



Média11

BESZÁMOLÓ ÉS ÜZLETI TERV MÉDIA 11 KFT.

2022.



Tartalomjegyzék

Beszámoló 2021.	3. oldal
Újbuda újság	3. oldal
Újbuda TV és online felületek	4. oldal
Rendezvények	6. oldal
Hirdetések	7. oldal
Üzleti terv 2022.	7. oldal
Költségvetés 2022.	8. oldal



A Média 11 Kft. 2021-ben, az alap és kiegészítő tevékenységek tekintetében összesen nettó 296.980.739 forint bevétellel zárta az évet, ebből nettó 263.588.418 forint származott az önkormányzat költségvetéséből.

A társaság 2021-ben stabilnak mondható pénzügyi körülmények között működött, a kitűzött stratégiai célok szem előtt tartásával.

2021-ben a szervezet felépítése nem változott, és a munkatársak száma sem módosult jelentősen. Összesen egy fő érkezett hozzánk az év második felében (4 óras munkaviszonyban), aki adminisztratív feladatok ellátásában, szervezésben és rendezvényszervezésben segíti a munkánkat. Emellett egy munkatárs kezdte meg a munkáját októberben visszatérve a gyesről, ő a korábbi pozíciójának megfelelően szerkesztői és újságírói feladatokat lát el. Az összesen 14 munkavállaló mellett 7 fő megbízásos jogviszonyban dolgozott, 3 gyakornokunk volt, egy fő GYED-en volt/van.

Az év jelentős részében a cég azon része, ahol a munkatársak feladatellátása nem személyes jelenléthez kötött, home office-ban végezte munkáját. Tekintettel arra, hogy az ehhez szükséges eszközbeszerzések már 2020-ban megtörténtek, az átállás nem rótt plusz anyagi terhet a társaságra, és egyéb tekintetben sem okozott fennakadást vagy minőségváltozást.

2021. elejétől érezhető volt, hogy a feladatok mennyisége növekszik és a fokozott terhelés egész évben megmaradt, így a meglévő kereteken belül igyekeztünk apróbb finomításokat végrehajtani (feladatok átszervezése), ugyanakkor ez előrevetítette azt is, hogy a közeljövőben szükség lesz egy-egy területen a szakértők számának növelése. Ezzel tudjuk majd várhatóan minden felületen növelni és gyorsítani a tartalomgyártást és megjelenést.

A járvány jelentős hatást gyakorolt a gazdasági környezetre, ami különböző területeken érte el társaságunkat, és bár a 2021-es évben még nem volt financiálisan érzékelhető, a 2022-es év tervezésénél már nem lehetett figyelmen kívül hagyni. A változások elsősorban a hirdetési stratégiát és az árképzést valamint a rendezvényeket fogják érinteni, stratégiánk is ennek megfelelően alakul.

Újbuda újság

A 2020-ban megjelenésében és tartalmában is újrászabott újság folyamatosan törekszik a lakosság visszajelzései alapján mérhető pozitív szimpátia indexet tovább emelni. Nem változott az a szándékunk, hogy egy átlagos kerületi lapnál többet, olvasható, szerethető kiadványt nyújtsunk át Újbuda lakóinak minden alkalommal. Az eddigi kutatások afelé mutatnak, hogy jó úton haladunk a terveink megvalósításában. A 2020-as 97%-os ismertséget 2021-re 99%-ra sikerült emelnünk, illetve azok száma is 86%-ra, 7 százalékponttal emelkedett egy év alatt, akik valamilyen rendszerességgel olvassák az újságot. A visszajelzések és kutatások arra engednek következtetni, hogy a lap felépítése nagy százalékban találkozik az olvasók elvárásaival. Példaként egy ilyen tartalmat említenék: a kerületiek kifejezetten foglalkoztatja a helyi hírességekről, akár régen vagy jelenleg a



kerületben született vagy élt híres személyek életéről, akár egyes helyek, épületek, terek történetéről szóló cikkek. Ezeket a tartalmakat rendszeresen megjelentettük 2021-ben is, de fontos visszajelzés számunkra, hogy az ezirányú érdeklődés fokozódott az elmúlt egy évben, 84-ről 94%-ra nőtt a téma iránt érdeklődők aránya, így még nagyobb helyet szükséges erre biztosítanunk.

A tartalmi felépítésben természetesen továbbra is a leghangsúlyosabb részt a közérdekű, önkormányzati tevékenységgel összefüggő tájékoztatás teszi ki, de prioritás, hogy ezekkel egyensúlyban helyet kapjanak a kulturális, a sport témák, a helyi innováció és vállalkozások bemutatása, illetve külön hangsúlyt fektetünk arra, hogy a kerületi rendőrség, katasztrófavédelem és közterület-felügyelet tevékenységéről is olvashasson a lakosság. A kerületi civil szervezetek megjelenésében is új lapot nyitottunk, állandó felelős kolléga (a Média11 Kft. szakmai igazgatója) kijelölésével.

Összességében megállapítható, hogy az újság kedveltsége magas, azonban a hozzáférést a terjesztés további javításával elengedhetetlen növelni. Ha valakihez nem jut el rendszeresen az Újbuda újság, az a felmérések szerint jellemzően azt jelenti, hogy ritkábban kap, időnként kimarad egy-egy kiadvány - az érintettek nagy része szerint ez áll a háttérben. Mások viszont azt állítják, hogy nem jutnak egyáltalán újsághoz. Sajnos olyan híreket is kapunk, hogy sokhelyütt "szervezetten eltűnnek" a már kikézsbesített újságok. Továbbra is igaz, hogy a korábbi évekhez képest jobban működik a lapterjesztés, de a több mint 14 ezer hiányzó példányszámot nehéz logisztikai megoldásokkal áthidalni. Ezzel együtt további lépéseket teszünk megoldások keresésére.

Újbuda TV és online felületek

Az *Újbuda TV* műsorstruktúrája jelentős átalakításon esett át 2021 májusában. A korábbi évekre jellemző minimális, heti 3 órás gyártott tartalomból álló műsoridőt 20-24 óra szerkesztett tartalomra cseréltük le. A visszajelzések alapján színvonalasabb és fogyaszthatóbb helyi televíziózást biztosíthatunk ezzel. A tartalmak egy részét – főleg híreket és aktuális beszélgetős műsorokat – az eseményektől és történésektől függően heti 6 órában gyártjuk, melyeket frissítve, akár azonnal is publikálunk és naponta háromszor ismételjük. A többi tartalmat, az együttműködések alapján más gyártótól átvett közéleti és kulturális anyagokból vagy a korábbi évtizedekben az Újbuda TV-ben gyártott archív, retro műsorokból állítjuk össze.

Bevezettük az adásfolyamba az élő közvetítéseket, így a testületi ülések ma már realtime-ban követhetőek nemcsak a Facebook oldalon, hanem a televízióban is. Ezen kívül nem ritka, hogy egy-egy konferenciát, vagy műsort közvetítsünk élőben. (A pandémia idején főleg zoom előadások, konferenciák, idén pedig már egész műsorokat, például a Göncz Árpád estet teljes egészében élőben közvetítettük).

Népszerű program volt a kínálatban a régi magyar filmek vetítése is, amely 11 héten keresztül futott műsoron, a magyar film napjának alkalmából, először az Újbuda TV-ben. A korábbi kutatások eredményeit figyelembe véve a kulturális műsorok nagyobb teret kaptak a



programban. Rengeteg portrébeszélgetés, könyvajánló, zenei és színházi darab került és kerül sugárzásra, de olyan tartalmakat is újra elővettünk, amelyek az egészségmegőrzésre, a gyerekeknevelésre és a helyi érdekességekre reflektál.

2021-ben elindult együttműködésünk a helyi civilszervezetekkel, melynek keretében külön civil műsor kidolgozásán kezdtünk dolgozni. Ennek eredményeként hamarosan civil magazinműsorral bővül a kínálatunk, ami havonta egyszer lesz látható. További új műsorok elindítását is előkészítettük, így egészségügyi és sport magazinnal valamint kulturális sorozattal is találkozhatnak a nézők.

Ahhoz, hogy a jellemzően idős korcsoportoz tartozó rendszeres nézőkön túl másokat is elérjünk, a TV népszerűsítését folytatnunk kell. Hozzáférhetővé kell tennünk az aktuális műsorújságot is, ami korábban nem készült még a kerületben.

Az *Újbuda Facebook* oldalát a lakosság számához mérten arányaiban kevesek követik rendszeresen. A felhasználók között nagyobb arányban található meg a nők. Míg korábban a 25-44 éves korosztályban volt a legnépszerűbb a profil, 2021-ben, amellett, hogy nőtt az említett korcsoport érdeklődése, szélesedett is a korfa. Nőtt a követési hajlandóság a 45-54 évesek között, a női dominancia csökkentése azonban továbbra is megoldandó feladatunk azzal együtt is, hogy az alkalmazás felhasználóinak döntő többsége Magyarországon középkorú nő. 2021-ben 2526 fővel nőtt a lájkolók száma, ami akkor is további munkát igényel, ha a kifelé is vállalt elköteleződés egyre kevésbé jellemző, ráadásul a Facebook népszerűsége évről évre csökken, és helyét átveszi a fiatal, aktív korosztály által használt TikTok. Fontos mutató az eredmények tekintetében az elérések száma, ami a 2020-as (teljes naptári) év 814393 eléréséhez képest 2021-re növekedést mutatott: 1769190. Különösen azért van ennek jelentősége, mert a Facebook folyamatos módosításainak köszönhetően az organikus elérések száma évek óta csökken, ezzel igyekezve a felhasználókat a fizetett hirdetések irányába terelni.

A posztok képi tartalmában tartjuk a látványos kreatívok, fotók és videók használatát, melyek továbbra is fokozzák az eléréseket. A videókat jellemzően a felhasználóbarát rövidre vágott verzióban publikáljuk az oldalon, jelezve a teljes anyag elérési útvonalát a posztban. A profil tartalomgyártásának és eredményességének fokozása érdekében szükséges olyan munkatárs alkalmazása, aki kizárólag ezzel a médiaeszközzel foglalkozik.

Az *ujbuda.hu* oldalt a kutatás kérdéseire adott válaszok alapján, a megkérdezettek 36%-a böngészni alkalmanként. Az oldalon található információkat a látogatók megbízhatónak és hasznosnak találják. Változtatást jellemzően nem javasoltak, kevesen fogalmaztak meg konkrétumokat: átláthatóbb, jobb honlapszerkezetet szeretnének, friss információkat helyi szolgáltatókról és több helyi eseményt. A válaszadók 53%-a szívesebben böngészne a tartalmilag szétválasztott újbudai honlapot. Tekintettel arra, hogy a korábbi felmérés is ezt az eredményt mutatta, vállalt feladatunk volt különálló hírportál kialakítása. Az *onlineujbuda.hu* megtervezése és kialakítása megtörtént, azonban addig, amíg az *ujbuda.hu* nyitóoldalára választható tartalomként nem kerül ki (osztott nyitó oldal, ahol eldönthető, hogy a kerület hírei vagy az önkormányzati tartalom felé szeretne továbblépni), addig nem hozzuk



nyilvánosságra. Az implementáció elkőkészítése megtörtént, hamarosan lezajlik. Az új oldal, aktuális tartalmakkal addig is megtekinthető az alábbi teszt oldalon megtekinthető: newspaper.pcjavito.com. Az oldal felépítésében és működésében megfelel a modern híroldalak követelményeinek: átlátható, tematizált, könnyen kereshető. Emellett az új oldal lehetőséget ad olyan tartalmak megjelenítésére is, amelyekre jelenleg nincsen mód az ujbuda.hu-n, pl.: műsorújság, kerületi szolgáltatók stb. Emellett reklámfelületek megjelenítésére is alkalmas, ami újabb bevételi forrást jelenthet, és tovább növelheti cégünk portfólióját.

Rendezvények

A Központ Kft. és a Média 11 Kft. közötti rendezvényfelosztás megtörtént, melynek értelmében a kulturális rendezvények szervezését és lebonyolítását a Központ Kft. végzi, az egyéb nagyobb szabású lakossági rendezvényekét pedig a média cég.

A járványhelyzet 2021. nagy részében nem tette lehetővé a nyilvános, nagy létszámú rendezvények tartását, így a Média 11 Kft. első nagy lakossági rendezvénye 2021-ben a szeptember 5-i Őszköszöntő fesztivál volt. A résztvevők száma és a visszajelzések alapján az egynapos családi rendezvény kifejezetten sikeres volt. Ezt követte szeptember 18-án a 32. hagyományos, gazdagréti Halászléfőző verseny, mely szintén nyilvános, szabadidős közösségi rendezvényként került megrendezésre. Alapvetően kisebb, a környéken élő közösségeket célozta meg a rendezvény, amelyet sikeresen lebonyolítottunk. Az év végén megrendeztük az első Bikás Parki Adventi Vásárt, amely négy héten át tartó karácsonyi vásárt és hétvégéken tartott rendezvénysorozatot foglalt magába. A termékek és szolgáltatások, különösen az energia szektor árainak jelentős emelkedése miatt a rendezvények költségei emelkedtek az előző évekhez képest. Ugyanakkor, mindhárom eseményre igaz, hogy a rendelkezésre álló költségkeretből a maximumot hoztuk ki, törekedve minden esetben a költséghatékony megoldásokra.



Hirdetések

A pandémia és a gazdasági helyzet romlása miatt az üzletek, vállalkozások túlnyomó része időszakosan, esetleg végleg bezárt, vagy még mindig küzd az életben maradásért, így a hirdetési kedv szinte minden szektorban visszaszorult. Különösen igaz ez a print felületekre, amelyek jelenleg a legdrágább hirdetési formának minősülnek. A járványhelyzetben a vállalkozások egy része átállt az online hirdetésekre, amely nemcsak olcsóbb, de naprakészebb és kényelmesebb megoldás is a partnerek számára, ráadásul könnyebben mérhető az elérésük és hatékonyságuk is. A print hirdetéseket főként azok a cégek választották, akiknek az idősebb korosztály a célközönsége, így túlnyomóan egészségügyi szolgáltatók vagy helyi érdekeltégű üzletek, ritkábban programokhoz, esetleg európai uniós

támogatáshoz kapcsolódó szervezetek hirdettek az Újbuda újságban. A változások ellenére, a 2021-es évre tervezett, valamivel több, mint nettó 20 millió forintos reklámbevételt elértük, sőt, átléptük, meghaladva a nettó 33 millió forintot.

A hirdetési szokások jelenleg erős átalakulásban vannak. A járvány a globális piacra is hatással volt. A papírhiány és az ennek nyomán bekövetkezett papírdrágulás az offline megjelenéseket további nehéz, illetve bizonytalan helyzetbe sodorta. Egyrészt a gyártási költség növekedése, másrészt a nyomdák beszerzési forrásainak beszűkülése miatt várható, hogy a maradék potenciális hirdetők elfordulnak majd a printtől. Ugyanakkor nem kizárt, hogy azok az áruházláncok, amelyek saját kiadványokat szoktak terjeszteni, a költséghatékonyság és a bizonytalansági tényezők kizárása miatt inkább a helyi lapok mellett döntenek a későbbiekben. Ez a folyamat valószínűsíthetően a 2022. év végére hoz érzékelhető változást. A bevételek növelésére a megoldást a fent már említett online felületek értékesítésében látjuk, amely a teljes hirdetési munkamenetünket jelentősen befolyásolja. Hiszen a sok, ámde egyenként jóval olcsóbb hirdetési összeg nagyobb energiabefektetést és kapacitásbeli leterheltséget jelenthet a munkatársak esetében.



Üzleti terv 2022.

Stratégiai célok

- Stabil gazdálkodás fenntartása, hirdetési (online) bevételek növelése.
- A lakosság objektív és széles körű tájékoztatásának fenntartása.
- Online elérések növelése.
- A meglévő eszközeinken nagyobb felületet biztosítani a kulturális tartalmaknak.
- Az Újbuda TV műsorszerkezetének frissen tartása új műsorok indításával, kínálat színesítése további külső tartalmak bevonásával is, fókuszban a költséghatékonysággal.
- Színvonalas lakossági rendezvények megvalósítása, támogatók bevonásával.
- A lapterjesztés minőségének növelése érdekében további módszerek megtalálása.

Költségvetés – 2022.

A nehezedő gazdasági helyzet 2022-ben a kiadások emelkedésével fog járni, melynek egy részét már látjuk. A korábban említett papírpiacon helyzet következtében a nyomdai kiadásokra tervezett összeget 45 millió forintra kellett emelni, a korábbi 30 millió forinttal szemben. (A közbeszerzés jelenleg utolsó fázisában van.) Ez az egy olyan tétel volt az idei évre tervezett költségvetésünkben, amely kiugróan növelte a forrásigényt. Szempont volt tervezéskor ismételt, hogy a nehézségeket ne érzékeljék a kerületi lakók, szolgáltatásainkon keresztül.

A piac kiszámíthatatlan alakulása miatt 2022-re 23 millió forint reklámbevételre számítunk.

Legfontosabb célunk az, hogy jelenlegi lehetőségeink kiaknázásával szervezetünket továbbfejlesszük, hogy jobb munkakörnyezetben tovább növelhessük cégünk szakmai eredményeit a stabil gazdálkodás fenntartása mellett.

Mellékletek:

1. Mérleg, eredménykimutatás 2021-es évre
2. Kiegészítő melléklet 2021-es évre
3. Határozat az eredmény felosztásáról
4. Könyvvizsgálói jelentés
5. Eredménykimutatás-tervezet 2022-es évre


Média 11 Kft.
1113 Budapest, Zsombolyai u. 5.
Cg.: 01-09-356809
Adószám: 27914119-2-43