



Média11

BESZÁMOLÓ ÉS ÜZLETI TERV MÉDIA 11 KFT.

2023.

G



Tartalomjegyzék

Beszámoló 2022.	3. oldal
Újbuda újság	3. oldal
Újbuda TV és online felületek	4. oldal
Rendezvények	5. oldal
Hirdetések	7. oldal
Üzleti terv 2023.	8. oldal
Költségvetés 2023.	8. oldal



A Média 11 Kft. 2022-ben, 6.502.000.- Ft veszteséggel zárta az évet. Az év során bruttó 288.117.000.-Ft önkormányzati költségvetésből, valamint bruttó 26.839.000.-Ft reklámbevételből gazdálkodtunk.

A társaság 2022-ben nehéz gazdasági környezetben működött. Az adóváltozások, és a nagymértékű infláció, valamint rezszi áremelés miatt bérkompenzációkat kellett végrehajtani, emellett szinte az összes szállító árat emelt. Az adóváltozások (KATA) generálták 2 fő munkavállalói alkalmazását, akik eddig vállalkozóként látták el feladataikat, ez pedig emelte bérköltségeinket. A 2021-ben tervezett 2022-es reklámbevételek bruttó 5.634.000.-Ft-tal maradtak el a várakozásoktól. Ennek okairól, illetve a reklámpiac átalakulásáról a hirdetések pontban részletesen beszámolok.

2022-ben a szervezet felépítése az említett két fő (korábban KATA-s vállalkozó) munkavállalói alkalmazása mellett annyiban változott, hogy az önkormányzattól átkerült a Média 11 Kft.-hez a kommunikációs feladatkör, így egy fő sajtókapcsolati munkatárs felvételre került. Továbbá egy fő, a gyakornoki programját nálunk befejezve, munkavállalóként folytatta cégünknel pályafutását. Az összesen 16 fő munkavállaló mellett 7 fő megbízással jogviszonyban dolgozott, két fő GYED-en, GYES-en van.

Az év egészében visszaálltunk a teljes irodai munkára addig, amíg a pénteki home office rendszer bevezetésre nem került az önkormányzat rezsicsökkentési lépéseként. Ez a változás a munkánkban semmilyen változást nem okozott, a stáb tagjain kívül minden munkakörben zökkenőmentes tartható a pénteki távmunka.

Feladataink átszervezésével és a két új kollégával minden felületen sikerült növelni és gyorsítani a tartalomgyártást és megjelenést.

Újbuda újság

A cégalapítást követően megjelenésében és tartalmában is újraszabott újság a lakosság visszajelzései alapján továbbra is a legkedveltebb média eszközünk.

Felépítésben továbbra is a leghangsúlyosabb részt a közérdekű, önkormányzati tevékenységgel összefüggő tájékoztatás teszi ki, de a korábbi évek igényeit szem előtt tartva, nagyobb hangsúlyt fektettünk a kulturális, helytörténeti és sport tartalmakra, valamint rendszeresen tettünk közzé kerületi híres emberekkel, és közérdekű témákkal foglalkozó szakemberekkel készített anyagokat. A pártpolitikai tartalmakat továbbra sem helyeztük előtérbe.

Összességében megállapítható, hogy az újság 2022-ben is hozta a várt pozitív tetszési indexet, azonban a hozzáférést a terjesztés további javításával növelni volt szükséges. Ennek érdekében 2023-ban új céget bízunk már meg a feladat ellátásával, noha pontosan tudjuk, hogy 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 2021-ben jelentős átalakításon esett át. Az újításokat következetesen vittük tovább a 22-es évben, így a 20-24 óra szerkesztett tartalmat, a heti 6 órában gyártott híreket és aktuális beszélgetős műsorokat is. Népszerűek, így adáson maradtak a korábbi évtizedekben az Újbuda TV-ben gyártott archív, retro műsorok.

A kedvelt kulturális magazinműsor mellett, olyan egyéb tematikus műsorokat indítottunk el, amelyek a korábbi években készített közvélemény-kutatások alapján, a leginkább tartottak érdeklődésre számot Újbuda lakossága körében. Így bevezetésre kerültek a sport, egészségügyi, és portré magazinok is. További újdonságként elindult az utca embere sorozat, amelyben különböző aktualitásokkal kapcsolatban kérdezzük meg a járókelőket.

Minden változtatás azt szolgálta, hogy színvonalasabb és fogyaszthatóbb helyi televíziózást biztosíthassunk, és meggyőződésünk szerint ezzel jó úton járunk, és bízunk benne, hogy egy esetleges újabb kutatás majd alátámasztja ezt.

Facebook

Annak ellenére, hogy a fiatalabb korosztály egyre inkább áttér más platformok használatára (TikTok, Instagram), a Facebook továbbra is az első számú közösségi média felületnek számít. Nem csoda, hogy folyamatosan fejlesztik, funkciókat vesznek el és adnak hozzá, hiszen tudják, hogy a változásokhoz még mindig rengetegen fognak alkalmazkodni. Az algoritmus is egyre összetettebben működik, folyamatos fejlesztéseken megy keresztül, és a jó elérés érdekében a business profilokat egyre inkább a fizetett hirdetésekre ösztönzik. Annak ellenére, hogy az oldal fejlesztői a fizetett hirdetésekben látják a jövőt, az Újbuda Facebook oldalon – kevés fizetett hirdetést alkalmazva is – évről évre egyre több felhasználót érünk el tartalmainkkal. 2022-ben (teljes naptári év) 2 294 074 felhasználóhoz jutott el az oldalunkról vagy az oldalunkkal kapcsolatos valamilyen tartalom, legyen szó bejegyzésről, történetről, hirdetésről. 2021-hez képest ez a szám 30%-kal nőtt, tehát 30%-kal több felhasználót értünk el a tartalmainkkal ebben az időszakban. Ez a szám azért is nagyon kimagasló, mert 2 294 074 különböző felhasználóról beszélhetünk, hiszen nem foglalja magában azt, hogyha egy felhasználónál többször is megjelentek a tartalmaink.

2022-ben 2 174 új felhasználó követte be az Újbuda Facebook oldalt, így 2022. december 31-én 25 004 felhasználóval zártuk az évet. Az oldal követői 70%-30%-ban nőek. Mind a férfiak, mind a nők terén a legtöbb követő a 35-44 éves korosztályból került ki. (Ez változást jelent a 2021-es évhez képest, amikor egyértelműen a 45-54 éves korosztály követése dominált oldalunkon.) Továbbra is nagyon népszerű az oldal a 25-34 éves felhasználók között, valamint az idősebb 45+ korcsoportból is sokan követnek minket. A 25 évnél fiatalabb generációt nehéz, és valószínűleg egyre nehezebb lesz elérni, illetve követésre ösztönözni Facebookon, a korábban említett „fiatalosabb” platformok használata miatt. Ennek ellenére a közülük kikerült követők száma is emelkedett 2022-ben.



A posztok képi tartalmában továbbra is a saját arculattal ellátott, látványos, nagy szöveges kreatívokat, és több fotóból álló képgalériákat alkalmazunk. Videós bejegyzéseket is publikálunk, amelyeket inkább rövidebb, felhasználóbarátabb, „teaser” jellegű verzióban teszünk közzé az oldalon, jelezve a teljes anyag elérési útvonalát a posztban. A rövidebb videókkal a Facebook algoritmus is jobban bánik, a felhasználók is sokkal jobban szeretik, hiszen – a TikTok elterjedése óta – fogékonyabbak vagyunk az 1-2 perces videós tartalmakra, mivel nem kell hosszú ideig koncentrálni. Akit pedig a teljes, 15-30 perces anyagok is érdekelnek, azt könnyen a YouTube csatornánkra tudjuk irányítani, növelve ezzel ennek a platformunknak is az elérését.

Újbuda online

Az *ujbuda.hu* oldalt a korábbi kutatásokban megismert lakossági igény szerint megosztottuk oly módon, hogy a hivatali tartalmaktól elválasztottuk a híreket, így ma azok már a nyitóoldalon tett választást követően önálló oldalon érhetőek el. Az *ujbudaonline.hu* felépítésében és működésében megfelel a modern híroldalak követelményeinek: átlátható, tematizált, könnyen kereshető.

Az oldal nagy előnye egyebek mellett az, hogy gyorsan módosítható és lehetővé teszi azoknak a lakossági felméréseknek a megvalósítását is, amelyek az *ujbuda.hu* oldalon nem voltak lehetségesek. Így egyszerűen alkalmazható bármilyen űrlap, amely alkalmas a lakosság véleménynyilvánítására, szavazásra, legyen szó utcanévszavazásról, közösségi költségvetésről, karácsonyi ajándékok örökbefogadásáról vagy bármilyen más fontos közösségi interakció lebonyolításáról.

A site lehetőséget ad olyan tartalmak befogadására is, amelyekre az *ujbuda.hu* oldalon nincsen mód. Ilyen például a reklámok megjelenítése, amely bevezető időszakkal elindult, a nyomtatott reklámfelületeinkhez képest jelentősen alacsonyabb áron. Abban bízunk, hogy a lehetőség sokak számára lesz vonzó, és az így elért bevétel hamarosan látható mértékben hozzájárulhat társaságunk költségvetéséhez.

Rendezvények

A rendezvényszervezők, illetve a rendezvényszervezés bármely szegmensében tevékenykedő vállalkozások nagyon megszenvedték az elmúlt éveket. A COVID miatti bevételkiesést és bizonytalanságot sok vállalkozás nem élte túl, aki pedig igen, az a humánerőforrás hiányával kellett, hogy szembesüljön. A munkaerő díja ezen a területen jelentősen megnőtt, a korábbi munkatársakat csak számottevő munkabéremeléssel tudták visszacsábítani a rendezvényszervezői szférába. A tavalyi év csak tovább fokozta az egyébként sem könnyű helyzetben lévő üzletágot, az energiaárak, a benzin és a KATA-s vállalkozások kivezetése további drágulást eredményezett ezen a területen.



Az árak a COVID előtti időszakhoz képest másfél-kétszeresére nőttek, a piaci szereplők általi bevételek – mind a támogatói, mind az együttműködői oldalon – pedig jelentősen visszaestek. 2022-ben összesen három rendezvény valósult meg a Média11 Kft szervezésében:

a Tavaszváró piknik, a Halászléfőző verseny, valamint az Advent Újbudán rendezvény.

A *Tavaszváró piknik* a nagyobb szabadtéri rendezvényekhez – és a drasztikus áremelkedéshez - képest viszonylag szerény költségvetésből valósult meg. Bár területében csak a park felét építettük ki, a rendezvény magas színvonalon, rengeteg résztvevővel zajlott. Az esemény tematikájába ezúttal edukációs célokat is becsempésztünk, a hagyományos családi programok mellett a környezetvédelemre és a civil bázis megerősítésére is nagy hangsúlyt fektettünk.

A 2022 szeptemberében megrendezett *Halászléfőző verseny*, a korábbi évek gyakorlatától eltérően új helyszínen, és kibővült programkínálattal valósult meg. A kerület legrégebbi hagyományokkal bíró rendezvényénél azért volt indokolt a változtatás, mert az elmúlt évtizedben folyamatosan csökkent a résztvevők száma, és szerettük volna újra népszerűvé tenni Gazdagrét legfontosabb eseményét. Alapvető újítként a rendezvény nevéét Halászléfőző verseny és gasztro fesztiválra módosítottuk, és meghívtuk önkormányzatunk 13 nemzetiségi önkormányzatát, hogy megismertessék saját konyhájukat az érdeklődőkkel. Megváltoztattuk a rendezvény helyszínét is. Olyat választottunk, ahová bárki betekinthet, nemcsak azok, akik célirányosan a főzőversenyre érkeztek. A programokat is igyekeztünk úgy kialakítani, hogy az is jól érezze magát, aki nem szeretné megmérgetni magát a versenyen vagy éppen nem szereti a halászlévet. 2022-ben nemcsak főzőversenyre regisztrálhattak a résztvevők, hanem zsírosdeszka készítésre is, valamint a helyi nemzetiségi önkormányzatok bevonásával távoli tájak ízeiből is kóstolót kaptak a látogatók. A korábbi évek gyakorlatától eltérően idén jóval nagyobb igény volt a kóstoltatásra, nemcsak a külön erre a célra vásárolt 200 adag halászlé, hanem a versenyzők főztjei is pillanatokon belül elfogytak. A rendezvényhez kapcsolódó kiegészítő szolgáltatások is nagyon népszerűek voltak, a gyerekeket arcfestők, kisvona, óriás fajtékok és kézműves foglalkozás várta. A rendezvényre érkezők száma a korábbi évekhez képest legalább kétszeresére bővült, amely igen nagy sikernek mondható.

Az *Advent Újbudán* rendezvény 2022-ben második alkalommal nyitotta meg kapuit a látogatók előtt, ezúttal az Etele téren. Az új helyszín apropóját az adta, hogy az Etele pláza átvállalta Újbuda önkormányzatától a jégpálya üzemeltetésének díját, jelentős milliókat spórolva meg, ezáltal a kerületnek. Az Etele tér fővárosi tulajdonban áll, így Budapest Főpolgármesteri Hivatalával egyeztetve sikerült megvalósítani a rendezvényt. A két önkormányzat közötti szoros együttműködést jól példázza, hogy a területre először adtak rendezvényhasználati engedélyt, ugyanakkor a biodiverzitás megőrzése miatt a beépíthető terület mérete jelentősen korlátozott volt, így az eredetileg tervezett kültéri játékok és karácsonyi installációk kihelyezésére nem volt mód.



Emiatt elsősorban a színpadi programokra helyeztük a hangsúlyt, amely hétvégenként várta a látogatókat olyan nagy nevekkal, mint például Vásári André, Caramel, Dolly, Pál Dénes, Bodrogi Enikő, Arató András, vagy éppen a Boney-M. A korábbi év gyakorlatához hasonlóan az advent sorozat keretében került megrendezésre a nagycsaládosok karácsonya, és a fogadj örökbe egy ajándékot esemény is.

Bár a rendezvény mind a helyszínválasztás, mind a fellépők miatt sok látogatót vonzott a programnapokon, hétköznap csak kevés résztvevővel zajlott, így azt a javaslatot tettük az Önkormányzat felé, hogy az idei esztendőben tíznaposra szűkítsük az esemény hosszát, és a rövidítés miatt megspórolt összeget további programelemek bővítésére fektessük be. A korábbi évek gyakorlatától eltérően idén jóval nagyobb hangsúlyt kaptak a gyerekeknek szóló programok, valamint az élő koncertek is. A változtatások azt eredményezték, hogy az elmúlt évekhez képest jelentősen nagyobb számú érdeklődőt vonzott az esemény.

Összegezve, a programok kicsiket és nagyokat is megszólítottak, népszerűségük a vártnál nagyobb volt. A termékek és szolgáltatások, különösen az energia szektor árainak jelentős növekedése miatt a rendezvények költségei is emelkedtek az előző évhez képest. Ugyanakkor, mindhárom eseményre igaz, hogy a rendelkezésre álló keretből a maximumot hoztuk ki, törekedve minden esetben a költséghatékony megoldásokra.

Hirdetések

A 2022-es év a hirdetési szférában a bizonytalanság és átrendeződés éve volt, és ez a folyamat jelenleg is tart. Ennek oka sokrétű, és elég nagy a bizonytalansági tényező is benne.

A print hirdetések a papírárak, a rezszi költségek (előállítás, benzinár) a humán erőforrás költségek (KATA megszüntetése, terjesztési díj) kiugró növekedése miatt egyre inkább luxus kiadásnak minősülnek és egyre nagyobb az árkülönbség az online megjelenéshez képest, így sokan elfordultak a print hirdetésektől, amely a Média11 esetében a fő bevételi forrást jelenti.

A hirdetőik közül eltűntek azok a szektorok, amelyek a COVID előtt még aktív partnereink voltak, így egyebek mellett a kulturális és a vendéglátó egységek hirdetéseit. Ugyanakkor a korábban saját prospektussal rendelkező üzletek egy része kísérletet tett arra, hogy a helyi újságokban jelentessen meg, saját kiadványok helyett. Ez még kísérleti szakaszban van, a hatékonyságát még nem látjuk, de a Média11 szempontjából ez a kísérlet segített, hogy a tervezett bevételeket megközelíthessük, viszont 2023-ra nem biztos, hogy ezek a hirdetőpartnerek ugyanúgy megmaradnak.

Az, hogy idén sem terveztünk jóval kevesebb bevétellel az azért van, mert sikerült az online oldalunkat elindítani, amely a terveink szerint pár éven belül az újság bevételével egyenlő bevételt fog termelni.

Mi is igyekszünk a folyamatosan változó és bizonytalan piaci igényekhez igazítani a felületek formáját és az árképzést is. A print hirdetés árát 2021 végén csökkentettük és azóta sem



emeltük, hogy ne veszítsünk el még több ügyfelet. Az online esetében pedig igyekszünk megtalálni azt a hirdetési formát, amelyre a legnagyobb az igény.

Hosszabb távú célunk, hogy lehetőséget biztosítsunk az újbudai cégeknek egy „helyi kisokos” létrehozásában, amely sokkal nagyobb lakossági igényt elégítene ki és a kevesebb marketing költségvetéssel rendelkező cégeknek is jó megoldási lehetőséget jelentene, számunkra pedig egy újfajta fizetőközönség bevonását jelenthetné.

Üzleti terv 2023.

Stratégiai célok

- A gazdasági körülményekhez mérten stabil gazdálkodás kialakítása, veszteség lefaragása.
- Hirdetési (online) bevételek növelése.
- A lakosság objektív és széles körű tájékoztatásának fenntartása.
- Online elérések növelése.
- A meglévő eszközeinken nagyobb felületet biztosítani a tematikus tartalmaknak.
- Az Újbuda TV műsorszerkezetének frissen tartása új műsorok indításával.
- Színvonalas lakossági rendezvények megvalósítása, támogatók bevonásával.
- A lapterjesztés minőségének növelése érdekében további módszerek megtalálása.

Költségvetés – 2023.

A nehezedő gazdasági helyzet 2023-ben várhatóan a kiadások további emelkedésével fog járni. Ezekre előre lehetetlen felkészülni, de igyekszünk folyamatosan olyan döntéseket meghozni, amelyek a körülményekhez képest is előremozdítják társaságunkat.

Az előző évhez viszonyítva ismét a nyomdai gyártás ára emelkedett kiugróan, ennek a tervezett költsége a 2022-2023-as évre 62,3 millió forint volt, a 2023-2024-es évek várható költsége valamivel több, mint 76 millió forint lesz. Az új közbeszerzés hamarosan elindul, a 2023 októberétől 2024 októberéig terjedő időszakra vonatkozóan.

A piac kiszámíthatatlan alakulása miatt 2023-ra 25 millió forint reklámbevételre számítunk.

Legfontosabb célunk az, hogy a jelenlegi lehetőségeink kiaknázásával, költséghatékony megoldásokat alkalmazva fokozzuk cégünk szakmai eredményességét, stabil gazdálkodás kialakítása mellett.

Kiegészítés:

1. Mérleg, eredménykimutatás 2022-es évre
2. Kiegészítő melléklet 2022-es évre
3. Könyvvizsgálói jelentés
4. Eredménykimutatás-tervezet 2023-es évre

Az 1.-4. pontban felsorolt dokumentumokat az FB 2023. március 27-i ülésén elfogadta.