



ŠTVRŤROČNÁ FINANČNÁ SPRÁVA ZA PRVÝ ŠTVRŤROK 2015

AKO REGULOVANÉ INFORMÁCIE

Povinnosť emitenta podľa § 36 anasl. zákona č. 429/2002 (ako vyplýva zo zmien a doplnení vykonaných zákonom č. 594/2003 Z.z., zákonom č. 635/2004 Z.z., zákonom č. 43/2004 Z.z., zákonom č. 336/2005 Z.z., zákonom č. 747/2004 Z.z., zákonom č. 209/2007 Z.z., zákonom č. 8/2008 Z.z., zákonom č. 297/2008 Z.z., zákonom č. 552/2008 Z.z.) o burze cenných papierov a podľa Burzových pravidiel.



1. Základné informácie o emitentovi

Obchodné meno: JOJ Media House, a.s.
Právna forma: akciová spoločnosť
Sídlo: Brečtanová 1
831 01 Bratislava
Slovensko
IČO: 45 920 206
Založenie: 26.10.2010
Konanie za spoločnosť: Predseda predstavenstva samostatne
Email: info@jojmediahouse.sk
Web: www.jojmediahouse.sk
Tel./Fax: +421 2 59 888 111/ +421 2 59 888 112
Auditor: KPMG Slovensko spol. s.r.o.
Banky: Tatra banka, a.s., J&T Banka, a.s., OTP Banka Slovensko, a.s., Poštová banka, a.s.

2. Emitované Dlhopisy kótované na Burze cenných papierov v Bratislave, a.s.

2.1 Dlhopisy JOJ Media House 2015

ISIN: SK4120008244 séria 01
Forma/podoba dlhopisov: na doručiteľa/zaknihovaná
Počet: 25 000 kusov
Menovitá hodnota: 1000 EUR
Emisný kurz: K dátumu vydania dlhopisov - 76 % menovitej hodnoty dlhopisov a ku každému ďalšiemu dňu počas lehoty na upisovanie dlhopisov (primárneho predaja) podľa nasledovného vzorca: $EK = 1/[1+VD/360 \cdot P]$,
pričom $VD = [(100/EK - 1) \cdot 360/P] \cdot 100$,
kde:
VD znamená Výnos dlhopisov (vyjadrený ako percentuálny podiel), zaokrúhlený na dve desatinné čísla;
EK znamená Emisný Kurz (vyjadrený ako percentuálny podiel);
P znamená Počet dní medzi dátumom vydania dlhopisov a dňom splatnosti dlhopisov na základe konvencie, podľa ktorej sa rokom rozumie 360 dní.
Obmedzenie v právach: bez obmedzenia
Dátum emisie: 21.12.2012
Dátum splatnosti: 21.12.2015
Výnos: efektívne úročenie 7,1% p.a. do splatnosti dlhopisov
Deň vyplácania: Dlhopisy nie sú úročené. Výnos dlhopisov je určený rozdielom medzi menovitou hodnotou každého dlhopisu, prípadne, pokiaľ je to



relevantné, predčasne splatnou čiastkou a emisným kurzom dlhopisu. Výnosy budú vyplácané ku dňu splatenia menovitej hodnoty dlhopisov, prípadne ku dňu predčasnej splatnosti dlhopisov.

Ručenie: len emitent
Obchodné meno: JOJ Media House, a.s.
Registračné číslo (IČO): 45 920 206
Sídlo: Brečtanová 1
831 01 Bratislava
Slovensko

2.2 Dlhopisy JOJ Media House 6,30/2018 s pevným úrokovým výnosom

ISIN: SK4120009382 séria 01
Forma/podoba dlhopisov: na doručiteľa/zaknihovaná
Počet: 55 000 kusov
Menovitá hodnota: 1000 EUR
Emisný kurz: K dátumu vydania dlhopisov - 100 % menovitej hodnoty dlhopisov. Emisný kurz ku každému ďalšiemu dňu počas lehoty na upisovanie Dlhopisov (primárneho predaja) sa zvyšuje o zodpovedajúci alikvotný úrokový výnos s použitím BCK - štandardu 30E/360 kde jeden rok má 360 dní rozdelených do 12 mesiacov s 30 dňami podľa nasledujúceho vzorca:
$$\text{Emisný kurz (v \% z menovitej hodnoty)} = \text{Emisný kurz k Dátumu vydania dlhopisov} + \text{Pomerná časť úrokov (v \%)}$$
$$\text{Emisný kurz k dátumu vydania dlhopisov} = 100\%$$
$$\text{Pomerná časť úrokov v \%} = \text{ročný výnos v \%} / 360 * (\text{počet dní od Dátumu vydania Dlhopisov do dňa upísania (predaja) Dlhopisu})$$

Obmedzenie v právach: bez obmedzenia
Dátum emisie: 15.08.2013
Dátum splatnosti: 15.08.2018
Výnos: Dlhopisy sú úročené pevnou úrokovou sadzbou vo výške 6,3% p.a.
Deň vyplácania: Úrokové výnosy budú vyplácané za každé výnosové obdobie spätne, vždy k 15.8. každého roka a to v súlade s prospektom cenného papiera a kapitoly 5.4.13.

Ručenie: len emitent
Obchodné meno: JOJ Media House, a.s.
Registračné číslo (IČO): 45 920 206
Sídlo: Brečtanová 1
831 01 Bratislava
Slovensko



3. Zodpovedné osoby a vyhlásenie zodpovedných osôb

Osobou zodpovednou za informácie uvedené v tejto správe je Emitent – spoločnosť JOJ Media House, a.s., so sídlom Brečtanová 1, 831 01 Bratislava, Slovenská republika, IČO: 45 920 206, zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, oddiel: Sa, vložka číslo: 5141/B, v mene ktorej koná samostatne Mgr. Richard Flimel, predseda predstavenstva.

Predseda predstavenstva Mgr. Richard Flimel, ako zodpovedná osoba emitenta vyhlasujem, že podľa našich najlepších znalostí sú vybrané finančné ukazovatele vypracované za obdobie od 1. januára 2015 do 31. marca 2015 pravdivé a poskytujú primeraný prehľad hospodárskych výsledkov spoločnosti za uvedené obdobie.

4. Správa o hospodárení spoločnosti JOJ Media House

Segment Média Slovenská republika

JOJ Media House, a.s. na trhu televíznej reklamy podniká prostredníctvom spoločností Slovenská produkčná, a.s., MAC TV, s.r.o. a SENZI, a.s. Počas prvého štvrťroku 2015 mediálny trh mierne rástol a potvrdil optimistické očakávania vývoja trhu v roku 2015. Trhové podiely najväčších konkurentov sa výrazne nemenili a skupina CME naďalej ostáva najväčším hráčom na trhu. Aj napriek tomu sa skupine JOJ podarilo znížiť rozdiel v sledovanosti v porovnaní s rokom 2014. Od 1. januára 2015 sa portfólio kanálov (JOJ, PLUS, WAU, SENZI) spoločnosti MAC TV, s.r.o. rozšírilo o vysielanie v poradí už piateho kanálu RiK, ktorý je zameraný na detského diváka. Kanál RiK patrí do skupiny platených kanálov a v súčasnosti je súčasťou ponuky významných telekomunikačných operátorov.

Trhové podiely (sledovanosť) celý deň v cieľovej skupine 12-54 rokov v %.

TV subjekty	3M/2014	2014	3M/2015
Skupina CME	33,9	32,9	32,0
Skupina JOJ	23,2	22,8	22,6
Skupina RTVS	9,7	9,7	9,6
TA3	1,3	1,2	1,2
České TV	11,1	11,3	11,9
Maďarské TV	4,3	4,6	4,4
Ostatné	16,6	17,5	18,4
Total	100,0	100,0	100,0



Na trhu vonkajšej reklamy podniká spoločnosť JOJ Media House, a.s. prostredníctvom skupiny Akzent BigBoard. V súčasnosti je skupina Akzent BigBoard najväčšou spoločnosťou na trhu vonkajšej reklamy v Slovenskej republike. Počas prvého štvrťroku nenastali, žiadne významné zmeny v trhových podieloch. Trhový podiel je na základe odhadu manažmentu 47%.

Vývoj na trhu vonkajšej reklamy počas prvého štvrťroku hodnotíme ako stagnujúci. Tento trend bol spôsobený pomalším rastom investícií mediálnych agentúr do vonkajšej reklamy avšak to bolo zo strany skupiny Akzent BigBoard v súlade s očakávaniami.

V nasledujúcich obdobiach očakávame zvýšenie mediálnych investícií v tomto sektore. Tieto očakávania podporujú aj záujmy agentúr o realizáciu politických kampaní najmä ku koncu roka.

V záujme zvyšovania ekonomickej efektívnosti skupina Akzent Bigboard pristúpila k zlúčeniu spoločností RECAR Slovensko, a.s. – spoločnosti poskytujúcou externú reklamu na prostriedkoch mestskej hromadnej dopravy a HANDY MEDIA s.r.o. – spoločnosti poskytujúcej reklamné plochy v interiéroch prostriedkov mestskej hromadnej dopravy. Zlúčenie prebehlo 31. Decembra 2014 a od 01. Januára 2015 sa nástupníckou spoločnosťou stala spoločnosť RECAR Slovensko, a.s. Uvedeným zlúčením vznikol logický celok schopný spĺňať náročné požiadavky klientov na umiestnenie transportnej reklamy. V súčasnosti portfólio transportnej reklamy tvorí: 3 698 autobusov, 299 električiek, 228 trolejbusov.

Súčasťou podnikateľskej aktivity JOJ Media House na mediálnom trhu Slovenskej republiky je aj prevádzkovanie internetových domén prostredníctvom spoločnosti MAC TV, s.r.o.: joj.sk, plus.sk, wau.sk, senzi.sk, huste.sk, noviny.sk, topstar.sk, tipsportextraliga.sk., premuza.sk, prezenu.sk, jojsport.sk.

Jediným segmentom, ktorý zaznamenáva v posledných rokoch kontinuálny rast je segment internetu. V tomto segmente podniká JOJ Media House prostredníctvom spoločnosti eFabrika, a.s. V tejto spoločnosti vlastní 51% podiel. Spoločnosť poskytuje technickú podporu pre spoločnosti v skupine JOJ Media House, ale pracuje aj na vývoji vlastných aplikácií ako socialfeed, ktorý sa snaží motivovať ľudí k aktivite na webe a jeho zásluhou web xfactor.sk dosiahol historicky najlepšie výsledky.

Po dni ku ktorému sa zostavuje táto finančná správa sa stala spoločnosť JOJ Media House, a.s. 100% vlastníkom spoločnosti HARAD, a.s. Prostredníctvom tejto spoločnosti vlastní 100% podiel v spoločnosti Radio Sevice s.r.o., ktorá je zameraná na poskytovanie služieb vysielateľom rádii.



Segment Média Česká republika

Mediálny trh v Českej republike, ktorý v roku 2014 zaznamenal mierny rast, potvrdil túto tendenciu aj počas prvého štvrťroku 2015. Potvrdil takisto aj fakt, že takmer celý rastový potenciál bol dosiahnutý len v sektore televíznej reklamy. Ostatné segmenty dosiahli mierny pokles mediálnych investícií v cenníkových cenách v priemere 4%. Situácia na trhu vonkajšej reklamy sa dá hodnotiť ako stagnujúca.

Na trhu vonkajšej reklamy podniká JOJ Media House, a.s. prostredníctvom skupiny spoločnosti BigBoard Praha, tá je jednotkou na trhu vonkajšej reklamy s trhovým podielom 58%. Skupina svoju pozornosť sústreďuje na upevňovanie svojej trhovej pozície.

Segment Média Rakúsko

V prvom štvrťroku 2015 sa na mediálnom trhu Rakúska nevyskytli žiadne výrazne zmeny. Nemenili sa trhové podiely jednotlivých typov médií a nebol zaznamenaný vstup žiadnej významnej konkurencie. Tak ako aj v minulých obdobiach aj v tomto dominujú printové média. Na tomto trhu spoločnosť JOJ Media House podniká prostredníctvom spoločnosti EPAMEDIA – EUROPÄISCHE PLAKAT -UND AUSSEN MEDIEN GMBH, ktorá patrí k lídrom na trhu vonkajšej reklamy s odhadovaným podielom vo výške 40%. Počas prvého štvrťroku 2015 výrazne zvýšila svoje tržby v porovnaní s predchádzajúcim rokom a na základe vývoja na trhu a dosahovaných objemov predaja predpokladá splnenie ambiciózných plánov na rok 2015.

5. Vybrané finančné ukazovatele

JOJ Media House, a.s.

v tis. EUR	1. Štvrťrok 'Mar-15	1. Štvrťrok 'Mar-14
Výnosy celkom	26 577	25 501
Prevádzkové náklady	(23 689)	(23 204)
Mzdové náklady	(4 263)	(4 498)
Prevádzkové náklady celkom	(27 952)	(27 702)
EBITDA	(1 375)	(2 201)



6. Zverejnenie

Štvrťročná finančná správa za prvý štvrťrok 2015 bude zverejnená na web stránke emitenta www.jojmediahouse.sk a v sídle emitenta dňa 30.05.2015.

Mgr. Richard Flimel
Predseda predstavenstva
JOJ Media House, a.s.