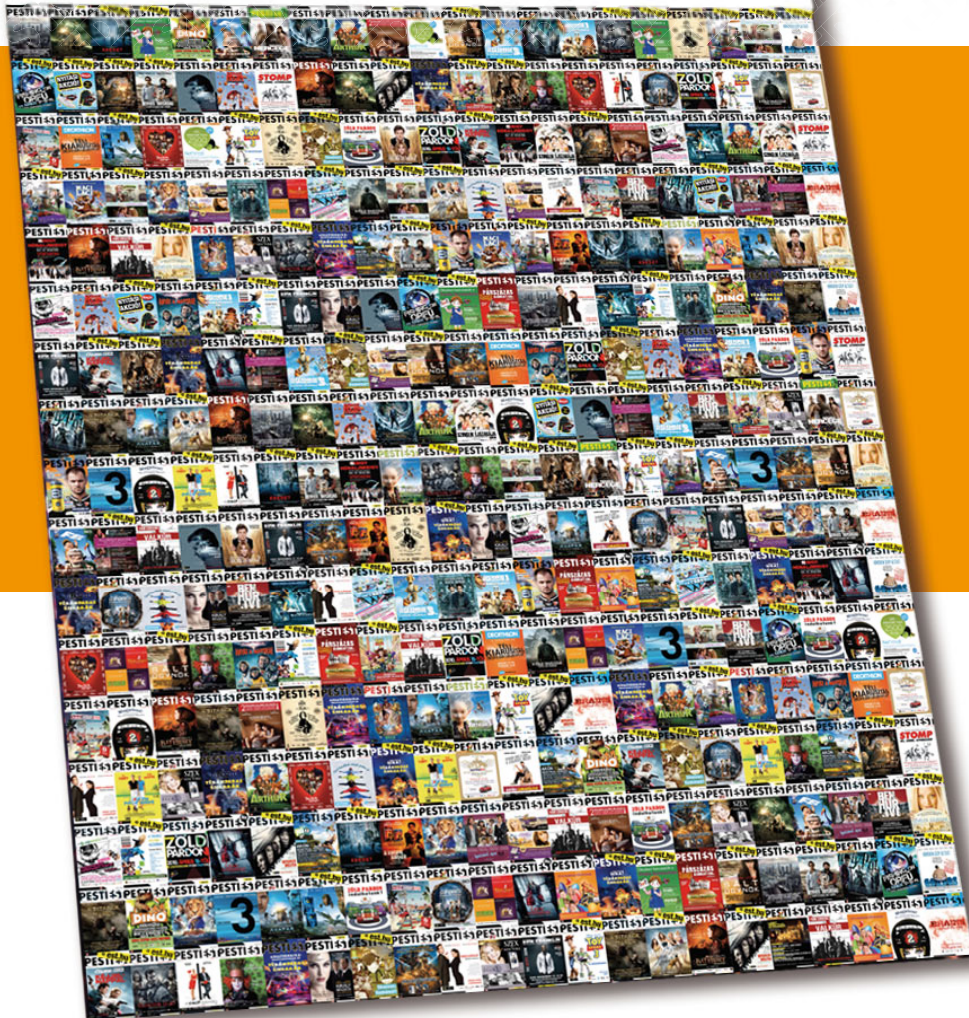


# EST MEDIA

| 2011. május 19. |



az EST MEDIA Vagyonkezelő Nyrt.

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

2011. május 19.

EST MEDIA

PESTI ÉS

EST APOK

SZIGET

Dobos  
Gazdasági

est.hu

Sziget.hu

emg

EXIT

TimeOut  
Budapest

Telekom  
Gyerek  
Sziget

Heineken  
BALATON  
SOUND

VOLT  
FESTIVÁL

freeblog

ECO·HU

## 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
  - 15 | II.3. Konszolidált adatok
- 16 | III. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei
  - 17 | III.1. Részvény adatok
- 18 | IV. Médiapiaci környezet
- 20 | V. Event üzletág
  - 20 | V.1. A Sziget-akvizíció
  - 21 | V.2. A Sziget-akvizíció jelentősége
  - 22 | V.3. Fesztiválok
- 24 | VI. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai
- 26 | VII. A Társaság rövid- és középtávú feladatai
- 28 | VIII. A Társaság főbb célkitűzései

2

## A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA

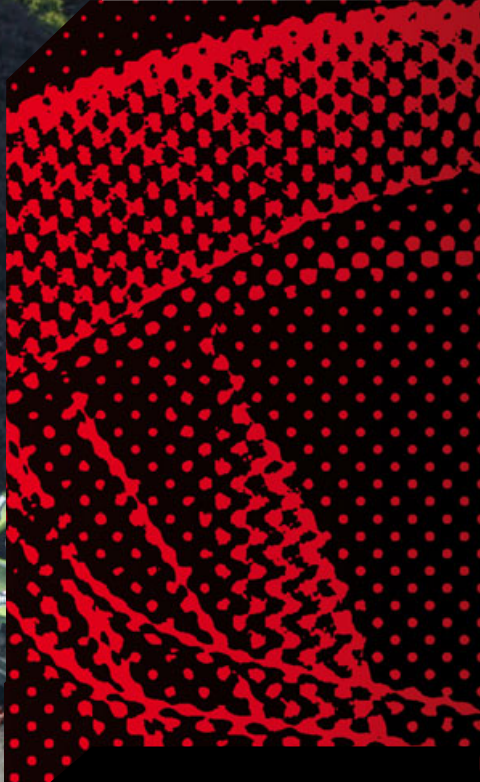
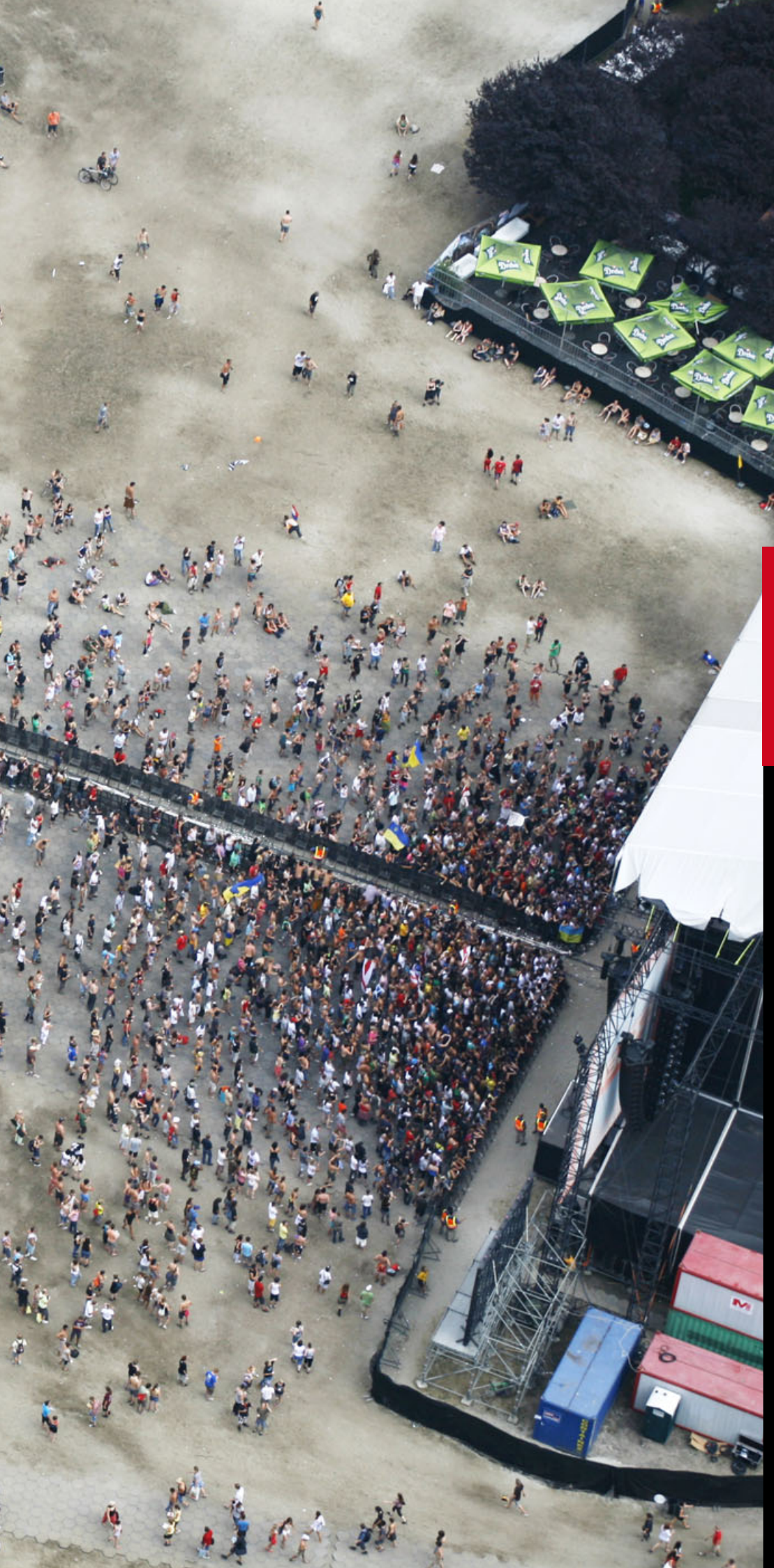
29

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

## ADATLAPOK

37





# 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 médiatevékenységeink, 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.

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 a cégcsoport Event üzletág nélküli része is a reorganizációs költségek kiszűrésével már üzemi szintű eredmény termelésére legyen képes.

A 2011. év I. negyedévében került sor először a Sziget Kft. és fesztiváljai (EMGEvent 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 csak minimális része, míg az általános működési költségek időarányos része jelentkezett.

- 2011. I. negyedévében a Társaság konszolidált árbevétele csaknem 550 millió forint volt.
- A cégcsoport üzemi eredménye, EBITDA-ja és adózott vállalkozási eredménye 67-78 millió forint közötti mértékben maradt el a bázisidőszaktól, amit a bázisidőszakban nem szereplő EMGEvent üzletág első negyedéves értelemszerű – hiszen ekkor a fesztiválszervezés körében szinte kizárólagosan csak költségek jelentkeznek – negatív teljesítménye okozott.
- Az EMGEvent adatait kiszűrve 2010Q1-ről 2011Q1-re az üzemi eredmény és EBITDA sorok csaknem 40-40 millió forinttal, 22, illetve 28 százalékkal, míg az adózott eredmény sor 4 millió forinttal, 3 százalékkal javult.

1/A. Ábra: A 2010Q1 és 2011Q1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb eredményadatainak, illetve a 2011Q1IFRS szerint konszolidált, nem auditált, az EMGEvent üzletág számaiktól megtisztított adatainak az összehasonlítása

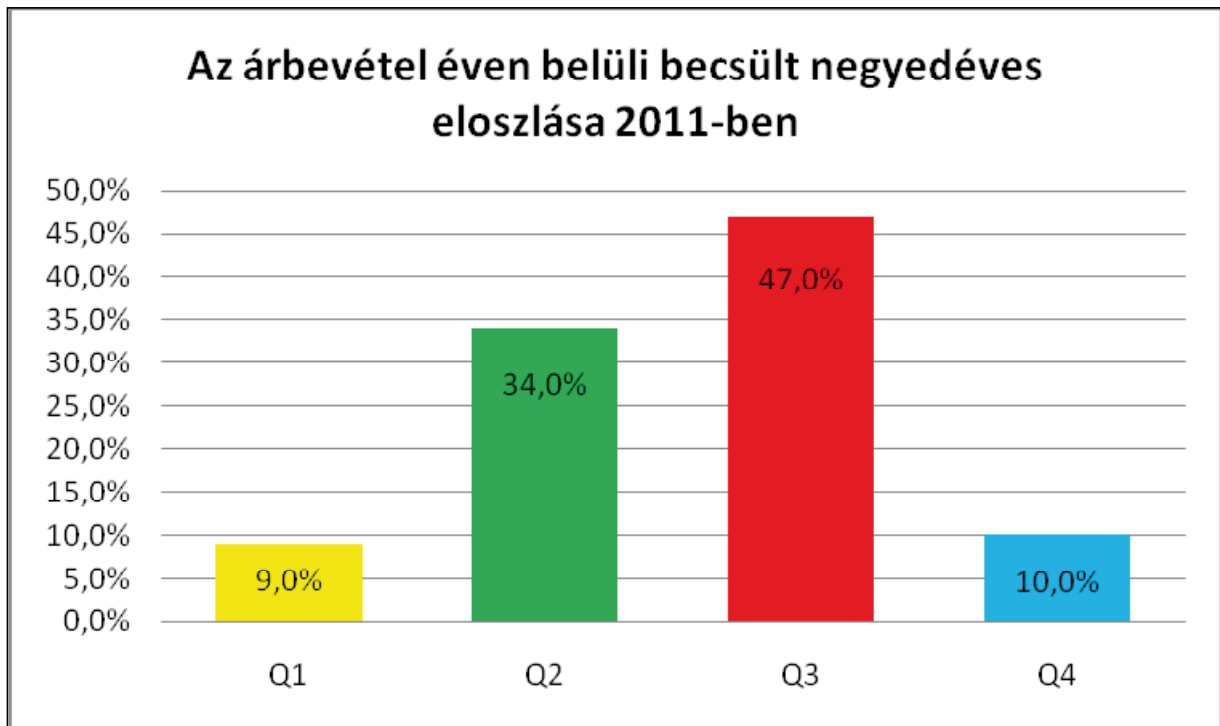
Megnevezés / E Ft	2010Q1	2011Q1	Változás (%)	2011Q1*	Változás (%)**
Árbevétel	702 002	549 249	-22	530 517	-24
Üzemi eredmény	-175 122	-252 860	-44	-136 264	22
Értékcsökkenés	35 154	45 456	29	35 438	1
EBITDA	-139 968	-207 404	-48	-100 826	28
Adózott vállalkozási eredmény	-156 993	-223 856	-43	-153 036	3

\* Sziget Kft. eredményétől megtisztított tárgyidőszaki adatok

\*\* Sziget Kft. 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 EMGEvent üzletág árbevételi számai teljesen más dinamikát mutatnak, legnagyobb részben a mindenkori Q2-Q3-ban – a fesztivál szezonban, illetve a megelőző időszakban – jelentkezik az árbevétel. 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.

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. negyedéről:

„Az EST MEDIA Nyrt.-nek a 2011. év első negyedévének végére – 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 aktív reorganizációs lépéseket tervezünk és hajtunk végre, 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 és finanszírozható szervezetet állítsunk fel. A termékstruktúra átalakítása során kiemelten fontos lesz az Event üzletágunkkal (Sziget Fesztivál, VOLT Fesztivál, Balaton Sound) való szakmai együttműködés, illetve az annak fejlesztésében való részvétel, így nem merül fel, hogy a Sziget Kft-ben meglévő részesedésünktől megváljunk.”





## üzleti jelentés

6



- 7 | I. Bevezetés
- 9 | II. Vállalati események és eredmények, konszolidált eredmények
- 9 | II.1. Vállalati események
- 13 | II.2. Vállalati eredmények
- 15 | II.3. Konszolidált adatok
- 16 | III. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei
- 17 | III.1. Részvény adatok
- 18 | IV. Médiapiaci környezet
- 20 | V. Event üzletág
- 20 | V.1. A Sziget-akvizíció
- 21 | V.2. A Sziget-akvizíció jelentősége
- 22 | V.3. Fesztiválok
- 24 | VI. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai
- 26 | 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 látuk a növekedés és az eredményes működés zálogát. 2011 első negyedévének végére azonban világossá vált, hogy – nem kis részben a világgazdasági válság és annak a magyar reklámpiacra gyakorolt elhúzódnó negatív hatása miatt – a csökkenő eredménytermelő képességű vagy veszteségbe forduló hagyományos média tevékenységeink, az új piaci területekre való belépés költségei és kezdeti veszteségei, valamint az akvizíciós növekedés együtt és egyszerre nem finanszírozható. Ennek megfelelően szükségessé vált a cégcsoport új szervező elv mentén történő reorganizációja, amely a rövid távú üzemi eredményesség elérését és növelését helyezi előtérbe a hosszú távú perspektívában értelmezhető, szélesebb alapokon nyugvó, de rövidebb távon ráfordításokkal járó sokelemű portfólió üzemeltetésével szemben. A reorganizációt – amelynek körében a 2011. április 29-i közgyűlés az igazgatóságot intézkedési terv elkészítésére is kötelezte – a 2011Q2-Q3 időszakban kívánjuk végrehajtani.

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 és a legtöbb terméket egységes portfólióban értékesítve széles körű eszközrendszerrel állíthatunk hirdetőink szolgálatába, amivel a kevesebb médiatermékkel vagy kevésbé összetett portfólióval rendelkező versenytársainknál jobb értékarányú megoldásokat kínálhatunk.

## Az értékesítés új piaci szegmensekre történő kiterjesztése

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

A működés hatékonyságának növelése

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

Új irányok keresése a hosszú távú növekedés és értékteremtés érdekében

Ugyan elsődlegesen a rövid távú teljesítmény javítására összpontosítjuk erőfeszítéseinket, de azt is fontosnak tartjuk, hogy a hosszabb távú növekedési lehetőségeket is kihasználjuk. A legutóbbi időszak legjobb példája erre a Sziget-akvizíció, amelynek rövid távú hatásai az árbevétel növekedésében és az üzemi szintű eredményesség javulásában már 2010-ben mérhetőek voltak, míg a hosszabb távú, új földrajzi piacokra is kiterjedő növekedési potenciál még kiaknázásra vár.

**ILYESMI LENNE**

A **Dreher** ÉS A **vodafone** BEMUTATJA

**SZIGET**

AUGUSZTUS 10-15. \* **BUDAPEST**

**DÖGÖS LINE UP**

AMY WINEHOUSE \* PULP \* InterPool \* JUDAS PRIEST  
 THE CHEMICAL BROTHERS \* KASABIAN \* Dizzee Rascal \* MOTORHEAD  
 RISE AGAINST \* LOSTPROPHETS \* Marina And the Diamonds \* GOTAN PROJECT  
 SMASH MOUTH \* DEFTONES \* KID CUDI \* GIGAL BORDELLO  
 THE NATIONAL \* SKUNK ANANSIE \* CRYSTAL CASTLES \* FLOGGING MOLLY  
 HADOUKON! \* WITHIN TEMPTATION  
 THE BLOODY BEETROOTS \* AFROCUBISM  
 Good Charlotte \* Peter, Bjorn & John  
 The Maccabees \* SONATA ARCTICA  
 OJOS DE BRUJO \* DEBOUT SUR LE ZINC  
 Les Hurlements d'ao \* Söhne Mannheims \* So called  
 Choc Quib Town \* TRIGGERFINGER  
 CHEIKH LÔ \* VERDENA \* Rotfront

**IDE VALAMI VICCES**

**PÉLDÁUL EGY HÖRCSÖG**

**HELLO CSAJOK!**

**FŐ INFÓK**  
**DIÁK! KEDVEZMÉNY!!!**  
**WWW.SZIGET.MEEX.HU**  
**WWW.SZIGET.HU/FESTIVAL**  
**WWW.FACEBOOK.COM/SZIGETFESTIVAL**

**EZT NAGYBAN! EZ FONTOS!!!**  
**1. KEDVEZMÉNYES HETIJEGYEK**  
**ÁPRILIS 30-IG KAPHATÓK!**  
 2. ÁPRILIS 30-IG: hazamenős 38.000 Ft/ottalvós 46.000 Ft  
 MÁJUS 1-TŐL: hazamenős 46.000 Ft/ottalvós 54.000 Ft

**COKE** **K&H** **burn** **ENERGY DRINK** **NESCAFÉ** **3** **RÁDIÓ 1** **FOX** **AUTORENT** **PORT.HU**  
**CKM** **BANK-GARANT** **PESTI-É1** **EST** **radiocafé 98.8**

## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

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 túlnyomó részét.

### 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 napjái a portfóliójában jelentős változások álltak be. Ennek megfelelően a portfólió jelenleg négy szervesen összetartozó – EMGPrint, EMGIndoor, EMGOnline, EMGMusic – és egy függetlenül működő EMGEvent üzletágra tagolódik (a Facebook nincsen tulajdonosi és üzemeltetési hatókörünkben, kizárólag a magyar reklámfelületeik értékesítésében vehetünk részt). Tekintettel a szükségessé vált reorganizációra, az üzletágak tekintetében a 2011. év további jelentős változásokat hozhat.



A reklámpiaci tendenciák negatív hatásai 2011. I. negyedévében is érezhetőek voltak, a rendszerváltozás óta nem tapasztalt visszaesés továbbra is nehéz helyzetbe hozza a magyarországi médiavállalkozásokat. A hirdetői bizonytalanság, a piac erősen kínálati jellegűvé váló átalakulása 2011-ben is érzékelhető, nem csak az EMG portfóliójában, hanem a teljes magyar médiapiacban. Az elmúlt hónapok makrogazdasági szabályozási eseményei (pl. különadók bevezetése) esetlegesen a reklámbüdzsék további átmeneti 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-ra halasztásra került. Időközben, 2011. április 7-én a Sziget Kft. megállapodást kötött Budapest Főváros IV. kerület Újpest Önkormányzatával. A megállapodás véglegesen lezárja az Önkormányzat és a Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft. 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 tavalyi fesztiválszezon fizető rendezvényein (StarGarden Fesztivál, VOLT Fesztivál, Heineken Balaton Sound, Sziget Fesztivál és kísérőrendezvényei, Fél-sziget Fesztivál) majd 700 ezer látogató vett részt és összességükben pozitív eredményt hoztak.

Az üzleti modell szélsőséges üzleti és gazdasági környezetben való működőképessége biztató képet mutat a (normalizálódó) jövőre nézve. 2013-ra, a Sziget Kft. akvizíció zárásának évére megalapozott célkitűzés lehet a 800 millió forint körüli EBITDA elérése. Ekkorra az EST MEDIA Nyrt. és részvényesei a Sziget Kft. 75 százalékát birtokolhatják majd, összesen legfeljebb mintegy 5 milliárd forintnyi mindenkor teljesítményfüggő vételár (melyből 2,55 milliárd forint már kifizetésre került) ellenében, melyet csökkenthet majd a Sziget Kft.-től évente kapott osztalék összege. Így a magyarországi piacvezető fesztiválszervező cég felvásárlása - a kapott osztalékok mértékétől függően - 6,5-7,5-szeres EBITDA szorzón történik majd.

A modell működőképességét mutató további pozitív fejlemény, hogy a 2010-es Sziget Fesztiválnak a Vodafone Magyarország Zrt. személyében a Dreher mellett újabb főszponzora is volt. A Vodafone támogatási döntésében jelentős szerepet játszott, hogy a Sziget egyike a – külföldön is – legismertebb magyar márkáknak, a Sziget Fesztivál pedig mára igazi „hungarikummá” vált. Fontos tényező volt ezen túl az is, hogy a Fesztiválon többszázezer, az újdonságok iránt fogékony látogató szólítható meg. Az említett két főszponzor 2011-ben is fenntartja támogatói jelenlétét.

Az üzleti modellt erősíti továbbá az is, hogy a Sziget Kft. nem csak évről-évre megrendezi a megszokott rendezvényeit, hanem a magyar fesztiválpiacon fejlesztésében is élen jár. A cég 2010-ben két jelentős újítással is jelentkezett: a Sziget Fesztiválon mobiltelefonos percalapú jeggyel, illetve a készpénzmentes és gyorsabb fizetést lehetővé tévő Balaton Sound és Sziget-kártyával.

A Sziget Kft. több évi keresés után talált egy új, tengerparti rendezvényre alkalmas helyszínt. Ezzel megnyílnak a lehetőségek, hogy a marosvásárhelyi Fél-sziget Fesztivál után egy újabb külföldi rendezvény kerüljön lebonyolításra, amelyre a tervek szerint a horvát tengerparton, az isztriai félszigeten kerülhetne sor. Amennyiben a rendezvény megvalósításának jogi és üzleti feltételei előállnak, 2012-ben megrendezésre is kerülhet. A tervezett rendezvény részben a helyi, részben a régiós (olasz, szlovén, osztrák) közönséget, részben az ott nyaraló turistákat célozná meg programkínálatával.

Egy 2010. decemberi megállapodás szerint 2011-től a Sziget Kft. fogja megrendezni a Budai Gourmet elnevezésű, hat éves múltú visszatekintő gasztró-kulturális eseménysorozatot. Ezzel a lépéssel az Event Üzletág tovább növekszik. A lényegességi küszöb alatti költséggel járó átvétellel egyfelől bővíti a hazai portfólióját, másfelől magát a rendezvényt is jelentős mértékben tovább kívánja fejleszteni. Ennek keretében az esemény 2011-től a korábbi értékeit megtartva, de a meglévő gasztrónómiai rendezvénypalettától jelentősen eltérő koncepció szerint kerül megszervezésre. A Sziget Kft. az eddigi résztvevők körét és a tematikát jelentősen kibővítve, minél teljesebb képet kíván adni a minőségi gasztrónómia világáról, egyrészt bemutatva az alapanyagoktól, a termelőkön át, a kereskedőig a háttérpiac szereplőit és kínálatát, másrészt a legjobb éttermektől, a legjobb borászatokig vagy pálinkafőzdekéig felvonultatja majd a hazai gasztró élvonal már bizonyított reprezentánsait.

2011-ben megújul a 19. alkalommal – és immár 100 százalékban az EST MEDIA fesztivál-portfólió részeként – megrendezésre kerülő soproni VOLT Fesztivál. A megújulás egyfelől arculati, a korábbinál nagyobb hangsúlyt fektetnek majd ezután 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 klaszikusait vegyesen kívánja felvonultatni, mégpedig tömegesen (idén egyebek mellett fellép majd a Thirty Seconds to Mars, Moby és a House of Pain). Ezzel összefüggésben a rendezvény lebonyolítása is változik, az eddigi legnagyobb programhelyszín, a Nagyszínpad mellett még egy nagy kapacitású színpad fogja kiszolgálni a remélhetően növekvő számú közönséget.

## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

Egy 2011. márciusi megállapodás alapján főtámogató jelenik 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 segíti a VOLT Fesztivál sikeres megrendezését. Az EST MEDIA cégcsoport Event üzletágának többi nagy rendezvényén (Sziget Fesztivál, Heineken Balaton Sound) a korábbi években is jelen voltak főtámogatói szintű szponzorok. A főtámogatói szintnek a teljes hazai fesztivál-portfólióinkban való betöltése is mutatja, hogy az átalakuló zenei piac fesztivál-szegmensének piacvezető hazai szereplőjeként – a fizetős hazai rendezvényeinken csaknem 600 ezer látogató koncentrált elérését nyújtva – egyre hatékonyabban tudjuk kiszolgálni retail-orientált szponzorainkat és hirdetőinket, ezzel is elősegítve a cégcsoport eredménytermelő képességét.

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



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 reorganizáció során az Indoor üzletág további racionalizálása, teljes átszervezése vagy akár a területről való teljes kivonulás is felmerülhet.



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 közismert West Balkán tragédia miatt – tevékenysége kissé visszaesett. Ugyanakkor mára a márka ismertté vált a klubéletben, így joggal bízhatunk abban, hogy a tragikus baleset okozta visszafogott koncertszervezői és szórakozóhelyi aktivitás elmúltával, ismét sikeresen folytatódhat majd a tevékenysége. Jelentőségénél fogva ugyanakkor nem valószínű, hogy a reorganizációt követően önálló üzletág keretei között működjön.

Az eMusic Kft., amely az EST MEDIA Nyrt. Média Üzletágán belül üzemel, jogvédett zene- és mozgóképlettöltést lehetővé tévő DRM (Digital Rights Management) és kapcsolódó értékesítési alkalmazások fejlesztésével, illetve licenzbeadásával foglalkozott. Ezen tevékenységi kör keretében - egyebek mellett - üzemeltetési és fejlesztési szolgáltatásokat nyújtott piacvezető on-line médiaszolgáltatóknak. Az eMusic Kft. által 2006. november 30-án Songo márkanév alatt indított internetes zeneáruház több mint 40 ezer regisztrált felhasználóval rendelkezett, köszönhetően a több mint 1 millió zeneszámmal elérhető zenei kínálatának. A 2008-ban elindult negatív világgazdasági események sajnos kihatással voltak a zeneáruház működésére is, a forgalom az előző év azonos időszakához képest csökkenő tendenciát mutatott. Emellett Magyarországon az érettebb piacokhoz képest nagyobb arányú a zeneszámok illegális letöltése, amihez részben hozzájárulhat az is, hogy a hazai szabályozási környezet (jogdíjak mértéke, felosztása) sem kedvez az elérhető és versenyképes árú fizetős szolgáltatásoknak. Ezen okok miatt 2011 első negyedév végén ezt a tevékenységet körünket beszüntettük.



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 200 ezer egyedi felhasználót találtak meg. A portfóliók egyesítésével az EMG online és a GMedia napi több mint 500 ezer egyedi látogatóra növelheti elérését. Az est.hu, eco.hu, a sziget.hu és a freeblog.hu oldalak kiválóan illeszkednek abba a GMedia által képviselt

portfólióba, amely jellemzően a fiatalos közönséget célozza meg. A GMedia 2008 óta működő, dinamikusan fejlődő sales house, célkitűzésének főként a „long tail” oldalak médiaértékesítésének felépítését és az ebből származó bevételek folyamatos növelését tartja. A GMedia és az EMGOnline megállapodása az ügynökségi értékesítési képviselőre vonatkozik, a sales house azonban részt kíván venni az EMGOnline hirdetési stratégiájának kialakításában, megújításában is, melynek lényeges eleme, hogy a jövőben nagyobb hangsúlyt kell fektetni a saját tulajdonú online felületek értékesítésére, egyrészt mivel itt az értékesítés költségeivel csökkentett árbevétel (és nem csak a jutalék) marad nálunk, másrészt a lentebb írtak szerint megváltozhat a magyar Facebook felületeknek az online portfóliónkban való szerepe és jelentősége.

Az EMGOnline egyik fontos elemeként 2009 áprilisától az EMG értékesítheti 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-el versenyezve ebben – automatizált központi rendszerein keresztül maga is beszáll a felületek értékesítésébe. Ilyen körülmények között elképzelhető, hogy a jövőben ez a terület csak kiegészítő elemként fog szerepelni 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. A 2011 végéig megvalósítandó fejlesztéssel egy olyan, magyar viszonyok között is elérhető árú és felhasználóbarát terméket kívánunk létrehozni, melyet webes hozzáférés alapján 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.



2009 júniusától mind kivételben, 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 2011-es reorganizáció egyik legfontosabb feladata lesz, hogy a hagyományos print termékeinken elérhető fedezet nagymértékben javuljon. Tekintettel arra, hogy – az EMGEvent üzletágat leszámítva – ez a szegmens fog legjelentősebben hozzájárulni a cégcsoport árbevételéhez, a fedezet növelése megteremtheti a jövőbeni stabil és kiegyensúlyozott működés alapjait.

A Pesti Est és az Est Lapok olvasottsága folyamatosan növekszik, a gazdasági válság hatására az ingyenes lapok olvasói közege láthatóan bővül. A 2010 tavaszától az EXIT-tel – melyben 20 százalékos részesedést birtoklunk – kiegészült programmagazin-családunk lapjait Budapesten hetente 350 ezren, országosan pedig közel 600 ezren olvassák.

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



## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

A Time Out Budapestet kiadó, nem kizárólagosan EMG érdekeltségben lévő D-E-G Kft-t is érintheti a reorganizáció, mert célszerűnek mutatkozik, hogy a nagy presztízsű termék jövőbeni finanszírozása egy új befektető bevonásán keresztül történjen. A D-E-G Kft. és az országos Est Lapokat kiadó franchise partnerünk, az Est Lapok Kft. együttműködésének eredményeképpen 2010 márciusától elindult a Time Out Pécs, amely a Pécs 2010 Európa Kulturális Fővárosa programsorozat lezárását követően 2011-ben is kiadásra kerül. A fejlesztés az Est Lapok több mint 10 éves helyismeretére, a Time Out brand nemzetközi ismertségére és a külföldi látogatói igények terén meglévő tapasztalataira alapult.

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

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

### II.2. Vállalati eredmények

Az alábbiakban bemutatjuk az EST MEDIA-cégcsoport konszolidált időszaki üzemi és EBITDA eredmény szintű adatait, valamint ugyanezeket az adatokat az Anyavállalati számkéntől megtisztítva. Sem a 2010Q1-es, sem a 2011Q1-es számok nem tartalmazzák a beszámolási időszak után a konszolidációs körből kikerült radiocafé Kft. adatait, a 2010Q1-es adatból pedig kiszűrésre kerültek az akkor még a teljes körű konszolidációba bevont FM1 Zrt. számai. A 2011Q1-es adat már tartalmazza viszont a Sziget Kft. és a Volt Event Kft. adatait is. Mind a bázis-, mind a tárgyidőszaki adatok tartalmazzák még az országos kereskedelmi rádiós tevékenységhez kapcsolódó sales house árbevételi és költségadatait is.

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

Megnevezés / E Ft	2010Q1	2011Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	702 002	549 249	-152 753	-22
Üzemi eredmény	-175 122	-252 860	-77 738	-44
Értékcsökkenés	35 154	45 456	10 302	29
EBITDA	-139 968	-207 404	-67 436	-48

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

Megnevezés / E Ft	2010Q1	2011Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	694 831	545 904	-148 927	-21
Üzemi eredmény	-138 638	-222 475	-83 837	-60
Értékcsökkenés	18 367	32 976	14 609	80
EBITDA	-120 271	-189 499	-69 228	-58

2010Q1-ről 2011Q1-re az árbevétel mintegy 150 millió forinttal csökkent, ami nagyrészt a bázisidőszakban egy egyszeri megrendelésnek köszönhetően kiugróan jól teljesített EMGPrint Custom Publishing szegmensének (különszámok), illetve az EMGIndoor tárgyidőszaki alulteljesítésének tudható be. Az árbevételen belül kiemelt érdemmel az EMGPrint üzletág, ami a nyomtatott piac átlagához (-7,8 százalék) képest több mint 22 százalékkal jobb teljesítményt nyújtott. Az üzemi eredmény és az EBITDA mind a teljes cégcsoport, mind az Anyavállalati adatoktól megszürt számok szintjén 67-84 millió forint közötti mértékben maradt el a bázisidőszaktól, amit a bázisidőszakban nem szereplő EMGEvent üzletág első negyedéves értelemszerű – hiszen ekkor a fesztiválszervezés körében szinte kizárólagosan csak költségek jelentkeznek – negatív teljesítménye okozott.

## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

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

Megnevezés / E Ft	2010Q1	2011Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	694 831	527 172	-167 659	-24
Üzemi eredmény	-138 638	-105 879	32 759	24
Értékcsökkenés	18 367	22 958	4 591	25
EBITDA	-120 271	-65 016	55 255	46

Az EMGEvent adataitól is megszárt számok már azt mutatják, hogy a médiatevékenységünk mind üzemi, mind EBITDA eredmény szinten 33, illetve 55 millió forinttal avagy 24, illetve 46 százalékkal javult.

A 2011Q1 negyedévi költségszintje (árbevétel csökkentve az üzemi eredménnyel – 2/A. Ábra) mintegy 75 millió forinttal alacsonyabb mint a bázisidőszakban. Ha az EMGEvent bázisidőszakban nem jelentkező költségeit a tárgyidőszaki adatokból kiszűrjük, úgy a 2011Q1 költségszintje a 2010Q1 költségszintjénél már mintegy 175 millió forinttal kedvezőbb képet mutat. A folyamatban lévő reorganizáció a költségszint további csökkentését célozza.

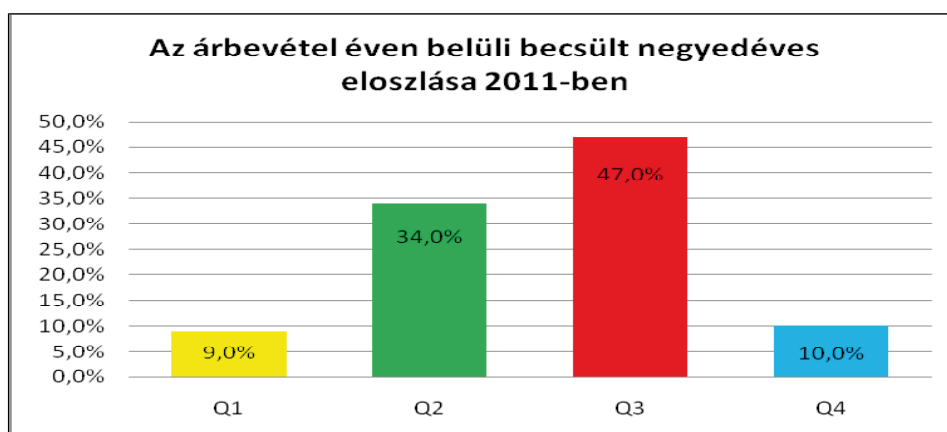
Az Anyavállalati adatoktól tisztított számok (2/B. Ábra) nem térnek el lényegesen a konszolidált adatoktól. Ennek oka az, hogy az Anyavállalati tevékenység módosulásával (a cégközpont tevékenységében a stratégiának megfelelően a hangsúly a külső megrendelők felé történő szolgáltatásnyújtásról áthelyeződött 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 igazgálnia. Ugyanakkor a költségek bizonyos szint alá ésszerűen nem csökkenthetők, hiszen az intenzívebb tőzsdei jelenlét, a cégcsoport méretnövekedése és ebből következően a megnövekedett irányító-ellenőrző feladatok ellátása erőforrásokat igényel.

A gazdasági válság reklámpiacra gyakorolt hatásai még mindig érezhetőek. Ugyanakkor a javuló makrogazdasági folyamatok (a 2011 első negyedévében a szezonálisan és naptárhatással kiigazított adatok szerint az előző év azonos időszakához képest 2,2 százalékkal növekvő GDP) az év további részében talán előmozdíthatják majd a lakossági fogyasztás növekedését is.

A Kantar Media (korábbi nevén TNS Media Intelligence) 2011 1-3. havi mérései szerint a teljes magyar reklámpiac – a média-inflációval nem számolva – 2010 azonos időszakához képest már 2,5 százalékos mértékű növekedést mutatott, de a média-típusok közül csak a kábeltévés és az online display piac tudott lényegesen erősödni az elmúlt év azonos időszakához képest, 36,6 illetve 18,7 százalékkal. A televíziós piac 16,9, a folyóiratok piaca 7,7, a napilapoké 7,9, a közterületi piac pedig 11,2 százalékos visszaesést könyvelhetett el a 2010Q1-es adatokhoz képest. Ezek az adatok nem az egyes hirdetési felületek által nyújtott kedvezmények után kialakuló tényleges – a listaáraknál lényegesen alacsonyabb – bevételeken alapulnak, hanem a megjelent hirdetések listaáraival számolnak (a 2010-es listaáras teljes reklámpiaci becslés egyébként 628,46 milliárd forint volt, míg a nettó költséget csak 161,71 milliárdra becsülték, azaz a nettó költség / listaáras költség átlagos reklámpiaci aránya 26 százalék körüli).

A cégcsoport árbevételének éven belüli eloszlása az elmúlt években a tevékenység változásával valamelyest mindig módosult, de alapvetően azt a mintát követte, hogy a gyenge első negyedéves és lassan javuló-hullámzó év közbeni teljesítmény után a Média Üzletág végső soron az év utolsó hónapjaiban realizálta az árbevétel és a profit legjelentősebb részét. 2011-től azonban figyelembe kell veyük azt is, hogy az EMGEvent üzletág árbevételi számai teljesen más dinamikát mutatnak, legnagyobb részben a mindenkor Q2-Q3-ban – a fesztiválszezonban, illetve a megelőző időszakban – jelentkezik az árbevétel. Az alábbi ábra a historikus adatok, 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



## II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

Az elkövetkező időszakban reorganizációt hajtunk majd 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 számítva üzemi nyereséget termeljünk, az EMGEvent 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 eredményessége is intenzív módon javuljon.

A nemzetgazdaság 2011Q1-es kismértékben növekvő teljesítménye ugyan biztató, de az elemzők továbbra sem jeleznek gyors ütemű gazdasági fellendülést. Ugyanakkor a 2009-es és 2010-es adatok szerint (Nemzeti Médiaanalízis) a vásárlóerő csökkenésével párhuzamosan a fizetős sajtótermékeknel megfigyelhető csökkenő olvasottság a legfőképpen ingyenes termékekből álló EMG-portfólió mért részében éppen ellenkező hatással, az olvasószám növekedésével járt, ami a felületeinket hirdetői szempontból értékesebbé és ezért hatékonyabban értékesíthetővé teheti.

### II.3. Konszolidált adatok

Az alábbiakban bemutatjuk az EST MEDIA cégcsoport 2010Q1/2011Q1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált főbb mérlegadatainak összehasonlítását. Sem a 2010Q1-es, sem a 2011Q1-es számok nem tartalmazzák a beszámolási időszak után a konszolidációs körből kikerült radiocafé Kft. adatait, a 2010Q1-es adatból pedig kiszűrésre kerültek az akkor még a teljes körű konszolidációba bevont FM1 Zrt. számai. A 2011Q1-es adat már tartalmazza viszont a Sziget Kft. és a Volt Event Kft. adatait is. Mind a bázis-, mind a tárgyidőszaki adatok tartalmazzák még az országos kereskedelmi rádiós tevékenységhez kapcsolódó sales house árbevételi és költségadatait is.

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

Megnevezés / E Ft	2010Q1	2011Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	702 002	549 249	-152 753	-22
Üzemi eredmény	-175 122	-252 860	-77 738	-44
Értékcsökkenés	35 154	45 456	10 302	29
EBITDA	-139 968	-207 404	-67 436	-48
Adózott vállalkozási eredmény	-156 993	-223 856	-66 863	-43

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

Megnevezés / E Ft	2010Q1	2011Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	702 002	530 517	-171 485	-24
Üzemi eredmény	-175 122	-136 264	38 858	22
Értékcsökkenés	35 154	35 438	284	1
EBITDA	-139 968	-100 826	39 142	28
Adózott vállalkozási eredmény	-156 993	-153 036	3 957	3

2010Q1-ről 2011Q1-re az árbevétel mintegy 150 millió forinttal, az EMGEvent adataitól megtisztítva pedig mintegy 170 millió forinttal csökkent, ami nagyrészt a bázisidőszakban egy egyszeri megrendelésnek köszönhetően kiugróan jól teljesített EMGPrint Custom Publishing szegmensének (különszámok), illetve az EMGIndoor tárgyidőszaki alulteljesítésének tudható be. Az árbevételen belül kiemelést érdemel az EMGPrint üzletág, ami a nyomtatott piac átlagához (-7,8 százalék) képest több mint 22 százalékkal jobb teljesítményt nyújtott. Az üzemi eredmény, az EBITDA és az adózott vállalkozási eredmény 67-78 millió forint közötti mértékben maradt el a bázisidőszaktól, amit a bázisidőszakban nem szereplő EMGEvent üzletág első negyedéves értelemeszerű – hiszen ekkor a fesztiválszervezés körében szinte kizárólagosan csak költségek jelentkeznek – negatív teljesítménye okozott. Ha az EMGEvent adatait kiszűrjük, úgy 2010Q1-ről 2011Q1-re az üzemi eredmény és EBITDA sorok csaknem 40 millió forinttal, míg az adózott eredmény sor 4 millió forinttal, 22, 28, illetve 3 százalékkal javult.

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 reklámköltségekkel 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, illetve 2011. március 11-én 2011. szeptemberi határidőre 87,5 forintos 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, majd további 5 darab (50.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. április 28-án 42,2 forintos részvényenkénti átlagáron. A tranzakciókra tőzsdei ügyletek keretében, az Equilor Befektetési Zrt. mint befektetési szolgáltató igénybevételeivel került sor. Az ügyletek eredményeképpen az EST MEDIA Nyrt. jelenleg összességében 30 darab (300.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) határidős vételi kontraktussal rendelkezik saját részvényei tekintetében. A lezárt ügyletek vesztesége a 2011Q2 gyorsjelentésben jelenik majd meg.

A Társaság Igazgatósága – a közgyűléstől kapott felhatalmazásával élve – 2010. november 22-i és 2010. december 21-i határozataival a Társaság alaptőkéjét 5,851 milliárd forintról 6,851 milliárd forintra zárt körben, 120 százalékos árfolyamon kibocsátott részvényekkel felemelte. A cégbíróság az alaptőke-emelést 2011. január 3-án bejegyezte. Az újonnan kibocsátott részvények 2011. február 22-én bevezetésre kerültek a Budapesti Értéktőzsdére.

A Társaság 2011. január 6-án rendkívüli közgyűlést tartott, ahol új tagokat, illetve tagot választottak a Felügyelő Bizottságba és az Audit Bizottságba. Dr. Nobilis Kristóf felügyelő bizottsági tag tisztségéről 2011. március 30-án, Mester Zoltán igazgatósági tag tisztségéről 2011. április 15-i hatállyal lemondott.

A Társaság 2011. február 28-án is rendkívüli közgyűlést tartott, amely módosította a Társaság cégnevét. A Társaság új cégneve: EST MEDIA Vagyonkezelő Nyilvánosan Működő Részvénytársaság, új rövidített cégneve: EST MEDIA Nyrt. A közgyűlés 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. Az elhatározott cégváltozásokat a cégbíróság 2011. március 30-án bejegyezte. A részvények összevonására irányuló folyamatra várhatóan 2011 júniusának második felében kerülhet sor.

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 igazgatóság a közgyűlés döntése értelmében az intézkedési tervben javaslatot tesz majd azokra az intézkedésekre, illetve bemutatja majd 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 javaslata ki kell majd térjen 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 terv készítése folyamatban van, az arról tárgyaló közgyűlésre várhatóan 2011. június második felében kerül majd sor.

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 intézmény jóváhagyásától függően – 2011. április 15-én értékesítésre került a NeoFM országos kereskedelmi rádiót üzemeltető FM1 Zrt-ben meglévő 25 százalékos részesedésünk a többségi tulajdonos részére és egyúttal megszüntettük a NeoFM reklámidejének értékesítésére, illetve a különféle adminisztratív szolgáltatásokra vonatkozó megállapodásokat is. 2011. május 6-án a lényegességi küszöb alatti eladási áron értékesítésre került a 2011. február 25-én a cégcsoportba került KV Barát Kft. és ezen keresztül az annak egyszemélyi tulajdonában álló, a radiocafé 98.6 rádióadókat 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 veszteség lesz, amely a 2011Q2-t terheli majd.

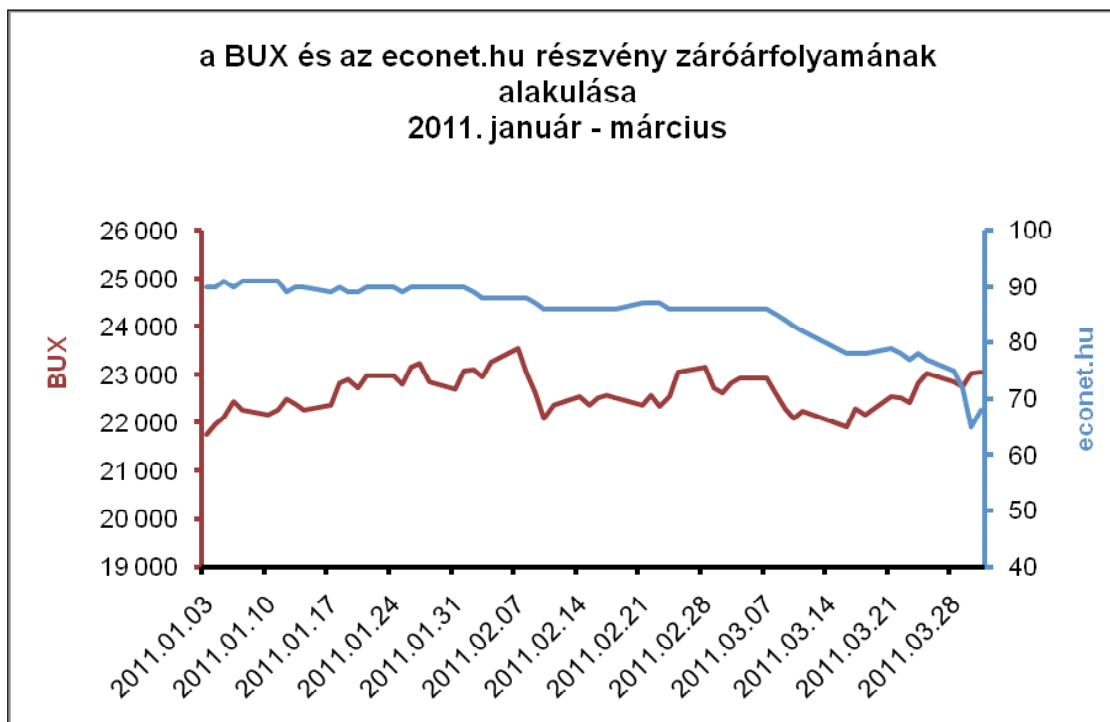
### III. A BESZÁMOLÁSI IDŐSZAK EGYÉB JELENTŐS ESEMÉNYEI

A Társaság 2011. április közepén – a cégcsoportot finanszírozó pénzintézet jóváhagyásától függően – a reorganizációs lépéssorozat keretében szerződést kötött azon 300 millió forintos, rövid lejáratú kölcsönnek a 2012. április 15-ig történő meghosszabbításáról, amely – ahogy azt korábban már közzétettük – a Sziget Kft. megvásárlását célzó akvizíciós folyamat során 2010. november 29-i esedékességgel teljesített vételár rész egyik forrása volt.

#### III.1. Részvény adatok

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

5. Ábra: a BUX és econet.hu (EST MEDIA) részvény árfolyamának alakulása 2011Q1-ben (portfolio.hu adatok)



Az econet.hu részvények 2011 első negyedévi átlagos napi forgalma 37 millió forint volt. A január 3-i nyitóár 90 forint, a március 31-i záróár 68 forint volt.



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

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

2010-ben a Kantar Media (a korábbi TNS Media Intelligence) listaárakat figyelembe vevő felmérése szerint a teljes magyar hirdetési piac (napilap, folyóirat, indoor, közterület, online, rádió, mozi, kábeltévé, televízió) 7,2 százalékkal már növekedni tudott, azonban amennyiben a teljes televíziós piacot kivesszük ebből a körből, akkor az ún. Non-TV piac már csak 0,8% emelkedést mutat, azaz stagnál. A Magyar Reklámszövetség tényleges reklámköltségeket tartalmazó 2010-re vonatkozó becslése szerint a piac – az újonnan piacra lépő szereplők adatainak kiszűrésével – kismértékű további csökkenést mutat, 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. A növekedést azonban főként a televíziós és az online szegmensben várják, a magazin- és a rádiós piacon lassabb bővülést, esetenként kisebb csökkenést jeleznek előre. A teljesség kedvéért tegyük hozzá, hogy a nyomtatott sajtóreklám piacának visszaesése összefüggésbe hozható a romló olvasottsági trendekkel is, ami az EMG portfólióba tartozó főként ingyenes termékekre nem igaz, ezeknél a válság hatása éppen fordított volt, növekvő olvasottságot hozott.

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

#### **A magazinpiac**

A magazinpiac egyértelműen az egyik vesztese a válságnak. Az MRSZ reklámköltségi adatai alapján a teljes sajtóreklám piac 2010-ben 6,8 százalékos csökkenést realizált, és ezzel 46,6 milliárdos értékre volt tehető. A Kantar Media 2011Q1-ben 7,7 százalékos csökkenést jelez 2010Q1-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 2011Q1-ben meghaladta a 4 százalékot.

Miközben 2011Q1-ben a teljes nyomtatott sajtópiac listaáras bevételei 7,8 százalékkal csökkentek, a különszámok nélkül tekintett EMGPrint árbevétele 14,6 százalékkal nőtt. Ugyanakkor a különszámok (Custom Publishing) területén egy egyedi megrendelés miatt a 2010Q1 rendkívül erős volt, mintegy 80 millió forinttal származott ekkor több árbevétel innen a 2011Q1-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 online piac 2011Q1-ben listaáron mérve 18,7 százalékkal nőtt a 2010Q1-hez képest, míg az EMGOnline árbevétele csaknem 59 százalékkal nőtt, elsősorban a Facebook magyar reklámfelületeinek köszönhetően. Ezen belül a saját tulajdonú online felületeinkhez kapcsolódó árbevétel ugyan ennél kisebb mértékben, de még szintén a piaci átlag felett, 26,1 százalékkal nőtt 2010Q1-ről 2011Q1-re.

#### **Az indoor piac**

Az indoor piac a 2009-re jelentősen, több mint 40 százalékos visszaesés után 2010-ben is 7,8 százalékos csökkenést könyvelhetett el. Sajnos a csökkenés 2011Q1-ben újraerősödött, a 2010Q1-hez képest a Kantar Media listaáron -67,9 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 átvándoruló megmaradó reklámköltség is az „instore” területére, azaz a bolti megjelenésekre (elsősorban a hipermarketekben). Az EMGIndoor üzletágának bevételeit ez jelentősen érintette, hiszen itt szinte pontosan a piaci átlagnak megfelelő, 67,8 százalékos bevételecsökkenést realizáltunk 2011Q1-ben 2010Q1-hez képest (ez a szám még akkor is igen szomorú, ha az indoor az EMG teljes árbevételnek kevesebb mint 2,5 százalékát adja).

## A broadcast (rádiós) piac

Ugyan a rádiós piacról a Társaság a beszámolási időszakot követően teljesen kivonult, mégis érdemes röviden bemutatni a piac helyzetét, illetve a kivonulás okait. A válság talán ezen a területen volt legerősebben érezhető: a rádiós piacon a 2009-es év nettó hirdetési áron számolva több mint 30 százalékos zuhanást hozott, amit 2010-ben egy újabb, csaknem 13 százalékos esés követett. Ez utóbbihoz nagyban hozzájárult az is, hogy 2009 végén a két országos kereskedelmi frekvencián új szereplők jelentek meg. Az ekkor végbement változások és az ugyanekkor átalakuló mérési módszertan váltás miatt a hirdetőik egy része elfordult a rádiós hirdetési formáktól. 2010 második felétől az új médiatörvény és a lejárt frekvenciák újr pályázatátása körüli bizonytalanság a piacra újabb ütést mért. Jelenleg több, már lejárt frekvenciájú rádióadó is az új pályázatok kiírásáig 60 naponkénti hatósági hosszabbításokkal működik, ami nem szolgálja a stabil és megbízható üzletmenetüket. Összességében az előzőekben leírt körülmények felfokozott piaci versenyhez, ésszerűtlenül magas kedvezménysszintekhez vezettek, ami hosszabb távra az egész rádiós piacot hirdetői szempontból leértékeli.

A fenti folyamatot jól illusztrálja, hogy míg a teljes magyar reklámpiacon a nettó ár/listaár arány 2008-ban 33,5 százalék, 2009-ben 27,8 százalék, 2010-ben pedig 25,7 százalék volt, addig a rádiós piacon ugyanez a viszonyszám a hirdetési forma leértékelődésével párhuzamosan 23,7 százalék, 18,9 százalék és 16,4 százalék volt, azaz 2010-ben egy rádiós reklámot a listaárhoz képest átlagosan 83,6 százalék kedvezménnyel értékesítettek (és az olló 2011-ben várhatóan tovább nyílik), szemben a teljes reklámpiacra jellemző 74,3 százalékos kedvezménysszinttel. A rádiós piac a 2008-as nettó 11,71 milliárd forintos színtről 2010-re nettó 7,14 milliárd forintra szűkült.

Ezeket a körülményeket még a legnagyobb szereplők is megszenvedték, a Sláger Rádió például a 2008-as csúcsevében elért 4,18 milliárd forintos árbevétel és 1,37 milliárd forintos üzemi eredmény után a 2009-es évben – párhuzamosan persze a piac csökkenésével – már csak 2,61 milliárd forint árbevételt és 513 ezer forintos üzemi eredményt tudott felmutatni. Ugyanezen a frekvencián 2010-ben – historikus hallgatottsági adatok hiányában, lényegesen magasabb frekvencia díjjal és bizonytalan piaci helyzetben – már csak lényegesen kisebb, a költségek szintjét el nem érő árbevétel realizálására volt lehetőség.

A piac elemzése alapján arra a következtetésre jutottunk, hogy a rádiós piac megszilárdulására és a rádiós hirdetési forma presztízsének javulására a korábbi 2011-es várakozásainkkal szemben még legalább 2012-13-ig nem fog sor kerülni. A jelen gyorsjelentés közzétételéig már leépítésre került rádiós üzletágunk egyik része (a radiocafé Kft.) 2009 óta mintegy 250 millió forintos üzemi veszteséget termelt, míg a másik része, a 2009 év végén létrehozott FM1 Zrt. 2010 év végéig csaknem 770 millió forint üzemi veszteséggel zárta a piaci bevezetés időszakát. Sajnos az előzőekben összegzett piaci helyzet miatt rövid távon ezen a területen – sem a rádiós tevékenység szintjén, sem a rádiós értékesítési tevékenység szintjén (ahol értelmezhető eredmény csak a rádiós költségszintet megközelítő vagy meghaladó rádiós árbevétel termelése után keletkezne) – nem várható eredményes működés. Emiatt a rádiós üzletágunk a nyereségtermelési képesség eléréséig, illetve visszaszerzéséig folyamatos tulajdonosi finanszírozásra szorult volna, ami nem szolgálná a rövid távú üzemi eredményesség helyreállításának célját, így az üzletág leépítése mellett kellett döntenünk.



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 kerül majd 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 csökken majd, ami az akvizíciós folyamat 2013-as lezárását követően is biztosítani fogja a mindenkor közvetlen menedzsment érdekeltségét.

Az EBITDA elvárások és a fizetési kötelezettségek alakulását az alábbi táblázat mutatja be.

6/A. Ábra: EBITDA elvárások és fizetési kötelezettségek alakulása Mft-ban

	2010	2011	2012	2013
EBITDA elvárások	501,2*	597,8-672,8**	680-780**	780 felett
fizetési kötelezettségek		798,5***	398,4***	1070,6***

\* csökkentve a StarGarden Fesztivál veszteségével, az EMGEvent üzletág 2010-es adatai alapján már teljesült elvárás

\*\* csökkenhet az adott évben bevezetett új rendezvény esetleges veszteségével, de legfeljebb 100 millió forinttal

\*\*\* a megelőző évi EBITDA elvárás maximális teljesülése esetén fizetendő összeg

A fenti 6/A. Ábra szerinti adatokból a VOLT Fesztivállal és a Balaton Sound Fesztivállal szembeni 2010-es és 2011-es eredményelvárások (átlagosan évi 324 millió forintos EBITDA) 10 százalékon felüli túlteljesítése esetén ezen fesztiválok eladói nagyszámúrendileg nem lényeges összegű prémium vételárra válhatnak jogosulttá.

Az EMG-nek a Sziget Kft.-ben történő részesedés-szerzése évenként az alábbiak szerint alakult, illetve alakul majd a jövőben.

6/B. Ábra: részesedés-szerzési ütemezés

	2008	2010	2011	2012	2013
részesedés mértéke az adott évi fizetési kötelezettség teljesítése esetén	26%	51%*	63%	69%	75%

\* jelenlegi állapot

Tekintettel 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, úgy tagsági jogai 49 százalékra szállnának vissza, azzal, hogy amennyiben az EMG a nem teljesített vételárat a soron következő vételárrész esedékességéig 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, 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.

## V.2. A Sziget-akvizíció jelentősége

A 2009-es és 2010-es fesztiválszezonok nyereségessége jól mutatja, hogy a Sziget Kft. üzleti modellje a gazdasági válság körülményei között is működőképes. 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 indikáció 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 brand-je, 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 mindenkoros reklámpiaci változásoknak: míg a magyar reklámpiac 2008-ról 2010-re majd 20 százalékkal csökkent, a Sziget Kft. fizetős fesztiváljain lényegében ugyanannyian vettek részt.

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 koncert kínálatához. Ez a folyamat lehetőségeket nyithat majd arra, hogy akár Magyarországon (itt ráadásul a bevezetést támogatni képes erős médiaháttérrel), akár a környező vagy régiós országokban újabb igényes rendezvényeket hozzassunk 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 megvesse a lábát a környező országokban és Magyarország után a régióban is piacvezető fesztiválszervezővé váljon.

Az EST MEDIA csoport reorganizációja során kiemelten fontos lesz 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 fizető (Budai Gourmet, VOLT Fesztivál, Heineken Balaton Sound, Sziget Fesztivál) és egy ingyenes rendezvényt (T-Home Gyerek Sziget) szervez. 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 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, dohányárak területén: Heineken Hungária Sörgyárak Zrt., Dreher Sörgyárak Zrt., Vodafone Magyarország, T-csoport (T-Mobile, T-Home), Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft., Nemiroff, 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. rendezvényein 2010-ben csaknem 700 ezer látogató fordult meg, a magyar fesztiválpiacon a cégnek érdemi versenytársa nincs.





A Társaság tevékenységéhez kapcsolódó kockázatok értékelésekor a Társaság (média fókuszú) vagyonekezelési 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) médiatevékenységnél a lakossági fogyasztás esetleges visszaesésének a hirdetési piacra gyakorolt általános hatását, illetve elsősorban a print média területén érezhető reklámpiaci visszaesést kell kiemelnünk. Az online médiapiac tekintetében pedig kockázati tényezőként jelentkezhet, 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 jelentkezhet 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 helyszínekül szolgáló területek használata feltételeinek változásából vagy azok további használata lehetőségének megszűnéséből, illetve jellemzően itt jelentkezhetnek árfolyamkockázatok is, elsősorban HUF/EUR, HUF/USD, HUF/GBP viszonylatban. 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 ideai tapasztalatokat értékeli, 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-bevételen és/vagy eredményen keresztül – akár kétszeres mértékben csökkentésre kerül.

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

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

A fenti rövid összefoglalás mellett ki kell emelni a jelenlegi világgazdasági válságkörnyezetből adódó bizonytalanságokból következő kockázatokat. Annak ellenére, hogy a napról napra formálódó gazdasági folyamatok végső, a Társaságot és piacait érintő hatásai még nem vagy nem teljes körűen ismertek, az egyes tevékenységek piaci környezetével foglalkozó fentebb részekben 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 értékeltségi 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. 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 vagyon csökken, ami a BÉT keresleti oldalát gyengítheti, másfelől az állami tulajdonba kerülő vagyonban található részvények a piacra kerülve a kínálati oldalt erősíthetik.

A Társaság a beszámolási időszakot követően reorganizációs lépéseket tett, illetve átfogó reorganizáció előkészítését kezdte meg. A reorganizáció során az 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.

## VI. A TÁRSASÁG TEVÉKENYSÉGÉNEK FŐBB KOCKÁZATAI

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 tőzsrészesvények 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 jelentkezhethet, hogy a befolyó bevételek erősítenék a Média Üzletág működését, ugyanakkor valószínűsíthető, hogy a jelenlegi gazdasági válságkörnyezetben akár a 2009-es vagy 2010-es év végi értékelések során kialakult könyvi értékeknel kedvezőtlenebb értékeltségi szinteken történő azonnali értékesítésekre kerülhetne csak sor. Tekintve azonban, hogy összességében fontosabb szempont a stabil likviditás, mint a nem média jellegű befektetések megőrzése, ezek felvállalhatóak, ha üzemi szintű költség- és egyéb erőforrás megtakarítást jelentenek. Mindezek érdekében fel kell gyorsítani a nem média jellegű befektetések értékesítését vagy egyéb hasznosítását. Emellett az egyes befektetések értékesítéséig vagy egyéb hasznosításáig is feladatként jelentkezik a költségek csökkentése.

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 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 – megkezdi a cégcsoport reorganizációját, és az elkövetkező időszakban a cégcsoport egészét érintő reorganizációs tervet készíti. A reorganizációs intézkedési terv – egyebek mellett – meghatározza majd a megőrzendő tevékenységeket, illetve javaslatot tesz majd a nem megőrzendő tevékenységek kezelésére, bemutatja majd a megőrzendő tevékenységek új működési struktúráját és a reorganizáció lépéseit, továbbá tárgyalni fogja 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 kínálkozó 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. tőzsdéi 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.

Ennek megfelelően a közeli jövőben kevésbé lehet számítani arra, hogy a gyors és határozott növekedés a válság elmúltáig – a belső fogyasztás visszaerősödéséig és a szélesebb média-portfólió intenzív eredménytermelési képességének visszaépüléséig – külső forrásokból átfinszírozható, ami feszített pénzügyi-likviditási helyzetet eredményez. A fenti körülmények összességükben a cégcsoport átmeneti összehúzóását és a kedvezőtlen körülmények közötti eredménytermelő képesség érdekében történő újraszervezését indukálják.

A Társaság a reorganizációval azt célozza, hogy a rövid vagy közép távú eredménytermelésre nem képes tevékenységek és a központi adminisztráció lehetőségeihez képest történő leépítésével egy stabil üzemi eredményt termelő, működésében könnyen finanszírozható termékstruktúrárt és szervezetet állítson fel. A reorganizáció első lépésére az országos rádiós tevékenység körében került sor, ahol a magyarországi rádiós reklámpiac csökkenése miatt sem a rádiós tevékenység szintjén, sem a rádiós értékesítési tevékenység szintjén (ahol értelmezhető eredmény csak a rádiós költségszintet megközelítő vagy meghaladó rádiós árbevétel termelése után keletkezne) a 2011-es évben ésszerűen nem várható eredményes működés. Ennek megfelelően, mivel sem a befektetés, sem a sales tevékenység nem felel meg a fenti eredményességre vonatkozó kritériumoknak, a Társaság az értékesítés, illetve a tevékenység leépítése mellett döntött.

## VII. A TÁRSASÁG RÖVID- ÉS KÖZÉPTÁVÚ FELADATAI

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 igényelnek. A hosszú távú árbevétel, fedezet és nyereséesség növelése bizonyos esetekben és területeken akár rendhagyó lépésekkel is járhat. Mindemellett a válság az egyes üzletág-beli piacokon jövőbemutató lehetőségeket is kínálhat, azonban elképzelhető, hogy ezek kihasználása csak más üzletág-beli 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 nyereségesnek 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 és tervezett reorganizációs folyamat rövid távon negatív irányban befolyásolhatja, azonban végső soron a reorganizáció is ezen célok elérését szolgálja.

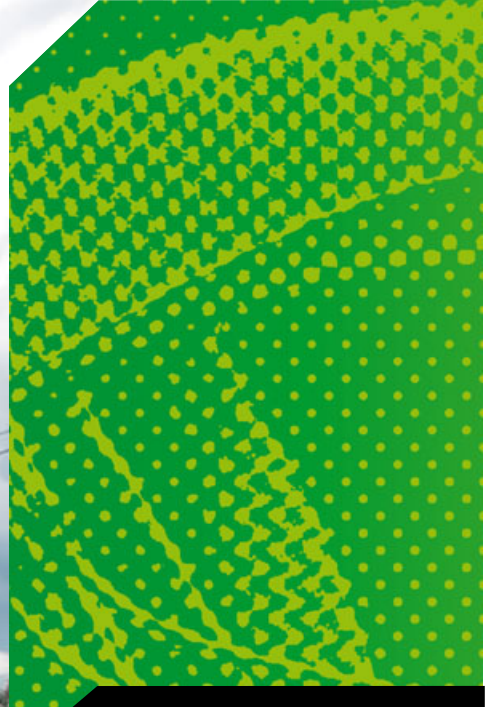
A fentieknek megfelelően a legismertebb, saját szegmensükben a piacvezetők közé tartozó magyar média brandeket birtokló EST MEDIA Nyrt. legfontosabb stratégiai célja az, hogy ezt a pozíciót megőrizze és megerősítse. Cél továbbá, hogy az EST MEDIA Nyrt. – amely a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén 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 pozíciónk megtartása és növelése „csak” intuíción és innováción már nem épülhet, ezért – persze a mindenkori tőkepiaci helyzettől nem függetlenül – a 2010. augusztusi és novemberi túli tőkebevonásra is szükségünk lehet. Erre akár a Társaság, akár a leányvállalatok szintjén sor kerülhet, a megfelelő piaci instrumentumok (részvény-, vállalati kötvény vagy átváltoztatható kötvény kibocsátása, stb.) nyújtotta lehetőségek minél optimálisabb kihasználásával, bár ahogy a fentiekben, a reorganizáció szükségességét kifejtő részben jeleztük, a mai tőkepiac ezen törekvésünket nem feltétlenül támogatja.

A Társaság a 2011. évre tervszámokat nem tesz közzé, figyelemmel arra, hogy az elhúzódó gazdasági válsághatásokból adódó piaci bizonytalanság, illetve a reorganizáció befejezetlensége miatt a múltbéli adatokon alapuló becslésen túlmutató megalapozottságú tervek nem készülhettek, 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 nyereségeség 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 magának 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 radiocafé Kft-ben meglévő részesedés 2011 második negyedévében, míg az FM1 Zrt. 100%-a 2010. augusztus 19-én és 2011. április 15-én értékesítésre került, emiatt a Társaság számviteli politikája szerint a radiocafé Kft. és az FM1 Zrt. a konszolidációs körből kikerült. A Társaság számviteli politikája alapján emiatt a radiocafé Kft. és az FM1 Zrt. adatai a bázisidőszaki adatokból is kiszűrésre kerültek. Ennek megfelelően az időszaki adatok összehasonlíthatósága érdekében a 2010-es bázisidőszaki adatok a tavaly közzétettekhez képest eltérőek: a radiocafé Kft. és az FM1 Zrt. adatai nélkül kerülnek bemutatásra, azonban maga a radiocafé Kft. és FM1 Zrt. részesedés értéke a megfelelő soron szerepel.

A mérlegfőösszeg 20 százalékkal magasabb a bázisidőszakihoz képest. Eszköz oldalon a forgóeszközök 16 százalékkal nőttek, a hosszú távú befektetések 86 százalékkal csökkentek, az ingatlanok, ingók a termelésben 273 százalékkal, az immateriális javak pedig 69 százalékkal nőttek. Forrás oldalon a rövid lejáratú kötelezettségek 16 százalékkal, a hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek 3 százalékkal, a saját tőke pedig 22 százalékkal nőtt.

A konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok 2011. március 31-én: 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., Tele EST Kft, D-E-G Lapkiadó Kft. és a Sűgő Kft. (korábbi nevén Fidelio EST Kft.), Sziget Kft. (bázis időszakban equity módszerrel került bevonásra) és a Volt Event Kft. Egy évvel korábban az említetteken túl a konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaság volt még az azóta értékesítésre került radiocafé Kft. és az FM1 Zrt. is. A többi, tartós befektetesként 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. és a SANORG Kft.

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



## I.1. Eszközök

EST MEDIA Nyrt.					
KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.03.31.	2011.03.31.	változás %
<b>1</b>	<b>A</b>	<b>Forgóeszközök</b>	<b>2 981 099</b>	<b>3 450 051</b>	<b>16%</b>
2	I.	Pénzeszközök	9 647	139 691	1348%
3	1.	Szabad rendelkezésű pénzeszközök	9 647	139 691	1348%
4	2.	Elkülönített pénzeszközök			
5	3.	Azonnal pénzé tehető, likvid értékpapírok			
6	II.	Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok	592 793	308 221	-48%
7	1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok			
8	2.	Eladásra szánt hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok	592 793	308 221	-48%
9	3.	Egyéb céllal tartott hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok			
10	III.	Követelések	2 339 745	3 001 766	28%
11	1.	Vevőkövetelések	675 819	841 974	25%
12	2.	Váltókövetelések			
13	3.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése	999 655	495 891	-50%
14	4.	Termékre és szolgáltatásra adott előlegek		10 831	
15	5.	Letételek, óvadékok			
16	6.	Egyéb követelések	489 584	1 324 359	171%
17	7.	Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege	174 687	328 711	88%
18	8.	Folyamatban lévő kivitelezések ráfordításainak és bevételeinek pozitív egyenlege			
19	IV.	Készletek	38 914	373	-99%
20	1.	Késztermékek			
21	2.	Befejezetlen és félkész termékek			
22	3.	Növendék-, hízó- és egyéb állatok			
23	4.	Alap, segéd és üzemyanyagok			
24	5.	Kereskedelmi áruk	38 914	373	-99%
25	V.	Halasztott ráfordítások			
<b>26</b>	<b>B</b>	<b>Hosszú távú befektetések</b>	<b>1 679 706</b>	<b>236 806</b>	<b>-86%</b>
27	I.	Értékpapírbefektetések	1 672 471	218 915	-87%
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, kapcsolódó vállalkozásokba	524 424	218 915	-58%
32	II.	Befektetési alapokba történő befektetések			
33	III.	Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök	7 235	17 891	147%
34	IV.	Hátrasorolt követelések			
35	V.	Tárgyi eszköz befektetések			
<b>36</b>	<b>C</b>	<b>Ingatlanok, ingók a termelésben</b>	<b>78 852</b>	<b>294 419</b>	<b>273%</b>
37	I.	Ingatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok	16 274	204 001	1154%
38	II.	Gépek, berendezések, járművek	44 038	80 056	82%
39	III.	Nagyértékű szerszámok			
40	IV.	Lízingelt eszközök	4 886	5 305	9%
41	V.	Biológiai eszközök, természeti erőforrások			
42	VI.	Folyamatban lévő beruházások, felújítások	13 654	5 057	-63%
<b>43</b>	<b>D</b>	<b>Immateriális javak</b>	<b>3 491 668</b>	<b>5 897 042</b>	<b>69%</b>
44	I.	Kísérleti fejlesztés értéke			
45	II.	Vagyoni értékű és egyéb használati jogok (ingatlanhoz nem kapcsolódó jogok)	75 885	52 298	-31%
46	III.	Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek	1 096 313	1 097 616	0%
47	IV.	Üzleti vagy cégérték	2 319 470	4 747 128	105%
<b>48</b>		<b>Eszközök összesen</b>	<b>8 231 325</b>	<b>9 878 318</b>	<b>20%</b>

1.1. A **Forgóeszközök** állománya 16 százalékkal nőtt, melynek értékét több tényező az alábbiak szerint befolyásolta.

1.1.1. A *Pénzeszközök* állománya a fordulónapon mintegy 140 millió forintot tett ki, mely 1348 százalékos növekedés a bázis időszakhoz képest.

1.1.2. A *Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok* értéke 48 százalékkal csökkent a 2010 év végi részesedés értékelés során a részesedésekre elszámolt értékvesztések, valamint a High-Tech Kft-ben meglévő részesedés 2010 decemberi értékesítése miatt.

1.1.3. A *Követelések* mintegy 28 százalékos növekedése a *Vevőkövetelések*, a *Termékre és szolgáltatásra adott előlegek*, az *Egyéb követelések* és a *Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege* állományának jelentős bővülésének tudható be, melyet valamelyest ellentételezett a *Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése*i értékének a csökkenése.

1.1.3.1. A *Vevőkövetelések* 25 százalékkal nőttek, ami a konszolidációs kör Sziget Kft-vel való bővülésére vezethető vissza.

1.1.3.2. A *Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése*i 50 százalékkal csökkentek, legnagyobb részben a 2010 augusztusában feltökésített FM1 Zrt. által a tőkeforrásból időközben visszafizetett korábbi kötelezettségek miatt. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni kötelezettségei.

1.1.3.3. A *Termékekre és szolgáltatásokra adott előlegek* sor összege mintegy 11 millió forinttal nőtt a Sziget Kft. bevonása miatt.

1.1.3.4. Az *Egyéb követelések* 171 százalékkal növekedtek, részben a Sziget Kft. és Volt Event Kft. teljes körű bevonása miatt. Ezen a soron került kimutatásra a konszolidációs körbe tartozó társaságok adó- és egyéb követelése, továbbá a cégcsoportnál nyújtott dolgozói kölcsönök és azok kamatai, valamint az értékesített High-Tech Kft. és a radiocafé Kft. 2011. március 31-én még esedékes vételára is, mely utóbbi a radiocafé Kft. 2011. májusi értékesítése kapcsán kerül kifizésre.

1.1.3.5. A *Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege* állománya 88 százalékkal nőtt, ami a konszolidációba bevont társaságok elhatárolt veszteségeire jutó várhatóan megtérülő, nagyobb részt a korábbi évekből, kisebb részt az idej első negyedéből származó társasági adót tartalmazza.

1.1.4. A *Készletek* állománya mintegy 38 millió forinttal csökkent.

1.2. A **Hosszú távú befektetések** volumene 86 százalékkal csökkent.

1.2.1. Az *Értékpapírbefektetések* közül a *Konszolidációba bevont vállalkozásokkal kapcsolatos befektetések* soron lett kimutatva a 2008. év végével először equity módszerrel (nem teljes körű bevonás) konszolidált Sziget Kft. 26 százalékos részesedésének értéke. A 2010-es üzleti évben a társaságban meglévő részesedésünk 51 százalékra nőtt, így 2011. március 31-én már teljes körűen bevont társaságként szerepel a konszolidációban. Az FM1 Zrt. - a bázis időszakban még teljes körűen bevont leányvállalat volt - 75 százalékának év közbeni, valamint a fennmaradó 25 százalékának a beszámolási időszakban történő értékesítése miatt kikerült a konszolidációba történő bevonás alól, így a társaság könyvi értéke megjelenik mind a két időszaki adatban. A *Befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsolt vállalkozásokba* sor értékének változását a 2010. év végi részesedés értékelés során a részesedésekre elszámolt értékvesztések okozták. Ezen felül – a 2010-es értékesítés miatt – a radiocafé Kft. könyvi értéke megjelenik a bázisidőszaki adatokban.

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

1.3. Az **Ingatlanok, ingók a termelésben** volumene 273 százalékkal, mintegy 216 millió forinttal nőtt, főképp a Sziget Kft-ben ezen a soron kimutatott eszközök értéke miatt.

1.4. Az **Immateriális javak** értéke a bázisidőszakhoz képest 69 százalékkal nőtt. Összességében a *Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek* értékének változatlanlansága mellett, az *Üzleti vagy cégérték* sor bővülését kis mértékben ellensúlyozta a *Vagyon értékű és egyéb használati jogok* változása. A *Vagyon értékű és egyéb használati jogok* sor 31 százalékkal csökkent, míg az *Üzleti vagy cégérték* sor 105 százalékkal növekedett, utóbbi túlnyomórészt a Sziget Kft. és a Volt Event Kft. saját tőkéjét meghaladó bekerülési értékével. Az *Üzleti vagy cégérték* soron kerültek kimutatásra az EMG Média csoport Kft-nél és leányvállalatainál – a hasonló, relatíve alacsony induló befektetéssel magas piaci értéket eredményező tevékenységű média cégek esetében szokásos módon - a saját tőkéjükön felül kimutatott nyilvántartási értékek is.

## I.2. Források

EST MEDIA Nyrt.					
KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.03.31.	2011.03.31.	változás %
49	E	<b>Rövid lejáratú kötelezettségek</b>	<b>2 584 254</b>	<b>3 009 491</b>	<b>16%</b>
50	1.	Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból	782 158	745 963	-5%
51	2.	Váltótartozások			
52	3.	Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök	767 817	836 362	9%
53	4.	Kapott előlegek, előrefizetések	354 484	138 240	-61%
54	5.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei	361 930	499 982	38%
55	6.	Halasztott bevételek	81 769	95 650	17%
56	7.	Halasztott adótartozások			
57	8.	Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek	236 096	693 294	194%
58	F	<b>Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek</b>	<b>30 841</b>	<b>31 758</b>	<b>3%</b>
59	1.	Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök	18 953	18 953	
60	2.	Tartozások kötvénykibocsátásból, átváltoztatható kötvények			
61	3.	Lízingtartozások	1 905	3 191	68%
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	9 983	9 614	-4%
66	G	<b>Saját tőke</b>	<b>5 616 230</b>	<b>6 837 069</b>	<b>22%</b>
67	I.	Jegyzett tőke	4 950 000	6 851 000	38%
68	II.	(-) Visszavásárolt részesedések könyv szerinti értéke			
69	III.	A részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon	2 443 086	2 742 196	12%
70	IV.	Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény	-1 784 565	-2 797 725	-57%
71	V.	Piaci értékelési különbözetek			
72	VI.	Külső tulajdonosok részesedése	7 709	41 598	440%
73		<b>Források összesen</b>	<b>8 231 325</b>	<b>9 878 318</b>	<b>20%</b>

2.1. A **Rövid lejáratú kötelezettségek** 16 százalékkal nőttek, összetételük megváltozott.

2.1.1. A *Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból* állománya 5 százalékkal csökkent a konszolidációs kör bővülésének ellenére.

2.1.2. A *Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök* értéke 9 százalékkal nőtt. Az állomány egyrészt a Média Üzletághoz tartozó konszolidációs körbe bevont társaságok által igénybe vett bankhiteleket, 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 61 százalékkal csökkent, a korábban kapott előlegek időközbeni elszámolása miatt.

2.1.4. A *Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei* mintegy 38 százalékkal növekedtek a sales house tevékenységnek, valamint a konszolidációs kör bővülésének köszönhetően. 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 194 százalékkal nőtt, ami a cégcsoport időközbeni növekedésének tudható be.

2.2. A **Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek** állománya 3 százalékkal, volumenében nem jelentős mértékben nőtt.

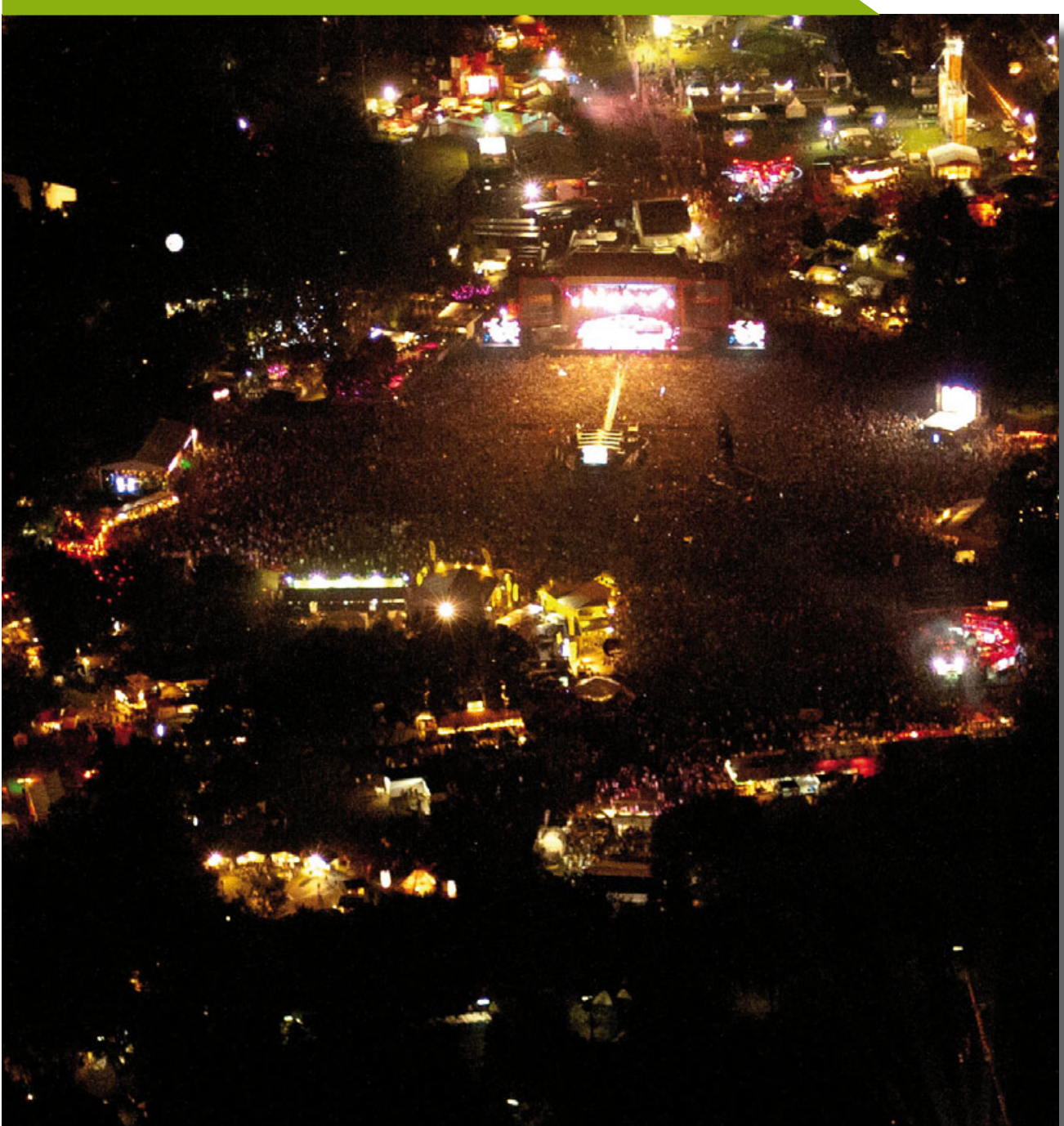
2.2.1. A *Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök* soron került kimutatásra a Fénypont Kft. külső tulajdonosa által a társaság számára korábban biztosított hosszú lejáratú kölcsön.

2.2.2. A *Lízingtartozások* volumene mintegy 1,3 millió forinttal nőtt, ami új eszköz beszerzésnek tudható be.

2.2.3. A *Várható jövőbeni kötelezettségek* értéke 4 százalékkal csökkent.

2.3. A **Saját tőke** a bázisidőszakhoz képest 22 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 alap-tőke-emelések hatásaként megfelelően növekedett, amit részben ellensúlyozott az *Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény*, mely sor változását a bázis időszak óta elkönyvelt negatív eredmény, valamint a társasági adókulcs évközi változásának hatásaként a korábbi évek halasztott adójának korrekciója idézte elő. Az alaptőke-emelések során a névértéken felüli 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 itt megjelenő nagymértékű növekedés a Sziget Kft. jelenleg 49 százalékos külső tulajdonosainak tudható be.



## II. EREDMÉNYKIMUTATÁS

EST MEDIA Nyrt.					
KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYKIMUTATÁS (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.03.31.	2011.03.31.	változás %
1	+	Értékesítés nettó árbevétele	702 002	549 249	-22%
2	+/-	Aktivált saját teljesítmények			
3	-	Anyagjellegű ráfordítások	757 472	616 714	-19%
4	-	Személyi jellegű ráfordítások	84 498	139 939	66%
5	-	Értécsökkenési leírás	35 154	45 456	29%
6	=	<b>Üzleti tevékenység eredménye</b>	<b>-175 122</b>	<b>-252 860</b>	<b>-44%</b>
7	+	Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei	26 047	14 532	-44%
8	+	Egyéb bevételek és nyereségek	4 917	35 252	617%
9	-	Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei	28 889	53 548	85%
10	-	Egyéb ráfordítások és veszteségek	11 832	62 303	427%
11	=	<b>Adózás előtti eredmény</b>	<b>-184 879</b>	<b>-318 927</b>	<b>-73%</b>
12	-	Jövedelemadó	-23 333	-14 834	36%
13	=	<b>Szokásos vállalkozási tevékenység eredménye</b>	<b>-161 546</b>	<b>-304 093</b>	<b>-88%</b>
14	+/-	Megszűnő tevékenység eredménye			
15	-	Jövedelemadó			
16	=	<b>Megszűnő tevékenység adózott eredménye</b>			
17	+/-	Számvetési politika változás kumulált hatása			
18	-	Jövedelemadó			
19	=	<b>A számvetési politika változásainak adózott eredménye</b>			
20	-	Külső tulajdonosokra jutó érdekeltség	-4 553	-80 237	-1662%
21	=	<b>Adózott vállalkozási eredmény</b>	<b>-156 993</b>	<b>-223 856</b>	<b>-43%</b>
22		<b>Egyszerű EPS korrekciók nélkül (Ft / db)</b>	<b>-3,1716</b>	<b>-3,2675</b>	<b>-3%</b>
23		- ebből: üzleti eredményre jutó:	-3,5378	-3,6908	-4%
24		- ebből: szokásos vállalkozási tevékenység eredményére jutó:	-3,2636	-4,4387	-36%
25		- ebből: megszűnő tevékenység eredményére jutó:			
26		- ebből: számvetési politika változásainak eredményére jutó:			

3.1. Az *Értékesítés nettó árbevétele* a tárgyidőszakban mintegy 549 millió forint volt, ami 22 százalékos csökkenést jelent a bázis időszakhoz képest, amelynek értéke a konszolidációba teljes körűen bevont társaságok tevékenységéből a konszolidációs körön kívülről származó árbevételeket tartalmazza.

3.2. Az *Anyagjellegű ráfordítások* 19 százalékkal csökkentek, a *Személyi jellegű ráfordítások* 66 százalékkal, míg az *Értécsökkenési leírás* pedig 29 százalékkal nőttek, ugyancsak a cégcsoport bővülése és a sales house tevékenység miatt.

3.3. Az **Üzleti tevékenység eredménye** 44 százalékkal csökkent. Ha a tárgyidőszak számait megtisztítjuk az EMGEEvent üzletág számaitól – a bázis időszakkal való összehasonlíthatóság végett – akkor ugyanezen eredmény sor 22 százalékos, mintegy 40 millió forintos javulást 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 fesztiválpiacon az a jellemzője, hogy az árbevétel és eredményesség legnagyobb része a tavasz végi és nyári hónapokban jelentkezik. Ez azt jelenti, hogy miután a költségek legnagyobb része minden évben június-augusztus és október-december hónapokra koncentrálódik, egy adott üzleti negyedév, különösen pedig a várhatóan leggyengébb Q1 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 összhatása a tárgyidőszakban mintegy -66 millió forint.

**Összességében Társaságunk 2011. év I. negyedéves IFRS szerint konszolidált, nem auditált adózott vállalkozási eredménye -223,856 millió forint volt, amiből -70,820 millió forintot az EMGEEvent üzletágnak az ebben az időszakban értelemszerűen – hiszen ilyenkor a fesztiválszervezés körében szinte kizárólagosan csak kiadások jelentenek – elszámolt költségei tettek ki. Ha a tárgyidőszak számait megtisztítjuk az EMGEEvent üzletág számaitól – a bázis időszakkal való összehasonlíthatóság végett – akkor az adózott vállalkozási eredmény sor 3 százalékos, mintegy 4 millió forintos javulást mutat.**

## II. EREDMÉNYKIMUTATÁS

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 gyorsjelentésben foglaltak nem adnak teljes 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. A jelen gyorsjelentésben foglalt olyan kijelentések, amelyek nem múltbeli eseményekre vonatkoznak, ideértve különösen a „várhatóan”, „előreláthatólag”, „feltehetőleg” és ehhez hasonló kifejezések, valamint a feltételes és jövő idejű igealakok, jövőre vonatkozó kijelentéseknek tekintendők. Ezen kijelentések a jelenlegi terveken, becsléseken és előrejelzéseken alapulnak, tehát nem lenne helyes ezen kijelentésekre a kellő mértékű meghaladó módon támaszkodni. Az ilyen kijelentések ismert és nem ismert kockázatokat, bizonytalanságokat és olyan tényezőket is jeleznek, amelyek következtében a Társaság tényleges eredménye vagy teljesítménye alapvetően eltérhet az ilyen jövőre vonatkozó kijelentésben foglalt, várható eredménytől vagy teljesítménytől. Ezen tényezők többek között a következők lehetnek: általános gazdasági és üzleti feltételek; a hirdetések és a különböző típusú hirdetési felületek iránti kereslet ingadozása; a Társaság tartozásainak törlesztésére való képesség; a kulcs munkavállalók elvesztése; a piacainkon és a médiában élesedő verseny; programok, műsorvezetők, írók, fotóművészek vagy más kreatív munkatársak szerződésük megszűnése; adásvételi ügyletekhez szükséges jóváhagyások hiánya, vagy az ilyen ügyletek rajtunk kívül álló okból történő sikertelen zárása; a programok, ideértve a műsorvezetők, költségének növekedése; 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, védjegyoltalom alatt álló szöveges vagy képi megjelölések minden esetben a védjegyjogosult tulajdonát képezik. Azok bármilyen felhasználása kizárólag a vonatkozó védjegyjogosult engedélyével történhet.

A társaság 2011. évi I. negyedéves gyorsjelentése teljes terjedelmében megtekinthető 2011. május 19-től a társaság székhelyén (1117 Budapest, Hauszmann Alajos u. 3.) és honlapján, a [www.econet.hu](http://www.econet.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.





Társaság neve:	EST MEDIA Nyrt.	Telefon: 371-2100
Társaság címe:	1117 Bp. Hauszmann A. u. 3.	Telefax: 371-2101
Ágazati besorolás:	Vagyonkezelés	
Beszámolási időszak:	2011.01.01.-2011.03.31.	
Befektetői kapcsolattartó:	Leskó Nóra	E-mail: nlesko@econet.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
D-E-G Lapkiadó Kft.	500 000	80%	80%	L
econet Invest Kft.	515 000 000	100%	100%	L
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	506 000 000	100%	100%	L
EMG Médiascsoport Kft.	2 340 480 000	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
Súgó Kft.	3 000 000	100%	100%	L
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft.	26 320 000	51%	51%	L
Tele EST Kft.	153 500 000	100%	100%	L
Volt Event Kft.	1 000 000	51%	51%	L

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

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

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

	<sup>1</sup>	2010Q1 <sup>2</sup>	2010Q4	2011Q1 <sup>2</sup>	Q/Q	Y/Y
BetaGrid Kft.	L	128 325	-126 893	-133 013	-4.80%	-203.70%
D-E-G Lapkiadó Kft.	L	-71 943	-146 954	-172 154	-17.10%	-139.30%
econet Invest Kft.	L	772 976	760 734	767 479	0.90%	-0.70%
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	L	518 715	349 186	350 299	0.30%	-32.50%
EMG Médiascsoport Kft.	L	2 073 776	1 586 188	1 541 291	-2.80%	-25.70%
EST MEDIA Nyrt.	L	6 289 142	6 431 162	7 605 468	18.30%	20.90%
Fénypont Kft.	L	73 337	69 026	67 540	-2.20%	-7.90%
GridTech Kft.	L	113 534	-142 200	-148 489	-4.40%	-230.80%
GridLogic Kft.	L	983 810	294 670	294 891	0.10%	-70.00%
Magyar Vendor Kft.	L	70 754	-50 777	-64 512	-27.00%	-191.20%
O-ZONE International Kft.	L	48 112	37 814	23 322	-38.30%	-51.50%
Pesti EST Kft.	L	124 966	108 400	99 269	-8.40%	-20.60%
Súgó Kft.	L	27 729	17 591	16 909	-3.90%	-39.00%
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft.	L	n/a	1 861 345	1 720 179	-7.60%	n/a
Tele EST Kft.	L	-164 901	-196 309	-204 217	-4.00%	-23.80%
Volt Event Kft.	L	n/a	9 389	8 961	-4.60%	n/a

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

<sup>2</sup> a tárgy időszakai 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	2010.03.31	2011.03.31	változás %
<b>1</b>	<b>A</b>	<b>BEFEKTETETT ESZKÖZÖK</b>	<b>5 904 142</b>	<b>5 210 761</b>	<b>-12%</b>
2	I.	IMMATERIÁLIS JAVAK	110 055	95 286	-13%
10	II.	TÁRGYI ESZKÖZÖK	15 646	18 478	18%
18	III.	BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK	5 778 441	5 096 997	-12%
<b>27</b>	<b>B</b>	<b>FORGÓESZKÖZÖK</b>	<b>1 324 781</b>	<b>3 313 953</b>	<b>150%</b>
28	I.	KÉSZLETEK			
35	II.	KÖVETELÉSEK	818 248	3 044 300	272%
43	III.	ÉRTÉKPAPÍROK	499 440	269 249	-46%
49	IV.	PÉNZESZKÖZÖK	7 093	404	-94%
<b>52</b>	<b>C</b>	<b>AKTÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK</b>	<b>50 016</b>	<b>83 805</b>	<b>68%</b>
<b>56</b>		<b>ESZKÖZÖK ÖSSZESEN:</b>	<b>7 278 939</b>	<b>8 608 519</b>	<b>18%</b>
EST MEDIA Nyrt.					
MÉRLEG 'A' változat FORRÁSOK					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2010.03.31	2011.03.31	változás %
<b>57</b>	<b>D</b>	<b>SAJÁT TŐKE</b>	<b>6 289 142</b>	<b>7 605 468</b>	<b>21%</b>
58	1.	JEGYZETT TŐKE	4 950 000	6 851 000	38%
61	2.	TŐKETARTALÉK	2 443 086	2 742 196	12%
62	3.	EREDMÉNYTARTALÉK	-1 082 000	-1 962 034	-81%
67	4.	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-21 944	-25 694	-17%
<b>68</b>	<b>E</b>	<b>CÉLTARTALÉKOK</b>			
<b>72</b>	<b>F</b>	<b>KÖTELEZETTSÉGEK</b>	<b>822 463</b>	<b>890 634</b>	<b>8%</b>
73	7	HÁTRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK			
77	8.	HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	168	3 191	1799%
86	F	RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	822 295	887 443	8%
<b>98</b>	<b>G</b>	<b>PASSZÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK</b>	<b>167 334</b>	<b>112 417</b>	<b>-33%</b>
<b>102</b>		<b>FORRÁSOK ÖSSZESEN:</b>	<b>7 278 939</b>	<b>8 608 519</b>	<b>18%</b>

**PK3. Mérleg (konszolidált)**

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

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

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

	Bázisidőszak	Tárgyidőszak
Befektetett eszközök	5 250 226	6 428 267
Immateriális javak	3 491 668	5 897 042
Tárgyi eszközök	78 852	294 419
Befektetett pénzügyi eszközök	1 679 706	236 806
Forgóeszközök	2 981 099	3 450 051
Készletek	38 914	373
<b>Eszközök összesen</b>	<b>8 231 325</b>	<b>9 878 318</b>
Saját tőke	5 616 230	6 837 069
Jegyzett tőke	4 950 000	6 851 000
Hosszú lejáratú kötelezettségek	30 841	31 758
Rövid lejáratú kötelezettségek	2 584 254	3 009 491
<b>Források összesen</b>	<b>8 231 325</b>	<b>9 878 318</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	2010.03.31	2011.03.31	változás %
3	I.	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	9 191	5 140	-44%
6	II.	AKTIVÁLT SAJÁT TELJESÍTMÉNYEK ÉRTÉKE			
7	III.	EGYÉB BEVÉTELEK			
14	IV.	ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	24 093	17 909	-26%
18	V.	SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	3 292	2 092	-36%
19	VI.	ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS	4 363	4 625	6%
20	VII.	EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	299	270	-10%
22	A	ÜZEMI TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE	-2 856	-19 756	14%
33	VIII.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK BEVÉTELEI	26 170	37 398	43%
41	IX.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK RÁFORDÍTÁSAI	26 590	44 668	68%
42	B	PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE	-420	-7 270	-1 631%
43	C	SZOKÁSOS VÁLLALKOZÁSI EREDMÉNY	-23 276	-27 026	-16%
44	X.	RENDKÍVÜLI BEVÉTELEK	1 332	1 332	0%
45	XI.	RENDKÍVÜLI RÁFORDÍTÁSOK			
46	D	RENDKÍVÜLI EREDMÉNY	1 332	1 332	0%
47	E	ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	-21 944	-25 694	-17%
49	F	ADÓZOTT EREDMÉNY	-21 944	-25 694	-17%
52	G	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-21 944	-25 694	-17%

**PK4.** Eredménykimutatás (konszolidált)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

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

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

	Bázisidőszak	Tárgyidőszak
ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	702 002	549 249
ÜZLETI EREDMÉNY (EBIT)	-175 122	-252 860
PÉNZÜGYI TEVÉKENYSÉG NETTÓ EREDMÉNYE	-2 842	-39 016
ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	-184 879	-318 927
ADÓZOTT EREDMÉNY	-156 993	-223 856

**PK6.** Mérlegen kívüli jelentősebb tételek

Az EST MEDIA Nyrt. és a konszolidációs körébe vont egyes társaságok különböző biztosítékokat (pl. készfizető 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. március 31-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 (2011.03.31.)			Tárgyév elején (2011.01.01.)			Időszak végén (2011.03.31.)		
	% <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	62,40	62,40	42747565	51,12	51,12	29905713	62,40	62,40	42747565
Külföldi intézményi/ társaság	4,83	4,83	2828047	2,81	2,81	1923410	4,83	4,83	2828047	2,81	2,81	1923410
Belföldi magánszemély	42,20	42,20	24685799	34,02	34,02	23309057	42,20	42,20	24685799	34,02	34,02	23309057
Külföldi magánszemély	0,26	0,26	156512	0,33	0,33	223909	0,26	0,26	156512	0,33	0,33	223909
Munkavállalók, vezető tisztviselők <sup>3</sup>	1,59	1,59	933929	0,44	0,44	306059	1,59	1,59	933929	0,44	0,44	306059
Saját tulajdon												
Államháztartás részét képező Tulajdonos <sup>4</sup>												
Nemzetközi Fejlesztési Intézmények <sup>5</sup>												
Egyéb												
<b>Ö S S Z E S E N</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>58510000</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>68510000</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>58510000</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>68510000</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. március 31-én a Társaságban 3.229.882 darab részvényt rendelkezett. Ezek a részvények a „belföldi intézményi/társaság” soron szerepelnek. A Canongate Investments Kft. 2011. március 31-én továbbá 402 darab (4.020.000 darab tőzsrészvénynek megfelelő) vételi kontraktussal rendelkezett, míg a szintén dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 98 százalékos tulajdonában álló Stirling Investments Kft. 2011. március 31-én 260 darab (2.600.000 darab tőzsrészvénynek megfelelő) vételi kontraktussal rendelkezett. Ezen határidős kontraktusok és a Canongate Investments Kft. részvényeiből 3.019.882 darab azóta eladásra került. A Canongate Investments Kft. a Társaságban jelenleg 210.000 darab részvényt rendelkezik.

<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 (március 31.)		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 törzsrészvénynek megfelelő) határidős vételi kontraktust nyitott, amelyek lejáratát 2011. szeptember volt. A kontraktusokból 2011. március 31-ét követően 180 darab eladásra került, így a Társaság jelenleg 30 darab (300.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) határidős vételi kontraktussal rendelkezik. A kontraktusok zárása esetén ez a teljes alaptőke 0,44 százalékának felel meg.

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

**RS3.** Az 5%-nál nagyobb Tulajdonosok felsorolása, bemutatása (2011. március 31-én) a bevezetett sorozatra (68.510.000 darab részvény) vonatkozóan

Név	Letétkezelő (igen/nem)	Mennyiség (db)	Résztesedés (%) <sup>1</sup>	Szavazati jog (%) <sup>1,2</sup>
DonaDöme Kft.	Nem	7 150 000 <sup>3</sup>	10,44	10,44
MKB Bank Zrt.	Nem	6 620 000 <sup>4</sup>	9,66	9,66

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

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

<sup>3</sup> A DonaDöme Kft-nek a Társaságban meglévő tulajdoni hányada – 2011. április 18-i bejelentése szerint – tőzsdei részvényértékesítés következtében 5 százalék alá csökkent.

<sup>4</sup> Az MKB Bank Zrt. a részvényeket – 2011. február 3-i bejelentése szerint – nem befektetési céllal, hanem befektetési szolgáltatási tevékenység keretében adott ügyfél megbízás teljesítése céljából vásárolta, szavazati jogát nem kívánja gyakorolni. Az MKB Bank Zrt. – 2011. április 12-i bejelentése szerint – a tulajdonában lévő törzsrészvények egy részét eladta, ezáltal a szavazatra jogosító részvényeinek aránya 5 százalék alá, 3,53 százalékra csökkent.

**Az 5%-nál nagyobb Tulajdonosok felsorolása, bemutatása a jelen gyorsjelentés készítésének napján (2011. május 19-én) a bevezetett sorozatra (68.510.000 darab részvény) vonatkozóan**

A Társaság a 2011. április 21-i fordulónapra készített tulajdonosi megfeleltetés, valamint az azóta kézhez vett részvényesi bejelentések szerint 5 százaléknál nagyobb tulajdonossal a jelen gyorsjelentés készítésének napján nem rendelkezik.

**Vezető állású személyekhez, stratégiai alkalmazottakhoz kapcsolódó adatlapok a 2011. március 31-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>5.910</b>
IT	Mester Zoltán	-	2010.08.02	2011.04.15 <sup>4</sup>	0
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>5.910</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. március 31-én a Társaságban 3.229.882 darab részvennyel rendelkezett. A Canongate Investments Kft. 2011. március 31-én továbbá 402 darab (4.020.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) vételi kontraktussal rendelkezett, míg a szintén dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 98 százalékos tulajdonában álló Stirling Investments Kft. 2011. március 31-én 260 darab (2.600.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) vételi kontraktussal rendelkezett. Ezen határidős kontraktusok és a Canongate Investments Kft. részvényeiből 3.019.882 darab azóta eladásra került. A Canongate Investments Kft. a Társaságban jelenleg 210.000 darab részvennyel rendelkezik.

<sup>4</sup> Eredetileg 2015. augusztus 1-ig került megválasztásra, de tisztségéről 2011. április 15-i hatállyal lemondott.

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

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/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.02.28	BÉT/EST MEDIA honlap	2011.02.28-án tartott rendkívüli közgyűlésnek érdemi határozatai
2011.02.25	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató társasági részesedés megvásárlásáról
2011.02.24	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személyek befolyásának változásáról, valamint az öt százaléknál nagyobb tulajdonosokról
2011.02.23	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató peres eljárásban hozott végleges döntésről
2011.02.22	BÉT/EST MEDIA honlap	Alapszabály
2011.02.22	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató közgyűlési határozatok cégbírósi bejegyzéséről
2011.02.18	BÉT/EST MEDIA honlap	Összevont tájékoztató mellékletei: cégstruktúra
2011.02.18	BÉT/EST MEDIA honlap	Összevont tájékoztató mellékletei: 2009.évi konszolidált éves jelentés
2011.02.18	BÉT/EST MEDIA honlap	Összevont tájékoztató mellékletei: 2008.évi konszolidált éves jelentés
2011.02.18	BÉT/EST MEDIA honlap	Összevont tájékoztató mellékletei: 2007.évi konszolidált éves jelentés; 2007. évi konszolidált jelentés kieg. melléklete
2011.02.18	BÉT/EST MEDIA honlap	Összevont tájékoztató
2011.02.18	BÉT/EST MEDIA honlap	Hirdetmény tőkeemelés során kibocsátott törzsrészvényeknek a Budapesti Értéktőzsdére történő bevezetéséhez kapcsolódóan
2011.02.11	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról
2011.02.10	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az event üzletág működéséről
2011.02.07	BÉT/EST MEDIA honlap	Előterjesztés és határozati javaslat
2011.02.04	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról
2011.02.03	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedés bejelentéséről
2011.02.02	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2011.02.01	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2011.01.27	BÉT/EST MEDIA honlap	Közgyűlési meghívó
2011.01.25	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról
2011.01.20	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató a cégcsoport 2010-es teljesítményéről
2011.01.17	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személyek befolyásának változásáról
2011.01.07	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató felügyelő bizottsági tagok tulajdonában lévő részvényekről
2011.01.06	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személyek befolyásának változásáról
2011.01.06	BÉT/EST MEDIA honlap	A Felügyelő Bizottság tagjává megválasztott személyek önéletrajza
2011.01.06	BÉT/EST MEDIA honlap	Közgyűlés érdemi határozatai
2011.01.05	BÉT/EST MEDIA honlap	Alapszabály
2011.01.05	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató cégváltozások cégbírósi bejegyzéséről
2011.01.03	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató leányvállalat cégbírósi bejegyzéséről

Budapest, 2011. május 19.



dr. Balázs Csaba  
EST MEDIA Nyrt.