszakhoz pedig 195 százalékos alapvetően az EMGEvent üzletágnak betudható növekedés.

1.1.2. A Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok értéke 46 százalékkal csökkent az előző év azonos időszakához képest a 2010 év végi részesedés értékelés során részesedésekre elszámolt értékvesztések, valamint a High-Tech Kft-ben meglévő részesedés 2010 decemberi értékesítése miatt.

1.1.3. A Követelések növekedése mintegy 51 százalékos az előző év azonos időszakához képest, míg 22 százalékos a bázis időszakhoz képest. Értékét több tényező az alábbiak szerint befolyásolta.

1.1.3.1. A Vevőkövetelések jelentős mértékben nőttek. Az előző év azonos időszakához képest 49 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 21 százalékkal, ami nagyrészt a konszolidációs körnek az EMGEvent üzletággal való bővülésére vezethető vissza.

1.1.3.2. A Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése 39 százalékkal csökkentek az előző év azonos időszakához képest, legnagyobb részben a 2010 augusztusában feltőkésített FM1 Zrt. által a tőkeforrásból időközben visszafizetett korábbi kötelezettségek miatt. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni kötelezettségei.

1.1.3.3. A Termékekre és szolgáltatásokra adott előlegek sor összege tárgy időszakban mintegy 152 millió forinttal nőtt a Sziget Kft. bevonása miatt.

1.1.3.4. Az Egyéb követelések az előző év azonos időszakához képest 176 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 25 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, az értékesített High-Tech Kft. vételára, továbbá az EMGEvent üzletág 2011Q3-ra elhatárolt költségei.

1.1.3.5. A Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege állománya az előző év azonos időszakához képest 71 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 16 százalékkal nőtt, ami a konszolidációba bevont társaságok elhatárolt veszteségeire jutó várhatóan megtérülő, nagyobb részt a korábbi évekből, kisebb részt az ideai első félévől származó társasági adót tartalmazza.

1.1.4. A Készletek állománya mintegy 6 millió forinttal csökkent az előző év azonos időszakához képest, míg a bázis időszakhoz képest mintegy 2 millió forinttal nőtt.

1.2. A **Hosszú távú befektetések** volumene az előző év azonos időszakához képest 93 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 51 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. 2010. novemberében a társaságban meglévő részesedésünk 51 százalékra nőtt, így 2010. december 31-én és 2011. június 30-án már teljes körűen bevont társaságként szerepel a konszolidációban. Az FM1 Zrt. 75%-a 2010. augusztus 19-én, a fennmarad 25%-a pedig a beszámolási időszakban 2011. április 15-én értékesítésre került, így az előző év azonos időszakában, valamint mind a bázis, mind a tárgy időszakban kikerült a teljes körűen bevont leányvállalatok közül. A társaság könyvi értéke az előző év azonos időszakában, valamint 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, valamint a beszámolási időszakban az FM1 Zrt-ben meglévő részesedésünk értékesítése okozták.

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

1.3. Az **Ingtatlanok, ingók a termelésben** volumene az előző év azonos időszakához képest 347 százalékkal, mintegy 226 millió forinttal nőtt, főképp a Sziget Kft-ben ezen a soron kimutatott eszközök értéke miatt, majd a bázis időszakhoz képest 4 százalékkal csökkent az elszámolt értékcsökkenések miatt.

1.4. Az **Immateriális javak** értéke az előző év azonos időszakához képest 70 százalékkal nőtt, míg a bázisidőszakhoz képest 1 százalékkal csökkent. Összességében Vagyoni értékű jogok és egyéb használati jogok, valamint a Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek értékének kismértékű csökkenése mellett, az Üzleti vagy cégérték jelentősen bővült az előző év azonos időszakához képest. A Vagyoni értékű és egyéb használati jogok sor az előző év azonos időszakához képest 5 százalékkal, a bázisidőszakhoz képest 21 százalékkal, míg a Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek az előző év azonos időszakához képest 2 százalékkal, a bázisidőszakhoz képest 4 százalékkal csökkent. Az Üzleti vagy cégérték sor 106 százalékkal növekedett az előző év azonos időszakához képest, túlnyomó részt 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	2010.06.30.	2011.06.30.	változás %	2010.12.31.	2011.06.30.	változás %
<b>49</b>	<b>E Rövid lejáratú kötelezettségek</b>	<b>2 974 025</b>	<b>4 603 661</b>	<b>55%</b>	<b>4 344 596</b>	<b>4 603 661</b>	<b>6%</b>
50	1. Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból	1 003 769	907 523	-10%	793 853	907 523	14%
51	2. Váltótartozások						
52	3. Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök	847 201	981 559	16%	818 893	981 559	20%
53	4. Kapott előlegek, előrefizetések	411 709	1 640 932	299%	8 590	1 640 932	19003%
54	5. Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei	314 375	221 630	-30%	538 057	221 630	-59%
55	6. Halasztott bevételek	75 913	89 794	18%	101 491	89 794	-12%
56	7. Halasztott adótartozások						
57	8. Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek	321 058	762 223	137%	2 083 712	762 223	-63%
<b>58</b>	<b>F Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek</b>	<b>176 604</b>	<b>31 758</b>	<b>-82%</b>	<b>31 758</b>	<b>31 758</b>	
59	1. Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök	18 953	18 953		18 953	18 953	
60	2. Tartozások kötvénykibocsátásból, átváltoztatható kötvények						
61	3. Lizingtartozások	168	3 191	1799%	3 191	3 191	
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%	9 614	9 614	
<b>66</b>	<b>G Saját tőke</b>	<b>5 335 949</b>	<b>6 638 119</b>	<b>24%</b>	<b>6 008 609</b>	<b>6 638 119</b>	<b>10%</b>
67	I. Jegyzett tőke	4 950 000	6 851 000	38%	5 851 000	6 851 000	17%
68	II. (-) Visszavásárolt részesedések könyv szerinti értéken						
69	III. A részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon	2 443 086	2 742 196	12%	2 542 196	2 742 196	8%
70	IV. Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény	-2 067 992	-3 019 632	-46%	-2 535 812	-3 019 632	-19%
71	V. Piaci értékelési különbözetek						
72	VI. Külső tulajdonosok részesedése	10 855	64 555	495%	151 225	64 555	-57%
<b>73</b>	<b>Források összesen</b>	<b>8 486 578</b>	<b>11 273 538</b>	<b>33%</b>	<b>10 384 963</b>	<b>11 273 538</b>	<b>9%</b>

2.1. A **Rövid lejáratú kötelezettségek** az előző év azonos időszakához 55 százalékkal, míg a bázisidőszakhoz képest 6 százalékkal nőttek, összetételük megváltozott.

2.1.1. A **Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból** állománya a konszolidációs kör bővülésének ellenére az előző év azonos időszakához képest 10 százalékkal csökkent, majd a bázisidőszakkal összevetve 14 százalékkal bővült.

2.1.2. A **Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök** értéke az előző év azonos időszakához képest 16 százalékkal, a bázisidőszakhoz képest 20 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 mindkét időszakhoz képest jelentős mértékben 299 illetve 19003 százalékkal nőtt, itt kerültek kimutatásra az EMGEvent üzletág 2011Q3-ra elhatárolt bevételei.

2.1.4. A **Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei** az előző év azonos időszakához képest mintegy 30 százalékkal, a bázisidőszakhoz képest pedig 59 százalékkal csökkentek a konszolidációs kör bővülésének ellenére. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni rövid lejáratú követelése.

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 az előző év azonos időszakához képest 137 százalékkal nőtt, ami az EMGEvent üzletág tevékenységének tudható be, míg 63 százalékkal csökkent a bázisidőszakhoz képest, ami a Társaság 2010. novemberében elhatározott alaptőke-emelés során a részvényjegyzők által befizetett 1,2 milliárd forintnak tudható be, mely az alaptőke-emelés 2011. januárjában történt cégbírósági bejegyzését követően a Jegyzett tőke és A részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon sorokra került átvezetésre.

2.2. A **Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek** állománya az előző év azonos időszakához képest 82 százalékkal, volumenében jelentős mértékben csökkent.

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 az előző év azonos időszakához képest mintegy 3 millió forinttal nőtt, ami új eszköz beszerzésnek tudható be.

2.2.3. A *Várható jövőbeni kötelezettségek* értéke 94 százalékkal csökkent az előző év azonos időszakához képest, 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** az előző év azonos időszakához képest 24 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 az előző 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 árszió a 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 előző év azonos időszakához képest 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	2010.06.30.	2011.06.30.	változás %
1	+	Értékesítés nettó árbevétele	1 608 796	1 187 210	-26%
2	+/-	Aktivált saját teljesítmények			
3	-	Anyagjellegű ráfordítások	1 615 819	1 158 962	-28%
4	-	Személyi jellegű ráfordítások	163 357	268 307	64%
5	-	Értékcsökkenési leírás	73 165	92 377	26%
6	=	<b>Üzleti tevékenység eredménye</b>	<b>-243 545</b>	<b>-332 436</b>	<b>-36%</b>
7	+	Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei	44 157	34 676	-21%
8	+	Egyéb bevételek és nyereségek	94 259	327 525	247%
9	-	Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei	174 614	146 018	-16%
10	-	Egyéb ráfordítások és veszteségek	215 174	534 073	148%
11	=	<b>Adózás előtti eredmény</b>	<b>-494 917</b>	<b>-650 326</b>	<b>-31%</b>
12	-	Jövedelemadó	-50 786	-46 556	8%
13	=	<b>Szokásos vállalkozási tevékenység eredménye</b>	<b>-444 131</b>	<b>-603 770</b>	<b>-36%</b>
14	+/-	Megszűnő tevékenység eredménye			
15	-	Jövedelemadó			
16	=	<b>Megszűnő tevékenység adózott eredménye</b>			
17	+/-	Számveteli politika változás kumulált hatása			
18	-	Jövedelemadó			
19	=	<b>A számveteli politika változásainak adózott eredménye</b>			
20	-	Külső tulajdonosokra jutó érdekeltség	-3 711	-86 670	-2235%
21	=	<b>Adózott vállalkozási eredmény</b>	<b>-440 420</b>	<b>-517 100</b>	<b>-17%</b>
22		<b>Egyszerű EPS korrekciók nélkül (Ft / db)</b>	<b>-8,8974</b>	<b>-75,4781</b>	<b>-748%</b>
23		- ebből: üzleti eredményre jutó:	-4,9201	-48,5237	-886%
24		- ebből: szokásos vállalkozási tevékenység eredményére jutó:	-8,9723	-88,1288	-882%
25		- ebből: megszűnő tevékenység eredményére jutó:			
26		- ebből: számveteli politika változásainak eredményére jutó:			

3.1. Az *Értékesítés nettó árbevétele* a tárgyidőszakban mintegy 1,187 milliárd forint volt, ami 26 százalékos, az EMG-nek a program guide és event tevékenységekre szűkülő fókuszából eredő csökkenést jelent a bázis időszakhoz képest. Az itt szereplő adat a konszolidációba teljes körűen bevont társaságok tevékenységéből a konszolidációs körön kívülről származó árbevételeket tartalmazza.

3.2. Az *Anyagjellegű ráfordítások* a média tevékenység említett beszűkülése miatt 28 százalékkal csökkentek, míg a *Személyi jellegű ráfordítások* 64 százalékkal, az *Értékcsökkenési leírás* pedig 26 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* 36 százalékkal csökkent. Ha a tárgyidőszak számait megtisztítjuk az EMGEvent üzletág számaitól – a bázis időszakkal való összehasonlíthatóság végett – akkor ugyanezen eredmény sor 22 százalékos növekedést mutat. 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 II.2. *Vállalati eredmények* című alfejezet 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 összehatása a tárgyidőszakban mintegy -318 millió forint, amely két eseti tételt is tartalmaz, a radiocafé Kft. értékesítésének mintegy -180 millió forintos, illetve a Társaság saját részvényeire vonatkozó határidős pozícióin elszenvedett mintegy -90 millió forintos hatását.

**Összességében Társaságunk 2011. év I. féléves IFRS szerint konszolidált, nem auditált adózott vállalkozási eredménye -517,100 millió forint volt, amiből -80,471 millió forintot az EMGEvent üzletágnak az ebben az időszakban értelemszerűen – hiszen ekkor a fesztiválszervezés körében többségükben csak költségek jelentkeznek – elszámolt költségei tettek ki. Ha a tárgyidőszak számaint megtisztítjuk az EMGEvent üzletág számaintól – a bázis időszakkal való összehasonlíthatóság végett – akkor az adózott vállalkozási eredmény sor 1 százalékos, mintegy 4 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 alkalmazottaival 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 menedzsmentje, 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 mértéket meghaladó módon támaszkodni. Az ilyen kijelentések ismert és nem ismert kockázatokat, bizonytalanságot 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 szerződésének 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, védjegyyaltalom alatt álló szöveges vagy képi megjelölések minden esetben a védjegyjogosult tulajdonát képezik. Azok bárminemű felhasználása kizárólag a vonatkozó védjegyjogosult engedélyével történhet.

A társaság eredeti 2011. évi I. féléves jelentése teljes terjedelmében megtekinthető 2011. augusztus 30-tól a társaság székhelyén (1036 Budapest, Lajos u. 74-76.) és honlapján, a [www.estmedia.hu](http://www.estmedia.hu) címen, a BÉT honlapján a [www.bet.hu](http://www.bet.hu) cím alatt, valamint a [www.kozzetetelek.hu](http://www.kozzetetelek.hu) oldalon. A társaság jelen dokumentumban foglalt, a PSZÁF PJ-III-7/2012. számú határozata szerint javított 2011. évi I. féléves jelentése teljes terjedelmében megtekinthető az előzőekben írt helyeken 2012. február 7-től.

Csatornák beállítása

KORÁBBI MŰSOROK

AKTUÁLIS MŰSOROK

augusztus 30., kedd

12 óra	12:00	Dél harangszó	12:00	Dél harangszó	12:00	RTL híradó Déli kiadás
--------	-------	---------------	-------	---------------	-------	------------------------

2011. augusztus 30. kedd, 13:16 - Tőzsdezáras 3 óra

BUX 18 465,73 +149,9 +0,82%

SAMSUNG Star II 21 990 FT

ÚJ DJUICE KÁRTYÁS CSOMAGBAN

Értékpapír kereső  Hírkere

Azonnali Határidős

RÉSZVÉNY	KÖTVÉNY	BEFEKTETÉSI JEGY	TICKER	IDŐ	UTOLSÓ	MIN.	MAX.	NYITÓ	ELŐZŐ ZÁRÓ	UTOLSÓ MENNY.(DB)	NAPI ÖSSZ.(DB)	FORGALOM (MFT)	ÁTLAG	VÁLT
			BUX	13:01	18 465,73	18 349,24	18 561,14	18 525,09	18 315,83					+149
			BUMIX	13:01	1 502,17	1 497,34	1 512,53	1 508,12	1 501,12					+1,0
			ANY	12:14	747	718	747	735	740	217	1 847	1	723	
			APPENINN	12:11	439	429	444	429	437	17	25 583	11	437	
			BIOMED	10:37	3 950	3 800	4 001	3 800	4 130	10	30	0	3 937	
			CIGPANNONIA	12:47	707	707	725	725	725	39	5 837	4	716	
			CSEPEL	10:23	498	441	498	455	490	10	180	0	461	
			EGIS	12:59	15 790	15 645	15 825	15 675	15 500	15	1 984	31	15 747	

## fesztiváljegy.hu

Jegyrendelés házzozzállítással

### Óbudai-sziget 2011. augusztus 10-15.

Programok **Jegy** Info Sajtó Galéria Támogatók keresés

Programok

Pop-Rock Nagyszínpad

Pesti Est Világzenei Nagyszínpad

A38-WAN2 Színpad

Rock-Metal Nagyszínpad

Programhelyszínek listája

- Ability Park
- Agora
- Blues Kocsmá
- Cirkusz Galéria
- Cirkusz Porond
- Civil Sziget
- Cökxpon Ambient Sátorkert
- European Meeting Point
- Európa Színpad
- Ortopus Összművészeti Helyszí

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.-2011.06.30.	
Befektetői kapcsolattartó:	Leskó Nóra	E-mail: lesko.nora@emgmedia.hu

### Pénzügyi kimutatásokhoz kapcsolódó adatlapok

#### PK2. Konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaságok

Név	Törzs/Alaptőke	Tulajdoni hányad (%)	Szavazati jog <sup>1</sup>	Besorolás <sup>2</sup>
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. <sup>3</sup>	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

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

<sup>2</sup> Teljes (L); Közös vezetésű (K); Társult (T)

<sup>3</sup> A 2011.07.14-én elhatározott változásoknak megfelelően.

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

	1	2010Q2	2011Q1 <sup>2</sup>	2011Q2 <sup>2</sup>	Q/Q	Y/Y
BetaGrid Kft.	L	122 104	-133 013	-139 192	-4,65%	-213,99%
econet Invest Kft.	L	784 885	767 479	774 204	0,88%	-1,36%
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	L	519 089	350 299	351 564	0,36%	-32,27%
EMG Média csoport Kft.	L	1 756 107	1 541 291	1 259 184	-18,30%	-28,30%
ESTÉRT Kft.	L	-174 250	-204 217	-212 043	-3,83%	-21,69%
EST MEDIA Nyrt.	L	6 223 789	7 605 468	7 553 405	-0,68%	21,36%
Fénypont Kft.	L	71 871	67 540	66 022	-2,25%	-8,14%
GridTech Kft.	L	107 134	-148 489	-154 860	-4,29%	-244,55%
GridLogic Kft.	L	983 670	294 891	295 115	0,08%	-70,00%
Magyar Vendor Kft.	L	66 567	-64 512	-81 059	-25,65%	-221,77%
O-ZONE International Kft.	L	50 829	23 322	18 219	-21,88%	-64,16%
Pesti EST Kft.	L	189 639	99 269	124 236	25,15%	-34,49%
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft.	L	n/a	1 720 179	1 704 323	-0,92%	n/a
Volt Event Kft.	L	n/a	8 961	8 539	-4,71%	n/a

<sup>1</sup> Teljes (L); Közös vezetésű (K); Társult (T)

<sup>2</sup> 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	2010.06.30	2011.06.30	változás %	2010.12.31	2011.06.30	változás %
1	A	<b>BEFEKTETETT ESZKÖZÖK</b>	<b>5 898 821</b>	<b>5 206 181</b>	<b>-12%</b>	<b>5 215 174</b>	<b>5 206 181</b>	<b>0%</b>
2	I.	IMMATERIÁLIS JAVAK	107 326	91 287	-15%	99 240	91 287	-8%
10	II.	TÁRGYI ESZKÖZÖK	15 475	17 897	16%	18 937	17 897	-5%
18	III.	BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK	5 776 020	5 096 997	-12%	5 096 997	5 096 997	0%
27	B	<b>FORGÓESZKÖZÖK</b>	<b>1 364 287</b>	<b>3 253 669</b>	<b>138%</b>	<b>3 488 926</b>	<b>3 253 669</b>	<b>-7%</b>
28	I.	KÉSZLETEK						
35	II.	KÖVETELÉSEK	872 567	2 984 462	242%	3 213 264	2 984 462	-7%
43	III.	ÉRTÉKPAPÍROK	479 070	268 844	-44%	269 249	268 844	0%
49	IV.	PÉNZESZKÖZÖK	12 650	363	-97%	6 413	363	-94%
52	C	<b>AKTÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK</b>	<b>67 341</b>	<b>121 872</b>	<b>81%</b>	<b>49 394</b>	<b>121 872</b>	<b>147%</b>
56		<b>ESZKÖZÖK ÖSSZESEN:</b>	<b>7 330 449</b>	<b>8 581 722</b>	<b>17%</b>	<b>8 753 494</b>	<b>8 581 722</b>	<b>-2%</b>
EST MEDIA Nyrt.								
MÉRLEG 'A' változat FORRÁSOK								
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.06.30	2011.06.30	változás %	2010.12.31	2011.06.30	változás %
57	D	<b>SAJÁT TŐKE</b>	<b>6 223 789</b>	<b>7 553 405</b>	<b>21%</b>	<b>6 431 162</b>	<b>7 553 405</b>	<b>17%</b>
58	1.	JEGYZETT TŐKE	4 950 000	6 851 000	38%	5 851 000	6 851 000	17%
61	2.	TŐKETARTALÉK	2 443 086	2 742 196	12%	2 542 196	2 742 196	8%
62	3.	EREDMÉNYTARTALÉK	-1 082 000	-1 962 034	-81%	-1 082 000	-1 962 034	-81%
67	4.	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-87 297	-77 757	11%	-880 034	-77 757	91%
68	E	<b>CÉLTARTALÉKOK</b>						
72	F	<b>KÖTELEZETTSÉGEK</b>	<b>954 814</b>	<b>909 594</b>	<b>-5%</b>	<b>2 214 406</b>	<b>909 594</b>	<b>-59%</b>
		HATRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK						
77	8.	HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	168	3 191	1799%	3 191	3 191	0%
86	F	RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	954 646	906 403	-5%	2 211 215	906 403	-59%
98	G	<b>PASSZÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK</b>	<b>151 846</b>	<b>118 723</b>	<b>-22%</b>	<b>107 926</b>	<b>118 723</b>	<b>10%</b>
102		<b>FORRÁSOK ÖSSZESEN:</b>	<b>7 330 449</b>	<b>8 581 722</b>	<b>17%</b>	<b>8 753 494</b>	<b>8 581 722</b>	<b>-2%</b>

**PK3. Mérleg (konszolidált)**

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

Auditált*	Igen <input type="checkbox"/>	Nem <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			

	2010.06.30	2011.06.30	változás %	2010.12.31	2011.06.30	változás %
Befektetett eszközök	5 067 514	6 253 351	23%	6 445 669	6 253 351	-3%
Immateriális javak	3 432 123	5 844 186	70%	5 905 376	5 844 186	-1%
Tárgyi eszközök	65 229	291 649	347%	302 778	291 649	-4%
Befektetett pénzügyi eszközök	1 570 162	117 516	-93%	237 515	117 516	-51%
Forgóeszközök	3 419 064	5 020 187	47%	3 939 294	5 020 187	27%
Készletek	7 342	1 610	-78%		1 610	
<b>Eszközök összesen</b>	<b>8 486 578</b>	<b>11 273 538</b>	<b>33%</b>	<b>10 384 963</b>	<b>11 273 538</b>	<b>9%</b>
Saját tőke	5 335 949	6 638 119	24%	6 008 609	6 638 119	10%
Jegyzett tőke	4 950 000	6 851 000	38%	5 851 000	6 851 000	17%
Hosszú lejáratú kötelezettségek	176 604	31 758	-82%	31 758	31 758	0%
Rövid lejáratú kötelezettségek	2 974 025	4 603 661	55%	4 344 596	4 603 661	6%
<b>Források összesen</b>	<b>8 486 578</b>	<b>11 273 538</b>	<b>33%</b>	<b>10 384 963</b>	<b>11 273 538</b>	<b>9%</b>

**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			

EST MEDIA Nyrt.					
EREDMÉNYKIMUTATÁS ÖSSZKÖLTSÉG 'A'					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.06.30	2011.06.30	változás %
3	I.	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	75 334	11 433	-85%
6	II.	AKTIVÁLT SAJÁT TELJESÍTMÉNYEK ÉRTÉKE			
7	III.	EGYÉB BEVÉTELEK	52 777	44 791	-15%
14	IV.	ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	105 398	29 200	-72%
18	V.	SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	9 794	4 074	-58%
19	VI.	ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS	8 679	9 205	6%
20	VII.	EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	21 704	44 650	106%
22	A.	ÜZEMI TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE	-17 464	-30 905	-77%
33	VIII.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK BEVÉTELEI	45 678	75 777	66%
41	IX.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK RÁFORDÍTÁSAI	118 190	125 307	6%
42	B	PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE	-72 512	-49 530	32%
43	C	SZOKÁSOS VÁLLALKOZÁSI EREDMÉNY	-89 976	-80 435	11%
44	X.	RENDKÍVÜLI BEVÉTELEK	2 679	2 678	0%
45	XI.	RENDKÍVÜLI RÁFORDÍTÁSOK			
46	D	RENDKÍVÜLI EREDMÉNY	2 679	2 678	0%
47	E	ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	-87 297	-77 757	11%
49	F	ADÓZOTT EREDMÉNY	-87 297	-77 757	11%
52	G	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-87 297	-77 757	11%

**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	1 608 796	1 187 210
Üzleti eredmény (EBIT)	-243 545	-332 436
Pénzügyi tevékenység nettó eredménye	-130 457	-111 342
Adózás előtti eredmény	-494 917	-650 326
Adózott eredmény	-440 420	-517 100

**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. június 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 (2011.06.30.)			Tárgyév elején (2011.01.01.)			Időszak végén (2011.06.30.)		
	% <sup>1</sup>	% <sup>2</sup>	Db	% <sup>1</sup>	% <sup>2</sup>	Db	% <sup>1</sup>	% <sup>2</sup>	Db	% <sup>1</sup>	% <sup>2</sup>	Db
Belföldi intézményi/ társaság	51,12	51,12	29905713	27,69	27,69	1896760	51,12	51,12	29905713	27,69	27,69	1896760
Külföldi intézményi/ társaság	4,83	4,83	2828047	1,93	1,93	132084	4,83	4,83	2828047	1,93	1,93	132084
Belföldi magánszemély	42,20	42,20	24685799	69,32	69,32	4749110	42,20	42,20	24685799	69,32	69,32	4749110
Külföldi magánszemély	0,26	0,26	156512	0,61	0,61	41850	0,26	0,26	156512	0,61	0,61	41850
Munkavállalók, vezető tisztviselők <sup>3</sup>	1,59	1,59	933929	0,45	0,45	31196	1,59	1,59	933929	0,45	0,45	31196
Saját tulajdon												
Államháztartás részét képező Tulajdonos <sup>4</sup>												
Nemzetközi Fejlesztési Intézmények <sup>5</sup>												
Egyéb												
<b>ÖSSZESEN</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>58510000</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>6851000</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>58510000</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>6851000</b>

<sup>1</sup> Tulajdoni hányad.

<sup>2</sup> 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.

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

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

<sup>5</sup> Pl.: EBRD, EIB, stb.

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 (június 30.)		Résztesedés	
	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)
Társasági szinten	0 <sup>1</sup>	0 <sup>1</sup>		
Leányvállalatok <sup>2</sup>	0	0		
Összesen	0	0		

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Konszolidációba bevont társaságok.

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

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

<sup>1</sup> Két tizedes jegyre kerekítve kell megadni.

<sup>2</sup> A Kibocsátó közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog.

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

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

Jelleg <sup>1</sup>	Név	Beosztás	Megbízás kezdete	Megbízás vége/megszűnése	Saját részvény tulajdon (db)
IT	Dr. Balázs Csaba	IT elnök <sup>2</sup>	2010.08.02	2015.08.01	0 <sup>3</sup>
IT	Bencze György	-	2010.08.02	2015.08.01	<b>591</b>
IT	Dr. Rosner Gábor	IT alelnök <sup>2</sup>	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:					<b>591</b>

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

<sup>2</sup> Megválasztva az Igazgatóság 2010. augusztus 5-i ülésén

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

## Az EST MEDIA Nyrt. 2011. I. félévének főbb eseményei:

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 tőzsrészevényeinek 1.000,-Ft névértékű dematerializált tőzsrészevényekké 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 cégbírósi 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 névváltozásának cégbírósi 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 cégbíróági 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.mellékelete
2011.02.18	BÉT/econet honlap	Összevont tájékoztató
2011.02.18	BÉT/econet honlap	Hirdetmény tőkeemelés során kibocsátott törzsrészvényeknek 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 részvényekhez 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 részvényekről
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 cégbíróági bejegyzéséről
2011.01.03	BÉT/econet honlap	Tájékoztató leányvállalat cégbíróági bejegyzéséről

Budapest, 2012. február 7.\*



dr. Balázs Csaba  
EST MEDIA Nyrt.

\* A teljesség kedvéért kiemeljük, hogy a fentiekben közzétett, javított 2011. féléves jelentéshez képest a 2011. november 18-án közzétett, 2011. harmadik negyedéves gyorsjelentésünk értelemszerűen frissebb (2011. szeptember 30-i) adatokat tartalmaz.