

TSmedia

Letno poročilo 2014



TSmedia, d. o. o.

Ljubljana, 6. 3. 2015

KAZALO



Nagovor direktorja	3	4. Pojasnila k računovodskim izkazom	35
Izjava o odgovornosti posloводства	4	4.1. Čisti prihodki od prodaje	35
Poslovno poročilo	5	4.2. Drugi prihodki od poslovanja	35
1. Analiza okolja	5	4.3. Stroški storitev	35
1.1. Prikazno oglaševanje na spletu	8	4.4. Stroški dela	36
1.2. Oglaševanje v spletnih oglasnikih in imenikih	9	4.5. Drugi odhodki poslovanja	36
1.3. Zunajdomno digitalno oglaševanje (DOOH)	9	4.6. Finančni prihodki in finančni odhodki	36
2. Prodaja in trženje	12	4.7. Davek od dobička	36
2.1. Upravljanje s portfeljem blagovnih znamk	12	4.8. Neopredmetena sredstva	37
2.2. Prihodki po vrstah storitev	15	4.9. Opredmetena sredstva	38
3. Investicije	17	4.10. Naložba v pridruženo podjetje	39
4. Zaposleni, organiziranost, izobraževanje in razvoj kadrov	18	4.11. Druge finančne naložbe	40
5. Pomembnejši projekti	21	4.12. Ostala dolgoročna sredstva	40
6. Analiza uspešnosti poslovanja	22	4.13. Odložene terjatve za davek	40
7. Pomembnejši dogodki po datumu bilance stanja	23	4.14. Poslovne in druge terjatve ter aktivne časovne razmejitve	40
Računovodsko poročilo	24	4.15. Kratkoročne finančne naložbe	41
1. Splošna razkritja	24	4.16. Denar in denarni ustrezniki	41
2. Računovodski izkazi	25	4.17. Kapital in rezerve	41
3. Povzetek pomembnih računovodskih usmeritev in razkritij	29	4.18. Rezervacije	42
3.1. Splošna razkritja	29	4.19. Prejeta posojila	42
3.2. Povzetek pomembnih računovodskih usmeritev	30	4.20. Druge dolgoročne obveznosti	43
3.3. Sezonska narava poslovanja	34	4.21. Kratkoročne poslovne in druge obveznosti	43
		4.22. Kratkoročno odloženi prihodki in vnaprej vračunani stroški	43
		4.23. Potencialne in prevzete obveznosti	44
		4.24. Posli s povezanimi strankami	44
		4.25. Stroški revizorja	45
		4.26. Upravljanje finančnih tveganj	45
		4.27. Pomembnejši dogodki po datumu bilance stanja	46
		5. Poročilo neodvisnega revizorja	47

NAGOVOR DIREKTORJA



V osrčju delovanja družbe TSmedia je usmerjanje z uporabnimi informacijami in zasledovanje vizije, da TSmedia postane vodilna medijska hiša in posrednik informacij v Sloveniji. **Svojo pozicijo vodilnih po spletnem dosegu v državi utrjujemo s strateškimi razvojnimi aktivnostmi ter podajanjem kakovostnih digitalnih vsebin in edinstvenih rešitev za cilje poslovnih partnerjev.** Leta 2014 smo se na slovenskem trgu še intenzivneje pozicionirali kot soustvarjalci digitalnega medijskega prostora, kot vstopna točka v slovenski splet in kot ponudnik nepogrešljivih kontaktnih, poslovnih in finančnih informacij. Svojim oglaševalcem smo zagotovili najnaprednejše oglasne formate ter jim z razširjeno mrežo zunanjih digitalnih zaslonov ponudili še več priložnosti za doseganje in preseganje njihovih ciljev.

Nenehen razvoj, inovativnost in rast so v nestanovitnem makroekonomskem okolju in ob počasnejši rasti vlaganj v digitalno oglaševanje za družbo še kako pomembni. Zato smo v 2014 še okrepili svojo ključno konkurenčno prednost **delovanja na treh različnih trgih z ločenim prihodkovnim potencialom**, pri čemer največ dodane vrednosti gradimo s povezovanjem in prepletanjem vsebinskih, procesnih in prodajnih aktivnosti med produkti. Družba TSmedia, d. o. o., jih razvija in upravlja v treh krovnih dejavnostih, in sicer založništvo medijev, založništvo imenikov in posredovanje informacij ter digitalno zunajdomno oglaševanje.

Z ustvarjanjem edinstvenih in kakovostnih vsebin ter prenovo produktov v skladu z najnovejšimi globalnimi trendi smo v 2014 povečali doseg omrežja TSmedia. **Konkurenčnim prednostim** družbe TSmedia, kot so največji spletni doseg v državi, velike oglaševalske kapacitete in najnaprednejši oglasni formati, lastni in kupljeni imeniki podatkov, povezano podajanje vsebin in oglasnega prostora prek petih različnih digitalnih kanalov, solastništvo televizije in pripadanje Skupini Telekom Slovenije, smo **dodali še vrhunske vsebinske in multimedijske rešitve, ki pritegnejo in prepričajo, ter izboljšano uporabniško izkušnjo na produktih TSmedia.**

Leto 2014 je bilo za družbo TSmedia leto vsebinskih rešitev. Obilo zanimanja bralcev in oglaševalcev je požel multimedijski sklop **#Zgodbe na Planet Siol.net**, veliki met pa je družbi uspel tudi s snovanjem **vsebinskih prodajnih projektov**, nadgrajenih z nagradnimi igrami, natečaji, kvizi in videovsebinami. Na Planet Siol.net

smo uvedli tudi intervjuje in prenose v živo, projekt Mali junaki Slovenije in podirali rekorde s projekti ZOI Soči 2014, SP v nogometu Brazilija 2014 in SP v košarki Španija 2014. Med odmevnejšimi projekti je bilo zagotovo tudi lansiranje mreže **digitalnih velikanov** na elitnih in najbolj prometnih lokacijah v Ljubljani, ki so poželi veliko zanimanja med oglaševalci, in nadaljnji razvoj mreže zunanjih digitalnih zaslonov [DOOH]. Prenovili smo **vstopno točko v slovenski splet – najdi.si** in **Telefonski imenik Slovenije na spletu – itis.si**, ki je ponudil edine prave rumene strani v Sloveniji. Družbi TSmedia je AKOS ponovno podelil koncesijo za izvajanje univerzalne storitve zagotavljanja in dostopa do univerzalnega imenika in univerzalne službe za dajanje informacij o naročnikih, in sicer do decembra 2019. Začeli smo projekt prenove najbolj obiskane poslovne spletne strani v Sloveniji – bizi.si, ki bo v 2015 kot **poslovni asistent bizi.si** poslovni javnosti poleg svežega videza ponudil še več poslovnih podatkov in novic ter informacije o prostih delovnih mestih.

Družba TSmedia s kakovostno vsebino in ustvarjalnostjo v 2014 ni navduševala le uporabnikov in oglaševalcev, ampak tudi strokovno javnost. **#Zgodbe** so osvojile nagradi **netko 2014** v kategoriji mediji in informativni projekti ter nagrado **websi 2014** v kategoriji mediji. Na izboru za nagrade **sporto 2014** pa je Planet Siol.net s projektom 19. Ljubljanski maraton osvojil prvo mesto v kategoriji medijsko partnerstvo.

Prizadevanja družbe TSmedia, d. o. o., bodo tudi v 2015 usmerjena v **razvoj novih poslovnih modelov in nadgradnjo obstoječih ter spodbujanje rasti vlaganj v digitalno oglaševanje**, ki bo zagotovilo stabilen in dolgoročen obstoj družbe. V 2014 je družba utrdila svoj prehod v izrazito prodajno usmerjeno družbo, v 2015 pa bo še dodatne napore vložila v optimizacijo prodajnega procesa. Med ključnimi cilji za leto 2015 so racionalizacija in stabilizacija poslovanja, optimizacija internih procesov, zagotavljanje profitabilnosti produktov skozi nenehen razvoj in dobro poznavanje njihovih uporabnikov ter povečanje nabora prodajno-uporabniških projektov, s tem pa ustvarjanje dodane vrednosti za vse ključne deležnike in podjetje kot celoto. Z vrhunskimi vsebinami in prodajnimi rešitvami bomo razširili svoj portfelj strank in ostali vodilni ponudnik digitalnih vsebin in oglaševanja na slovenskem trgu.

IZJAVA O ODGOVORNOSTI POSLOVODSTVA



Poslovodstvo je na dan 6. 3. 2015 potrdilo računovodske izkaze in uporabljene računovodske usmeritve ter pojasnila k računovodskim izkazom za javno objavo.

Poslovodstvo družbe zagotavlja, da je letno poročilo družbe TSmedia, d. o. o., Ljubljana z vsemi sestavnimi deli sestavljeno in objavljeno v skladu z Zakonom o gospodarskih družbah in mednarodnimi standardi računovodskega poročanja, kot jih je sprejela EU.

Za pripravo letnega poročila 2014 družbe TSmedia, d. o. o., Ljubljana z računovodskimi izkazi in pojasnili, ki zainteresirani javnosti dajejo resnično in pošteno sliko premoženjskega stanja in izidov poslovanja družbe, je odgovorno poslovodstvo družbe.

Poslovodstvo prav tako izjavlja, da so računovodski izkazi družbe pripravljeni ob predpostavki nadaljevanja poslovanja v prihodnosti, da se izbrane računovodske usmeritve dosledno uporablja in da so razkrite njihove morebitne spremembe.

Poslovodstvo je odgovorno za ukrepe preprečevanja in odkrivanja prevar ter nepravilnosti ter za zagotavljanje ohranjanja vrednosti premoženja in družbe TSmedia, d. o. o., Ljubljana.

Direktor TSmedia d. o. o.
mag. Tomaž Pernovšek

Ljubljana, 6. 3. 2015

POSLOVNO POROČILO



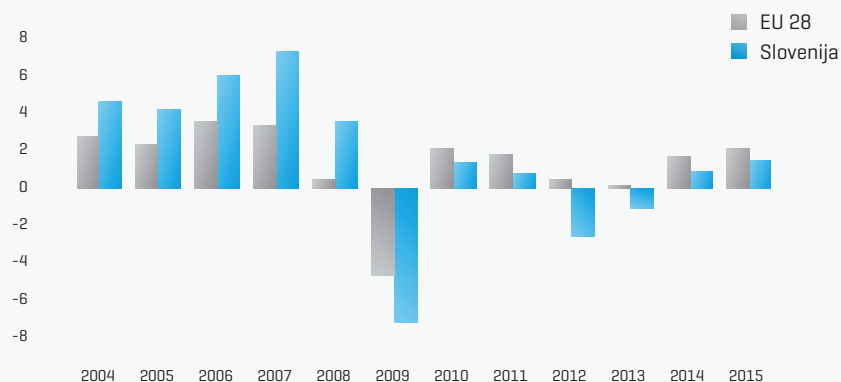
1. Analiza okolja

TSmedia deluje v dinamičnem okolju, kjer so hitre spremembe stalnica. Podjetja, ki jim uspe slediti hitrim spremembam, lahko dosegajo velik ustvarjen donos na vložena sredstva lastnikov, medtem ko lahko na drugi strani zaostanek v razvoju in ne-prilagajanje dogajanju na trgu pomenita velike težave za podjetje.

Družba TSmedia deluje izključno na slovenskem trgu, kar pomeni, da gospodarske razmere v Sloveniji neposredno vplivajo na njeno poslovanje. Slovenijo je recesija prizadela kasneje in bolj kot EU. To vpliva tudi na razvoj trga oglaševanja, ki se tudi zato v Sloveniji ne razvija tako kot v EU, kar še posebej velja za segment digitalnega oglaševanja, ki bi moral biti glavni generator rasti družbe TSmedia, negativno pa vpliva tudi na poslovanje Antenna TV SL.

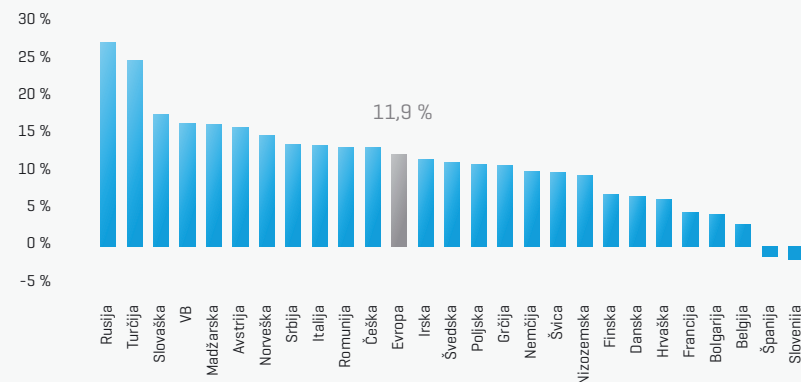
Med vsemi državami, ki so predstavljene v poročilu IAB Europe, sta leta 2013 le Španija in Slovenija beležili padec investicij v digitalno oglaševanje, pri čemer je Slovenija z dvo odstotnim padcem zasedla zadnje mesto med vsemi primerjanimi evropskimi državami. Vrednost investicij v digitalno oglaševanje npr. je v istem obdobju na Slovaškem narasla za 17 %, v sosednji Avstriji pa za nekaj več kot 15 %.

Sprememba realnega BDP glede na preteklo leto [v %]



Vir: Eurostat

Letna rast investicij v digitalno oglaševanje po državah IAB Europe (2012/2013)



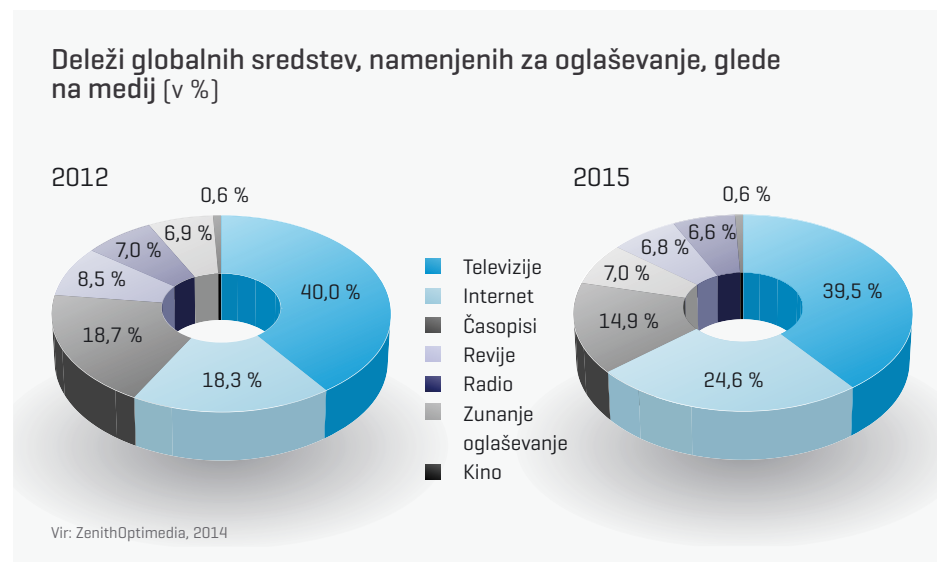
Vir: Adex 2013, IAB Europe, maj 2014

V Sloveniji trenutno struktura skupnega oglaševalskega kolača močno odstopa od evropskega in globalnega.

Ključna razloga za takšno stanje sta:

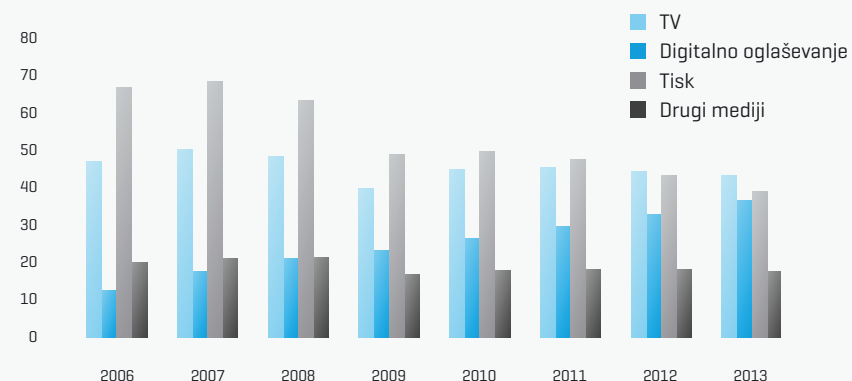
- 1] Prevladujoč položaj ProPlus. Avgusta 2014 je Agencija za varstvo konkurence to medijsko hišo kaznovala z globo približno pet milijonov evrov zaradi zlorabe prevladujočega položaja na oglaševalskem trgu, kar je najvišja do zdaj izrečena globa zaradi kršenja konkurenčnih pravil v Sloveniji.
- 2] Tradicionalne medijske hiše so ščitile svoje osnovne poslovne modele (predvsem tisk) na način, da so prodajale oglaševanje na svojih digitalnih medijih kot poceni dodatek oglaševanju v tisku. S tem so razvrednotile vrednost oglasnega prostora na digitalnih medijih in skušale umetno ohranjati vrednost oglaševanja v tisku, kar pa ni odraz dejanske medijske potrošnje, ki ima ravno obratne trende. Uporabniki namreč vedno manj uporabljajo tradicionalne tiskane medije in vedno bolj digitalne.

Tako je v Sloveniji drugačna struktura oglaševalskega kolača kot v preostalih evropskih državah. Hkrati pa je rast ravno na segmentu digitalnega oglaševanja višja kot pri nas, tako npr. ZenithOptimedia, ena od največjih svetovnih medijskih agencij, za leto 2015 napoveduje, da bo četrtno vseh svetovnih oglaševalskih investicij že predstavljalo digitalno oglaševanje.



V povprečju se v Evropi iz leta v leto povečujejo oglaševalske investicije na prebivalca pri digitalnem oglaševanju (vključno z zunanjimi digitalnimi zasloni), vložki v TV-oglaševanju ostajajo stabilni in so še vedno najvišji med vsemi komunikacijskimi kanali, medtem ko oglaševalske investicije v preostale tradicionalne medije (tisk, radio) padajo.

Investicija v oglaševanje na evropskega prebivalca po različnih tipih medijev (TV, digitalno oglaševanje, tisk, drugi mediji)



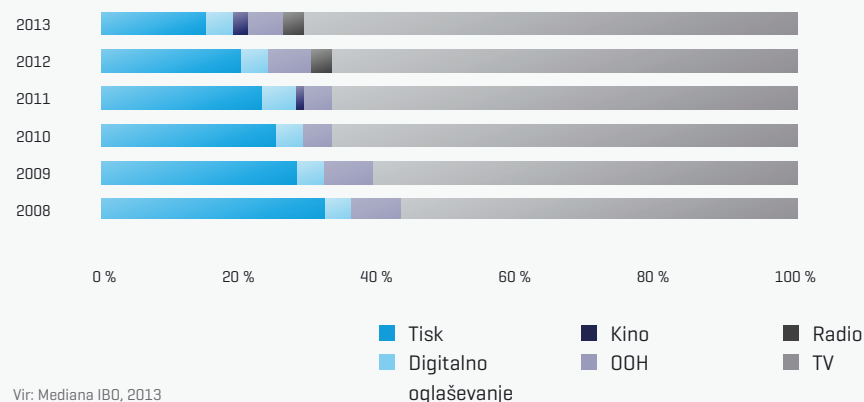
Vir: Adex 2013, IAB Europe, maj 2014

V celotni Evropi so bile po podatkih IAB Europe leta 2013 investicije v digitalno oglaševanje že na drugem mestu, takoj za televizijo, ki ohranja svoj delež znotraj celotnega oglaševalskega kolača, medtem ko tisk in radio svoj delež zmanjšujeta. Največji delež znotraj digitalnega oglaševanja predstavljajo oglasi na iskalnikih, sledijo prikazano oglaševanje (oglasne pasice in drugi napredni formati, pozicionirani ob založnikovi vsebini) in oglasi na imenikih ter oglasnikih.

V Sloveniji je oglaševalski trg zelo tradicionalen, saj televizija praktično dominira, rast na področju digitalnega oglaševanja pa ostaja precej pod pričakovano in željeno. Leta 2013 je tako kar 71 % slovenskega oglaševalskega kolača obsegala televizija, internet in zunanje oglaševanje pa le 4 % oz. 5 %.

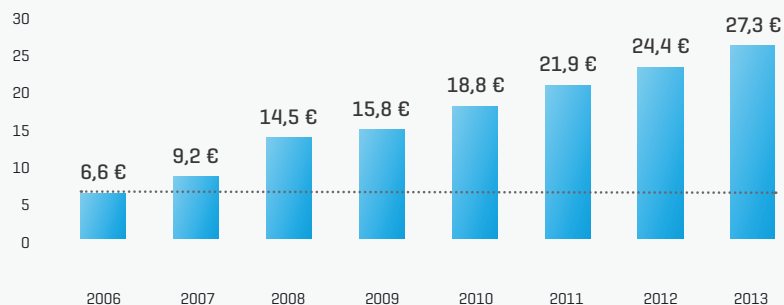
Kljub primatu televizije, ki bo pomemben medijski nosilec in generator oglasnih prihodkov tudi v prihodnosti, na globalnem oglaševalskem trgu nastajajo velike strukturne spremembe. Po napovedi ZenithOptimedia se bo tako delež digitalnega oglaševanja v naslednjih nekaj letih še povečal, in sicer predvsem na račun zmanjševanja investicij v tiskano oglaševanje. Napovedane spremembe so del širšega trenda rasti pomembnosti digitalnih medijev pri vsakodnevni potrošnji vsebin, razvedrila in kontinuiranega zatona tiska. Televizija v zahtevnih gospodarskih razmerah, s katerimi se še vedno spopada večina Evrope, pravzaprav ostaja najcenejša oblika zabave (na uro), zato njen primat ni vprašljiv.

Struktura oglaševalskega kolača v Sloveniji (2008 do 2013)



Napovedana privatizacija večjega števila družb v slovenski lasti [Adria Airways, Aero, Aerodrom Ljubljana, Elan, Cinkarna, NKBM, Telekom Slovenije, Žito in druge] bo poleg sprememb pri uporabniških navadah pomembno vplivala na rast obsega investicij v oglaševanje na slovenskem trgu. Pričakovati je

Celotna vrednost digitalnega oglaševanja v Evropi (v mrd. €)



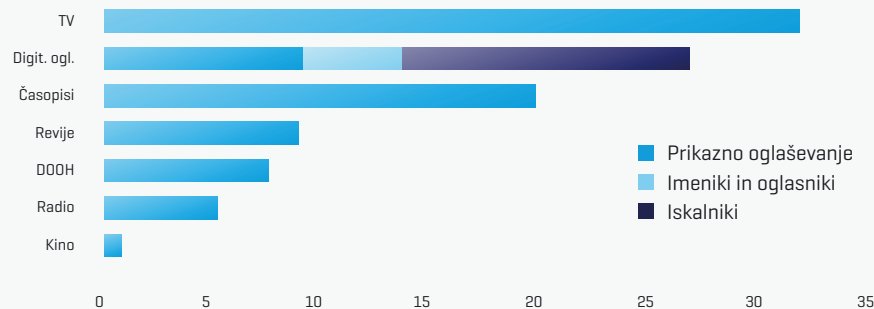
namreč, da bodo novi lastniki obstoječe portfelje produktov nadgrajevali ali menjali z novimi znamkami, pri čemer bodo večje zneske investirali v grajenje prepoznavnosti. Ocenjujemo, da bo v tem procesu velik delež investicij vložen ravno v digitalno in zunajdomno oglaševanje, kar še dodatno povečuje potencial prihodkovne rasti v prihodnjih mesecih in letih. Dozdajšnje izkušnje s prodajo oglasnih rešitev namreč kažejo, da tuji oglaševalci ob vstopu na slovenski trg (predvsem oglaševalci iz segmenta široke potrošnje, na primer Lidl) ustvarjajo največji prirast novih prihodkov.

Podatki IAB Europe, predstavljeni junija 2014, kažejo konstantno letno rast evropskega digitalnega oglaševanja v primerjavi z oglaševanjem v tradicionalnih medijih.

IAB Europe trg digitalnega oglaševanja deli na tri segmente:

- »Display«: prikazno oglaševanje na spletu.
- »Classifieds & Directories«: oglaševanje na spletnih oglasnikih in imenikih.
- »Search«: oglaševanje na iskalnikih.

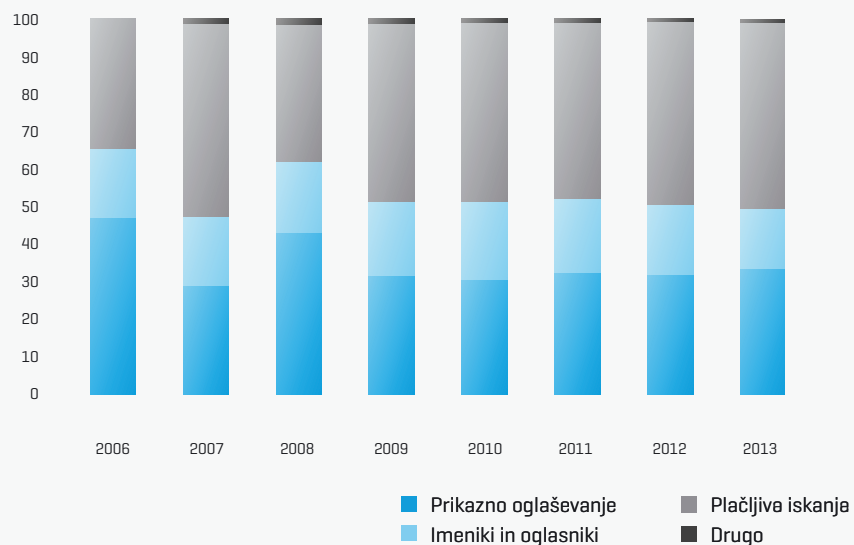
Investicije v oglaševanje po kategorijah v Evropi leta 2013 (v mrd. €)



IAB med OOH (out-of-home) šteje le tradicionalno zunajdomno oglaševanje – plakate.

Skoraj polovica vseh evropskih oglaševalskih digitalnih investicij odpade na iskalnike, medtem ko je trg imenikov in oglasnikov leta 2013 predstavljal dobrih 16 % investicij. Preostanek investicij v digitalno oglaševanje po podatkih IAB Europe odpade na t. i. prikazno oglaševanje.

Gibanje deležev investicij v kategorije digitalnega oglaševanja v Evropi [2006 do 2013]



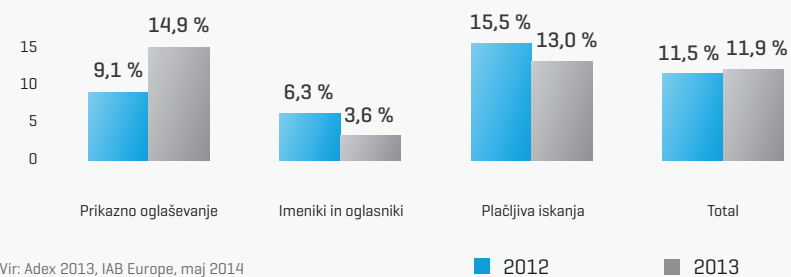
Vir: Adex 2013, IAB Europe, maj 2014

Velik vpliv na oglaševalski potencial predstavlja trend širjenja povezanih naprav. IAB Europe napoveduje, da se bo število povezanih naprav v uporabi v petih letih v Evropi podvojilo. Največji delež uporabe bodo že leta 2014 predstavljali pametni telefoni.

1.1. Prikazno oglaševanje na spletu

Na evropski ravni so leta 2013 najvišjo rast dosegle investicije v prikazno oglaševanje na spletu, in sicer predvsem na račun vse večjega števila videooglasov.

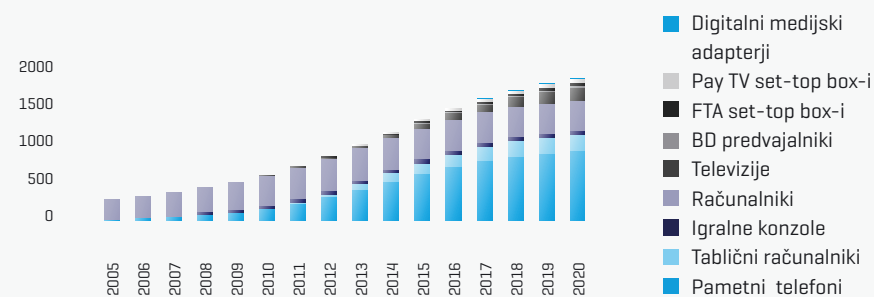
Rast investicij v digitalno oglaševanje po vrstah v Evropi [2012 in 2013]



Vir: Adex 2013, IAB Europe, maj 2014

Rast te vrste oglaševanja spodbuja predvsem vedno večje število na internet priključenih naprav. Glavni generatorji rasti digitalne medijske potrošnje v Evropi so in tudi bodo predvsem pametni telefoni, tablice in pametni televizorji.

Število naprav, povezanih z internetom, v Evropi po tipu naprave [v mio. EUR]



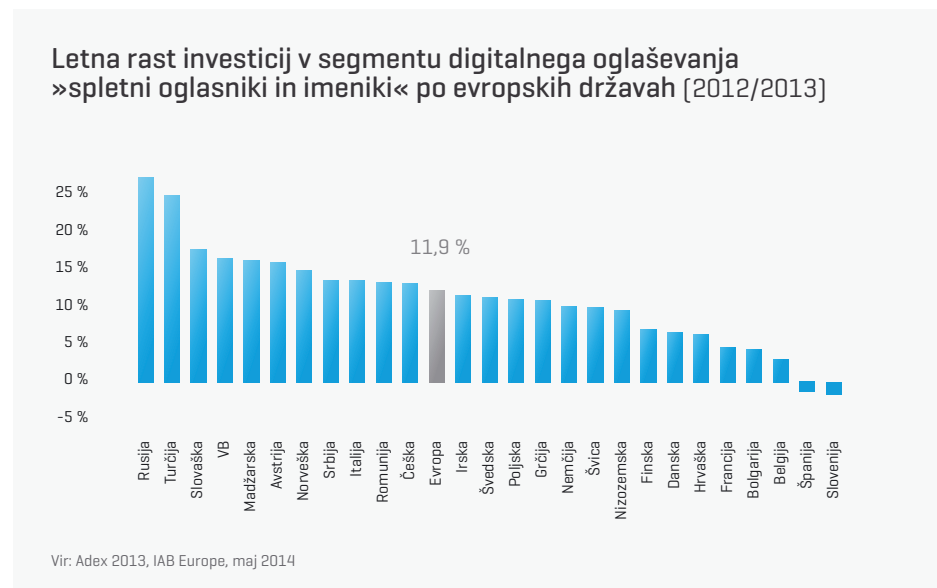
Vir: Adex 2013, IAB Europe, maj 2014

1.2. Oglaševanje v spletnih oglasnikih in imenikih

Na svetovnem imeniškem trgu je napovedani trend gibanja prihodkov in EBITDA do leta 2015 negativen, za leto 2015 pa se napoveduje skupni promet v višini okoli 16 milijard evrov. Kljub 9-% skupnemu upadu prihodkov na trgu telefonskih imenikov je trend upada prihodkov v tiskanih imenikih nad to ravno in je leta 2011 znašal 15,7 %, trend gibanja prihodkov na imenikih v elektronski obliki pa je pozitiven in je leta 2011 znašal 12,8 %¹. Do leta 2015 bo 53 % vseh prihodkov iz naslova imenikov v elektronski obliki, primerjalno z 29 % leta 2011². Trendi na svetu in v Evropi kažejo upad števila klicev na imeniške službe 1188, ki v letih 2009–2013 znašajo med 14 % in 27 % na letni ravni³. Podoben trend upada je pričakovati vsaj do leta 2015.

Trg telefonskih imenikov in podatkovnih baz, »Directory Industry«, obsega vse vrste imenikov, tako imenike, namenjene rezidenčnim uporabnikom (B2C – rumene strani), kot poslovne imenike, namenjene poslovnim uporabnikom (B2B). V zadnjih letih se je kot najuspešnejši model trženja oglasnega prostora na spletu uveljavil paketni model prodaje oglasov v vseh medijih skupaj [knjiga, splet ...]. Tako iskalniki kot imeniki nagovarjajo trg majhnih in srednje velikih podjetij (SME⁴).

Primerljivi podatki investicij v oglaševanje prek imenikov in oglasnikov v Evropi leta 2013 kažejo podobno sliko, kot velja za investicije v celotno digitalno oglaševanje v tem obdobju. Slovenija namreč po podatkih IAB Europe tudi v tem segmentu leta 2013 izkazuje padec (tokrat je sicer za njo še šest drugih evropskih držav), medtem ko primerljiva evropska in sosednja gospodarstva tudi v tem segmentu kažejo precejšnjo rast. Rast investicij v tem segmentu je lani recimo na Slovaškem znašala 25 %, v sosednji Avstriji 12 %, močno pred Slovenijo pa je bila lani z 20-% rastjo tudi Hrvaška.

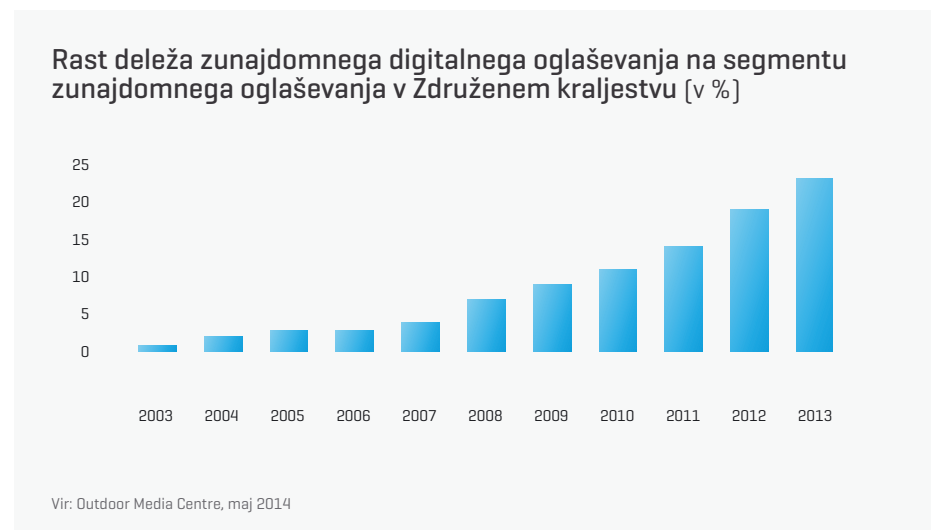


1.3. Zunajdomno digitalno oglaševanje (DOOH)

Na praktično vseh evropskih in neevropskih trgih se v prihodnjih letih napoveduje strma rast trga zunajdomnega digitalnega oglaševanja (Out-of-Home) predvsem s postavljanjem povezanih digitalnih zaslonov v poslovnih stavbah, avtobusih, na javnih mestih in v trgovskih središčih. Ti so centralno vodeni, uporabnikom pa omogočajo vse več interakcije (npr. prek SMS-jev ali QR-kod) in storitve, vezane na lokacijo uporabnika. Medij je zelo lokalno orientiran in omogoča nove poslovne priložnosti, celotna vrednost oglaševanja zunaj doma pa skupaj s tradicionalnimi mediji danes globalno predstavlja 27 in bo v petih letih zrasla na 31 milijard ameriških dolarjev.

Po zadnjih podatkih IAB Europe (junij 2014) je bil leta 2013 evropski trg zunajdomnega oglaševanja vreden 7,6 milijarde evrov in se je uvrščal na peto mesto za časopisi in revijami ter pred radijskim oglaševanjem.

Na razvitih trgih (predvsem v Združenem kraljestvu) je opazna strma rast digitalnega zunajdomnega oglaševanja. Pri tem je treba poudariti, da je zunajdomno digitalno oglaševanje poleg spletnega in televizijskega oglaševanja edina kategorija, ki ne izgublja tržnega deleža v odstotkih, kar se dogaja časopisom, revijam, radiu in drugim tradicionalnim medijem.



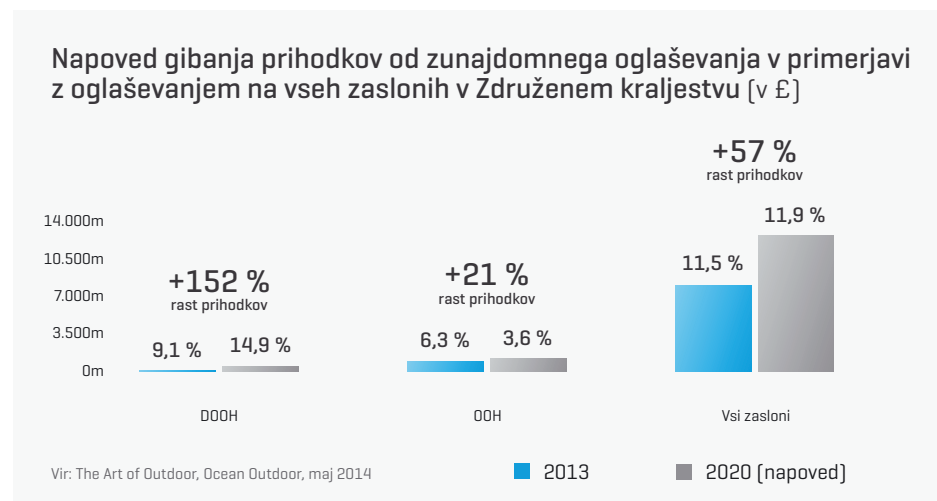
¹ Leta 2011, prav tam

² BIA Kelsey: Global Yellow Pages 2012–2013, preliminarno poročilo

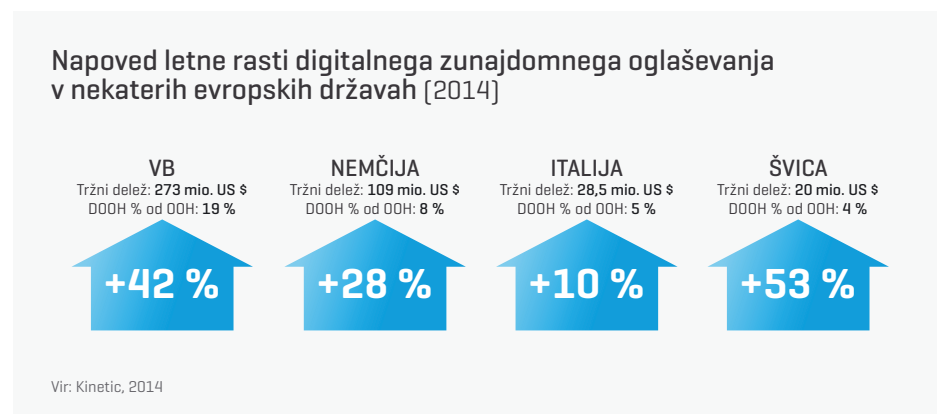
³ EIDQ: Annual Report of 2010, 2011, 2012 and 2013, official papers, dosegljiv v elektronski obliki na http://www.eidq.org/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=186

⁴ SME = Small and Medium Enterprise (majhna in srednja podjetja)

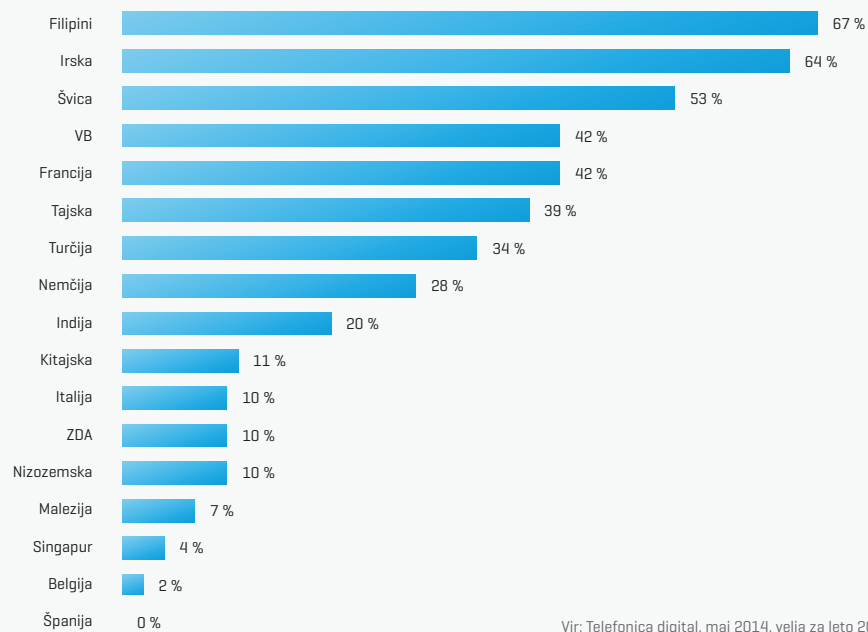
Delež digitalnega zunajdomnega oglaševanja bo po napovedih ponudnikov oglasnega prostora v Združenem kraljestvu v prihodnjih letih hitro nadomeščal klasično [tiskano] zunajdomno oglaševanje. V prihodnjih šestih letih napovedujejo 21-% rast prihodkov zunajdomnega oglaševanja, medtem ko se znotraj te kategorije napoveduje v istem obdobju kar 152-% rast prihodkov digitalnega zunajdomnega oglaševanja.



Vsak trg je specifičen, zato države v Evropi prikazujejo različne stopnje rasti na področju DOOH. Kinetic, raziskovalna družba znotraj koncerna WPP [največji svetovni oglaševalski konglomerat], napoveduje rasti med 10 % in 53 % leta 2014, delež digitalnega med zunajdomnim oglaševanjem pa do 67 %.



Letna rast oglaševalskih investicij v zunajdomnem digitalnem oglaševanju po državah [2012 in 2013]

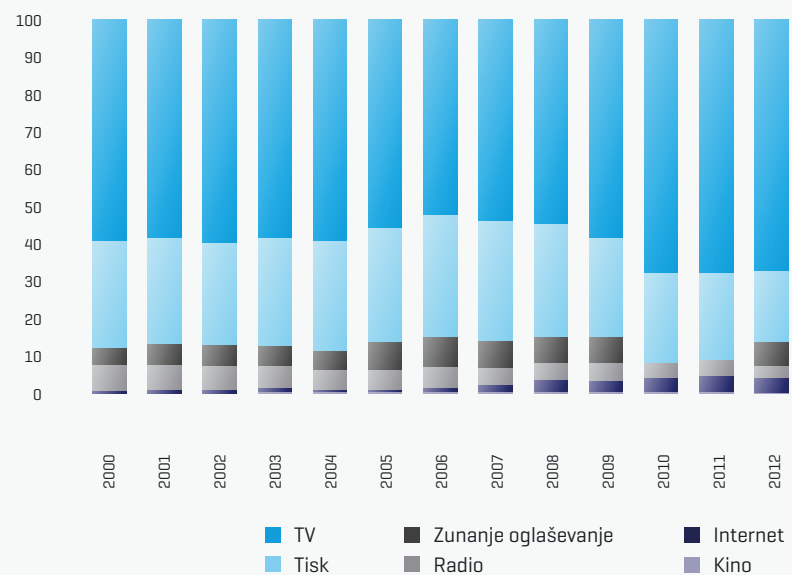


Vir: Telefonica digital, maj 2014, velja za leto 2014

Tudi uporabniške raziskave napovedujejo povečevanje pomembnosti zunajdomnega digitalnega oglaševanja, saj v primerjavi z drugimi tradicionalnimi mediji zagotavljajo boljši učinek in predvsem boljšo interakcijo z uporabniki.

V Sloveniji je trg zunajdomnega oglaševanja ustaljen na tradicionalnem [tiskanem] delu, medtem ko je digitalni del v razvoju. Zunajdomno oglaševanje trenutno zavzema majhen delež celotnega oglaševalskega kolača [po podatkih Mediana IBO 3 % celotnega oglaševalskega kolača leta 2013], kar predstavlja velik potencial za rast v prihodnjih letih. Delež tradicionalnih medijev je namreč bistveno večji kot na razvitejših trgih Evrope in tudi na primerljivih manjših trgih. Vrednost oglaševalskega trga zunajdomnega oglaševanja v Sloveniji je trenutno bistveno podcenjena, tudi če primerjamo doseg, ki ga posamezen medij v Sloveniji lahko zagotovi, kar kaže na to, da se bodo morala razmerja med investicijami v posamezne vrste medijev v bližnji prihodnosti spremeniti. Pri tem bo zagotovo največ pridobilo zunajdomno oglaševanje na račun tradicionalnih medijev [tisk, radio], kar se že nekaj let dogaja na drugih oglaševalskih trgih v Evropi.

Bruto investicije v oglaševanje po tipu medija v Sloveniji [v %]



Vir: Mediana IBO, 2000-2012

POSLOVNO POROČILO



2. Prodaja in trženje

2.1. Upravljanje s portfeljem blagovnih znamk

Ključna konkurenčna prednost družbe TSmedia je delovanje na treh različnih trgih z ločenim prihodkovnim potencialom, pri čemer TSmedia gradi največ dodane vrednosti s povezovanjem in prepletanjem vsebinskih, procesnih in prodajnih aktivnosti med produkti, ki jih razvija in upravlja v treh krovnih dejavnostih. Leta 2014 so bile te dejavnosti družbe TSmedia, d. o. o.:

- založništvo medijev,
- založništvo imenikov in posredovanje informacij,
- digitalno zunajdomno oglaševanje.

Kot pomembno vsebinsko novost je TSmedia na mediju Planet Siol.net lansirala #Zgodbe, multimedijjski sklop najrazličnejših vsebin, ki je prvi takšen nabor multimedijjskih vsebin v Sloveniji. V sklopu #Zgodbe so zbrani članki, ki se razlikujejo od preostalih vsebin na spletnem mestu po inovativnem pristopu do izvedbe, saj z njimi bralcem predstavljamo poglobljene avtorske prispevke na drugačen, aktualen in za splet nov način. Leta 2014 je bilo objavljenih sedem zgodb. Na Planet Siol.net je TSmedia uvedla tudi intervjuje v živo in prenose dogodkov v živo. Uveden je bil poseben projekt Mali junaki Slovenije. Spletno mesto Planet Siol.net pa je prešlo na odzivni dizajn, ki zagotavlja prilagajanje vsebin napravi, s katere uporabnik dostopa do medija (namizni računalnik, tablica, mobilni telefon), in okrepilo svojo prisotnost na družbenih medijih (Facebook, Twitter, Instagram, Google+).

Februarja 2014 je bila prenovljena vstopna točka v slovenski splet – najdi.si. Osvežena je bila oblikovna podoba spletnega mesta, na naslovnici je bil uveden modulski prikaz zanimivih vsebin, uporabnikom so na voljo še hitrejši dostop do sklopov, še lažje iskanje na zemljevidu, lažje in hitrejše iskanje po spletu in slikah, poenostavljeno je bilo tudi pošiljanje SMS-sporočil in deljenje vsebin na družabnih omrežjih. Glavni cilj prenove je bil povečati zalogo prikaznega oglasnega prostora na spletnem mestu in s tem omogočiti nadomeščanje prihodkov, ki se na iskalnem delu že nekaj let zmanjšujejo.

Maja 2014 je TSmedia lansirala digitalne velikane na elitnih in najbolj prometnih lokacijah v Ljubljani, ki merijo med 5,5 in 55,3 kvadratnega metra. 13 digitalnih velikanov, velikih zunanjih digitalnih zaslonov, oglaševalcem ponuja edinstveno priložnost za doseganje aktivne populacije na privlačen in dinamičen način. TSmedia je ob koncu 2014 upravljala eno večjih mrež zunanjih digitalnih zaslonov v regiji, ki je obsegala skupno 500 zaslonov (digitalni velikani, zasloni v nakupovalnih središčih, poslovalnicah Pošte Slovenije, parkirni hiši in na železniških postajah).

Družba TSmedia je v okviru delovanja na naštetih trgih upravljala naslednje produktne/storitvene znamke:

TSmedia korporativna blagovna znamka	trg: zasebni, poslovni	TSmedia
Planet Siol.net vodilni slovenski digitalni medij	trg: zasebni, poslovni	 PLANET SIOL.NET
najdi.si 24/7 info servis	trg: zasebni, poslovni	najdi.si
bizi.si poslovni imenik	trg: zasebni, poslovni	bizi.si
Telefonski imenik Slovenije univerzalni telefonski imenik	trg: zasebni, poslovni	 TiS
1188 storitev klicnega centra z dodano vrednostjo	trg: zasebni, poslovni	1188
1977 storitev klicnega centra z dodano vrednostjo	trg: zasebni, poslovni	 1977
Dajmedol VOD-znamka	trg: zasebni	dajmedol

S prenovno Telefonskega imenika Slovenije je maja 2014 TSmedia na spletu predstavila edine prave rumene strani v Sloveniji in omogočila še lažje brskanje med telefonskimi številkami in drugimi kontaktnimi ter poslovnimi podatki. Nov itis.si z najnaprednejšimi oglasnimi možnostmi ponuja več tudi oglaševalcem. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije je družbo TSmedia decembra 2014 v javnem razpisu ponovno določila za izvajalca univerzalne storitve zagotavljanja in dostopa do univerzalnega imenika in univerzalne službe za dajanje informacij o naročnikih. Družba TSmedia bo imeniške storitve izvajala še nadaljnjih pet let, od decembra 2014 do decembra 2019.

V 2014 je TSmedia začela prenovno najbolj obiskane poslovne spletne strani v Sloveniji – bizi.si, ki je ob končani prenovi januarja 2015 uporabnikom poleg kakovostnih poslovnih, finančnih in kontaktnih podatkov poslovnih oseb ponudil še informacije o prostih delovnih mestih, poslovnih dogodkih, narokih in insolventnostnih postopkih ter svež videz, izboljšano uporabniško izkušnjo in odziven dizajn.

V okviru prodajnih naporov je v preteklem letu družba TSmedia izvedla več posebnih projektov, ki so namenjeni tako uporabnikom kot tudi oglaševalcem in omogočajo integrirano komuniciranje, oglaševanje z vsebino, ki je za uporabnika aktualna in uporabna. Izvedeni so bili naslednji projekti: Valentinovo, fotonatečaj Zimska rekreacija, ZOI Soči 2014, Vsak dan zastoj počitnice, SP v nogometu Brazilija 2014, SP v košarki Španija 2014, Svet nogometa, Junaki za jutri, Mali junaki Slovenije in Najlepši trenutki 2014. V zasledovanju strateške prodajne prednosti je nadgradila tudi vsebinske rešitve, ki oglaševalcem omogočajo, da s kakovostno in kredibilno vsebino, ustvarjeno v oglasnem uredništvu, in rešitvami po meri, kot so zgodbe, nagradne igre, natečaji, kvizi in videovsebine, dosegajo nadpovprečne rezultate.

TSmedia je bila leta 2014 večkrat nagrajena za svoje dosežke. Medij Planet Siol.net je prejel nominacijo za viktorja popularnosti v kategoriji spletnih strani. Planet Siol.net #Zgodbe so osvojile nagrado netko 2014 v kategoriji mediji in informativni projekti ter nagrado websi 2014 v kategoriji mediji. Planet Siol.net je na izboru WEBSI Spletni prvaki s kampanjo Zimske olimpijske igre 2014 osvojil tudi drugo mesto v kategoriji naj digitalna kampanja. Planet Siol.net je osvojil tudi dve nagradi sporto 2014, in sicer prvo mesto s projektom 19. Ljubljanski maraton v kategoriji medijsko partnerstvo ter drugo mesto s projektom ZOI Soči 2014 v kategoriji digitalno komuniciranje.

Ključni poudarki marketinškega upravljanja znamk leta 2014

Planet Siol.net

- Pozicioniranje Planet Siol.net kot mnenjsko vplivnega medija,
- krepitev marketinške pozicije vodilnega slovenskega digitalnega medija in konvergenčne znamke Planet siol.net, ki je dostopna na petih zaslonih in prek e-novic,
- izkoriščanje padca tržnega deleža založniških hiš na področju tiskanih medijev za krepitev dosega,
- kakovostne in relevantne vsebine,
- močna podpora prodaji oglasnega prostora,
- marketinška podpora izidom novosti in vsebinam [#Zgodbe, novi kolumnisti, Junaki za jutri in Mali junaki Slovenije, ZOI Soči 2014, SP v nogometu Brazilija 2014, SP v košarki Španija 2014, Dirka po Sloveniji, Ljubljanski maraton, odzivni dizajn],
- krepitev lastne videoprodukcije na področju infotainmenta in prenosa dogodkov v živo,
- povečanje preusmeritev uporabnikov iz drugih virov (intenziven SEO, SEM, lastni mediji, družabna omrežja),
- novi vsebinski projekti: Valentinovo, fotonatečaj Zimska rekreacija, ZOI Soči 2014, Vsak dan zastoj počitnice, SP v nogometu Brazilija 2014, SP v košarki Španija 2014, Mali junaki Slovenije, Svet nogometa in Najlepši trenutki 2014.

najdi.si

- Nadaljevanje marketinškega repozicioniranja iz pretežno iskalnika v vstopno točko v slovenski splet (usklajeno s sprotnimi razvojnimi novostmi),
- refokus komunikacije iz pretežno servisa v uporabo lokalnih vsebin (novice, zemljevid, dogodki ...),
- sprememba prodajnih poslovnih modelov in širitev prodaje v vse prodajne kanale,
- marketinška podpora novostim (oblikovna prenova),
- povečanje preusmeritev uporabnikov iz drugih virov (intenziven SEO, lastni mediji, družabna omrežja),
- podpora prodaji.

1188

- Utrjevanje 1188 kot prve izbire, ko potrebuješ informacije (telefonske številke in drugo) in si na poti,
- promocija storitve 1188 SMS.

1977

- Utrjevanje storitve 1977 kot telefonskega asistenta za rešitve ali koristne informacije (odpiralni časi, mojstri, podatki o prireditvah, loto, prometne razmere, vreme, informacije o vstopnicah ...), ki so na voljo 24/7.

TIS

- Ohranjanje pozicije edinega pravega univerzalnega telefonskega imenika v Sloveniji (branding, ki je hkrati intenzivna podpora prodajnim kanalom), ki izhaja v treh pojavnostih (splet, knjiga, DVD),
- pozicioniranje TIS kot ponudnika edinih pravih rumenih strani v Sloveniji,
- podpora prodaji ETIS ob izidu (ciljna skupina: poslovni uporabniki),
- marketinška podpora novostim (oblikovna prenova in izid edinih pravih rumenih strani),
- povečanje preusmeritev uporabnikov iz drugih virov (intenziven SEM, SEO, lastni mediji),
- povečanje zahtev za spremembo podatkov v imeniku (možnost blokade klicev v raziskovalne namene),
- podpora prodaji.

Direktna e-pošta

- Grajenje baze kontaktov in profilov prek nagradnih iger in drugih vzvodov,
- nabiranje soglasij za trženje prek GSM-števil (grajenje baze in profiliranje uporabnikov),
- podpora prodaji.

bizi.si

- Aktivnosti za pridobivanje kakovostnih prodajnih leadov (podpora prodaji dostopov),
- razvojne nadgradnje (mobilna aplikacija za Android in iOS, iskanje po povezanih osebah),
- repozicioniranje v tržnega vodjo na področju posredovanja uporabnih poslovnih in finančnih informacij najširšemu krogu uporabnikov in s tem večanje prodajne vrednosti,
- razvoj rešitev za segment B2B (biziPro) oziroma integracija v CRM in druge zaledne sisteme, za podporo odločanju,
- komunikacija ob vsakoletnih novostih (novi finančni podatki – junij),
- povečanje preusmeritev uporabnikov iz drugih virov (intenziven SEM, SEO, lastni mediji),
- podpora prodaji.

Zunanji digitalni zasloni

- Utrjevanje pozicije ene največjih mrež zunanjih digitalnih zaslonov v regiji (500),
- pozicioniranje zunanjih digitalnih zaslonov kot enega izmed najučinkovitejših medijev za doseganje aktivne populacije in tik pred nakupno odločitvijo,
- pozicioniranje digitalnih velikanov kot družbeno odgovornih z uvedbo akcije za spodbujanje prometne varnosti Podari življenje. Vozi varno.,
- promocija na izbranih dogodkih s ciljno skupino večjih oglaševalcev in agencij,
- močna podpora prodaji,
- promocija povečanja mreže zunanjih digitalnih zaslonov (lansiranje mreže digitalnih velikanov).

VOD

- Vzdrževanje znamke DajMeDol.

Leta 2014 je družba TSmedia nadaljevala intenzivno repozicioniranje v izrazito prodajno usmerjeno družbo. Ciljna pozicija družbe je postati glavna slovenska avtoriteta na področju založništva digitalnih medijev in osrednji ponudnik naprednih oblik oglaševanja. S tem namenom je leta 2014 načrtno vzpostavljala in krepila aktivno sodelovanje v naslednjih nacionalnih interesnih združenjih, projektih in na dogodkih:

- SOZ, Slovenska oglaševalska zbornica: sodelovanje pri projektu merjenja obiskanosti slovenskih spletnih strani MOSS; članstvo v upravnem odboru; vsebinski in sponzorski nastop na Slovenskem oglaševalskem festivalu SOF; aktivno sodelovanje v združenje medijev,
- IAB Slovenija: TSmedia je postala soustanoviteljica in članica zavoda, ki se ukvarja z aktivno promocijo in podporo razvoju digitalnega in interaktivnega oglaševanja; gostila je prvo IAB akademijo; Tomaž Pernovšek je postal član sveta in prvi predsednik IAB Slovenija, Mitja Jereb pa član strokovnega sveta in vodja skupine za promocijo digitala,
- Medijski partner: soorganizacija 3. slovenske konference o digitalnih komunikacijah DIGGIT, solastništvo blagovne znamke DIGGIT, vsebinski in sponzorski nastop na konferenci o medijskih trendih SEMPL,
- DMS, Društvo za marketing Slovenije: sponzorski nastop na konferenci Sporto, vsebinski nastop na Mesečnem srečanju DMS o vsebinskem marketingu,
- Društvo novinarjev Slovenije: sponzorski nastop na medijskem festivalu Naprej/Forward,
- AmCham: sodelovanje pri projektih Business Leaders Club, Young Professionals, Mentor-Menit in Vračamo družbi.

Glavno konkurenco TSmedia predstavljajo medijske družbe iz Slovenije in regije, ki se na slovenskem trgu borijo za isti oglaševalski kolač. Glede na vrste produktnih skupin jih delimo v štiri skupine:

- medijske hiše (Pro plus, RTV SLO, Styria Media, Delo, Dnevnik, Adria Media ...),
- digitalni velikani (Google, Facebook),
- imeniki in oglasniki (PIRS, Bisnode, Avto.net, Bolha.com, odpiralnicali.si, rabim.info, infocity.si, rumenstrani.si ...),
- ponudniki zunajdomnega oglasnega prostora (Europlakat, Amicus ...).

Mediji so v Sloveniji dokaj tradicionalni, z inovativnostjo in konvergenčnimi pristopi pa izstopa le največja komercialna medijska hiša ProPlus. Večje hkratne prisotnosti medijev na vseh terminalih ni zaznati, saj za zdaj hkrati ne obvladujejo spletnih in mobilnih platform, kar je za resno konvergenco osnovni pogoj.

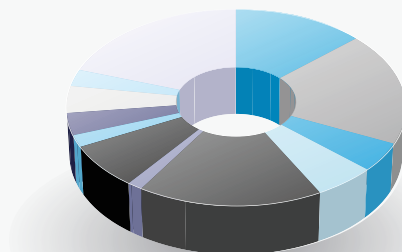
Po podatkih Mediana IBO Planet Siol.net v zadnjih dveh letih pridobiva tržni delež, kar kaže tudi rastoči trend deleža bruto investicij, ki jih oglaševalci mesečno prek prikaznega in vsebinskega oglaševanja namenjajo Planet Siol.net. Tržni delež povečuje tudi najdi.si, ki ustvarja prihodke iz t. i. prikaznega oglaševanja (spletne pasice oziroma bannerji) in t. i. performance based marketinga (sponzorirani zadetki iskanj, sponzorirane novosti). Medtem ko medijske hiše ponujajo predvsem prikazno oglaševanje (kupujejo pretežno agencije in večji oglaševalci), imeniki, oglasniki in digitalni velikani ponujajo pomemben del performance based marketing rešitev (kupujejo oglaševalci iz segmenta SME).

Primerjava tržnih deležev na trgu internetnega oglaševanja v Sloveniji (2012 in 2013)

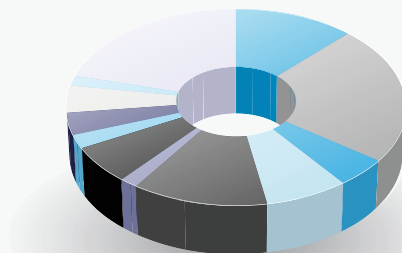
2013 2012

13,6 %	12,3 %	Najdi.si
18,5 %	22,7 %	24ur.com
4,6 %	4,8 %	Finance.si
5,7 %	7,6 %	Bolha
16,5 %	12,2 %	Planet Siol.net
1,5 %	1,7 %	Httpool
7,1 %	6,0 %	Žurnal24.si
2,2 %	2,4 %	Dnevnik.si
3,6 %	3,6 %	Delo.si
4,4 %	4,2 %	Zadovoljna.si
2,8 %	1,7 %	Moškisvet.com
1,9 %	2,1 %	Vizita.si
3,1 %	3,6 %	RTVslo.si
2,1 %	1,5 %	Bibaleze.si
0,6 %	0,8 %	Cekin.si
1,5 %	2,9 %	Dominvrt.si
0,5 %	0,7 %	Cosmopolitan.si
9,8 %	9,2 %	ostali

2013



2012



Vir: IBO, Mediana 2014

2.2. Prihodki po vrstah storitev

Obseg in struktura čistih prihodkov od prodaje sta razvidna iz spodnje tabele:

Prihodki od prodaje [v tisoč EUR]	2014	2013
Prihodki od trženja oglasnega prostora	5.641	5.942
Prihodki od trženja storitev	746	956
Prihodki od informacij	3.154	4.185
Skupaj	9.542	11.083

Poleg rednih in običajnih trženjskih aktivnost je družba leta 2014 nadaljevala razvoj trženja celovitih rešitev. Prisluhnila je kupcu, njegovim težavam, zaznala je njegovo težavo in mu ponudila nekaj predlogov, ki so na koncu pripeljali do rešitve. S takšnim celovitim pristopom je družba vzpostavila partnerski odnos s stranko in zgradila zaupanje.

Tudi v 2014 je družba izkoriščala svojo konkurenčno prednost največjega dosega v Sloveniji. Ponudbe tako vedno vsebujejo celovito oglaševanje na vseh portalih družbe, na omrežju TSmedia s Planet Siol.net, najdi.si, bizi.si, itis.si. Poleg tega je družba izkoristila platformo več zaslonov, prek katerih lahko oglaševalci potencialne uporabnike dosegajo ves dan – ne le na internetu, temveč tudi na mobilnih telefonih, tablicah in zunanjih zaslonih.

Leta 2014 je družba lansirala digitalne velikane, velike zunanje digitalne zaslone, na elitnih in najbolj prometnih lokacijah v Ljubljani, s čimer je utrdila svoj položaj ene večjih mrež zunanjih digitalnih zaslonov v regiji. Ta je ob koncu leta 2014 obsegala 500 zaslonov na naslednjih lokacijah: mestne vpadnice in mestno središče, trgovsko središče BTC in druga trgovska središča, železniške postaje, parkirna hiša Trdinova, pošte in sedem Petrolovih bencinskih servisov. 1. 10. 2014 je družba TSmedia prekinila upravljanje mreže zunanjih digitalnih zaslonov na avtobusih ljubljanskega mestnega potniškega prometa. Pri oglaševalcih in agencijah je družba na še posebej dober odziv naletela z uvedbo digitalnih velikanov.

Na spletu je družba močno povečala prodajo vsebinskega in kontekstualnega oglaševanja. Povečalo se je sodelovanje z uredništvom, saj bi se stranke rade pozicionirale ob tematsko obarvanih relevantnih in inovativnih vsebinah, ki so ustvarjene za točno določeno ciljno skupino in to ciljno skupino tako močno motivirajo, da se aktivira. Za oblikovanje kakovostnih in privlačnih vsebin za uporabnike in učinkovitih vsebinskih rešitev za oglaševalce skrbi oglasno uredništvo, ki oblikuje tudi vsebinske rešitve »na ključ«, kot so članki, zgodbe, nagradne igre, natečaji, kvizi, videovsebine.

Vrhunski multimedijški projekt #Zgodbe na Planet Siol.net je poleg uporabnikov in strokovne javnosti navdušil tudi oglaševalce. V sodelovanju z uredništvom in produkcijsko ekipo je prodajna ekipa TSmedia zasnovala tri zgodbe, z njimi pa strankam na slovenskem trgu ponudila edinstveno vsebinsko rešitev za doseganje brandinga in prodajnih ciljev.

Družba je decembra 2009 pridobila in decembra 2014 podaljšala petletno koncesijo za izdajanje univerzalnega **Telefonskega imenika Slovenije** ter imeniške službe **1188**. TSmedia zagotavlja izvajanje storitev na visoki kakovostni ravni s plemenitenjem podatkov ter dodajanjem uporabne vrednosti za končne uporabnike. S celovito ponudbo pridobiva vedno večji ugled na trgu. Družba TSmedia kontinuirano in skladno s pogoji koncesije spoštuje vsa določila, vezana na vzdrževanje baze podatkov, določila, vezana na način objave v imeniku in imeniški službi, ter določila izdajanja različnih oblik imenika (elektronske in knjižne različice) in dostopnosti imeniške službe. Kontinuirano zagotavlja visoke standarde kakovosti izvedenih storitev v skladu z zahtevami AKOS-a. Dobra obiskanost imenika na spletu je osnova za prodajo oglasnega prostora v vseh oblikah imenika. Po zadnjih meritvah MOSS (december 2014) je Telefonski imenik Slovenije na spletu (www.itis.si) deveta najbolj obiskana spletna stran v Sloveniji.

Na trgu poslovnih imenikov (bizi.si) je konkurenca velika. Kot glavnega konkurenta na področju trženja oglasnega prostora zaznavamo imenik PIRS, na področju dostopov pa podjetje Bisnode, ki ima tudi prevladujoč tržni delež (njihovi produkti so IBON, GVIN, bonitete.si ...). Poslovni model imenika bizi.si predvideva tako trženje oglasnega prostora na spletu (to bizi.si postavlja v vodilno pozicijo, saj je eden redkih spletnih produktov, ki združuje specializirane poslovne informacije in ciljno usmerjen oglasni prostor) kot tudi trženje naročnin. Spletna stran bizi.si na lestvici MOSS (decembra 2014) zaseda 16. mesto in je tako najbolj obiskana poslovna spletna stran v Sloveniji.

Planet Siol.net se je vse leto 2014 po merjenju obiskanosti spletnih strani (MOSS) uvrščal na drugo mesto s približno 620 tisoč mesečnimi uporabniki.

Najdi.si (www.najdi.si) se je po zadnjem objavljenem merjenju obiskanosti spletnih strani (MOSS, december 2014) uvrstil na peto mesto s približno 473 tisoč mesečnimi uporabniki.

POSLOVNO POROČILO



3. Investicije

Razvojne investicije leta 2014 so bile namenjene predvsem nadgradnji obstoječih produktov, storitev in sistemov s poudarkom na investicijah, ki se lahko hitro in učinkovito odražajo v generiranju višjih takojšnjih prihodkov na trgu.

Med ključnimi razvojnimi projekti je multimedijški sklop najrazličnejših vsebin #Zgodbe na Planet Siol.net, ki je prvi takšen nabor multimedijških vsebin v Sloveniji. #Zgodbe so z inovativnim načinom podajanja vsebin in kakovostno fotografijo, videom in naracijo privlačne tako za bralce kot za oglaševalce. Na Planet Siol.net je TSmedia izvedla več intervjujev in prenosov v živo ter nadgradila produkcijske zmožnosti, ki predstavljajo eno izmed konkurenčnih prednosti Planet Siol.net.

Februarja 2014 je bila prenovljena vstopna točka v slovenski splet – najdi.si. Osvežena je bila oblikovna podoba spletnega mesta, na naslovnici je bil uveden modulski prikaz zanimivih vsebin, uporabnikom so na voljo še hitrejši dostop do sklopov, še lažje iskanje na zemljevidu, lažje in hitrejšo iskanje po spletu in slikah, poenostavljena sta bila tudi pošiljanje SMS-sporočil in deljenje vsebin na družabnih omrežjih.

S prenovi Telefonskega imenika Slovenije je TSmedia maja 2014 na spletu predstavila edine prave rume-ne strani v Sloveniji in omogočila še lažje brskanje med telefonskimi številkami ter drugimi kontaktnimi in poslovnimi podatki. Nov itis.si z najnaprednejšimi oglasnimi možnostmi ponuja več tudi oglaševalcem.

V 2014 je TSmedia začela tudi prenovi najbolj obiskane poslovne spletne strani v Sloveniji – bizi.si, ki je ob končani prenovi januarja 2015 uporabnikom poleg kakovostnih poslovnih, finančnih in kontaktnih podatkov poslovnih oseb ponudil še informacije o prostih delovnih mestih, poslovnih dogodkih, narokih in insolventnostnih postopkih ter svež videz, izboljšano uporabniško izkušnjo in odziven dizajn.

Na vseh spletnih produktih (www.siol.net, www.itis.si, www.bizi.si, www.najdi.si) so se nadaljevale aktivnosti SEO (optimizacija za spletne iskalnike) s ciljem zagotoviti čim višjo pozicijo med organskimi zadetki na iskalnikih.

Razvoj sistemov poslovne informatike leta 2014 je zajemal optimizacijo sistema za delo s strankami (CRM), nadgradnje eAgent, nadgradnje poročilnega sistema QV in prehod na novo instanco SAP-a.

Zastopniška programska oprema eAgent je bila nadgrajena za možnost dodatne ponudbe (zunanji digitalni zasloni) in kot vsako leto dopolnjena za letno izdajo imenikov 2014.

POSLOVNO POROČILO



4. Zaposleni, organiziranost, izobraževanje in razvoj kadrov

Na dan 31. 12. 2014 je bilo v družbi TSmedia, d. o. o., zaposlenih 90 delavcev, od tega 89 [99 %] z delovnim razmerjem za nedoločen čas in 1 [4 %] z delovnim razmerjem za določen čas.

Vrsta delovnega razmerja

Kategorije zaposlenih	Stanje na 31. 12. 2013	Stanje na 31. 12. 2014	Sprememba leta 2014	Indeks
Nedoločen čas	99	89	-10	90
Določen čas	4	1	-3	25
Skupaj	103	90	-13	87

Za določen čas je zaposlen en delavec za čas trajanja mandata.

Struktura po spolu, starosti in delovni dobi

V družbi je zaposlenih 50 žensk (55 %), njihova povprečna starost je 37,9 leta, število moških je 40 (45 %), njihova povprečna starost je 37,4 leta. Povprečna delovna doba moških je 10,5 leta, žensk pa 13,3 leta.

Prihodi in odhodi

Leta 2014 je bila ena nova zaposlitev. Delovno razmerje v družbi je prenehalo 14 zaposlenim, in sicer 12 zaposlenim je prenehalo delovno razmerje zaradi razloga presežni delavec [odpravnina], dva zaposlena sta odšla sporazumno.

Izobrazbena struktura

Pregled deležev izobrazbene strukture kaže, da ima 26 % zaposlenih V. stopnjo, 74 % ima doseženo VI.–XIII. stopnjo strokovne izobrazbe.

Tabela izobrazbene strukture:

Izobrazbena struktura	St. dejanske izobrazbe na dan		St. zahtevane izobrazbe na dan	
St. izobrazbe / leto	31. 12. 2013	31. 12. 2014	31. 12. 2013	31. 12. 2014
I. do IV.	1	-	-	-
V.	27	24	21	19
VI.	9	9	7	7
VII.	55	47	75	64
VIII.	11	10	-	-
IX.	-	-	-	-
Skupaj	103	90	103	90

Izobraževanje

V primerjavi z letom 2013 so se leta 2014 zaposleni več izobraževali. Spodnja tabela prikazuje vse udeležbe na izobraževanjih. Razmerje med izobraževanji doma in v tujini je približno enako v obeh letih.

Leta 2014 je bilo v izobraževalno aktivnost vključenih 48 % (lani 42,7 %) vseh zaposlenih. Glede na skupno število ur izobraževanja se je v povprečju vsak zaposleni izobraževal 13 ur (lani 6,4 ure).

Udeležbe na izobraževanjih	2013	Delež v %	2014	Delež v %	Sprememba leta 2014
Doma	68	98,5	117	100	49
Vtujini	1	1,5	0	0	-1
Skupno število udeležb	69	100	117	100	48

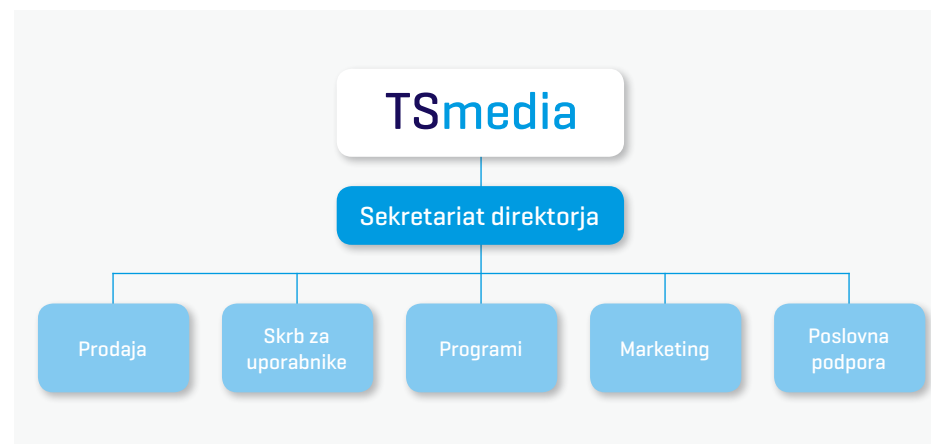
Naslednja tabela prikazuje podatke o izobraževanju glede na področje za leti 2013 in 2014:

Število udeležb po področjih izobraževanj	2013	2014	Sprememba leta 2014
Informacijsko-telekomunikacijske tehnologije	3	2	-1
Prodaja	3	21	18
Informatika in računalništvo	2	3	1
Vodenje	9	8	-1
Komunikacijske veščine	0	65	65
Tuji jeziki	4	0	-4
Varnost in zdravje pri delu	20	4	-16
Energetika in strojništvo	0	0	0
Zakonodaja	8	2	-6
Ekonomika	2	8	6
Poslovno komuniciranje in poslovne veščine	18	0	-18
Druga znanja	0	4	4
Skupaj	69	117	48

Organiziranost

Družba je organizirana v Sekretariat direktorja in pet vsebinsko zaokroženih področij. Skladno s spremembo organiziranosti sta se spremenila Pravilnik o organiziranosti ter Cilji in naloge organizacijskih enot.

Organizacijska shema družbe:



Skrb za zaposlene, upokojece in druge skupine, ki so povezane s podjetjem

V družbi posebno skrb zaposlenim namenjajo tudi zunaj delovnega okolja, predvsem za preventivo zaposlenih zaradi specifičnosti pogojev dela. Zaposleni so napoteni na preventivne zdravstvene preglede.

Ob koncu leta je bilo organizirano srečanje za zaposlene. Otroke zaposlenih je obdaril dedek Mraz, pred tem pa so si ogledali še otroško predstavo.

Varnost in zdravje pri delu ter požarna varnost

Strokovni delavci za varnost pri delu Telekom Slovenije, d. d., so opravljali strokovne naloge varnosti pri delu in varstva pred požarom tudi za TSmedia, d. o. o. (pregledi stanja, opozorila, predlogi za izboljšave ipd.). Naloge so bile izvedene skladno s sprejeto Izjavo o varnosti z ocenami tveganj.

Na usposabljanjih iz varnosti pri delu so bili delavci posebej opozorjeni na vzroke najpogostejših poškodb, na področje varnosti v cestnem prometu ter varstvo pred požarom. Na seminarjih iz varnosti in zdravja pri delu ter požarne varnosti so bili štirje delavci. Vsi udeleženci usposabljanj so na koncu opravili preizkus znanja o poznavanju nevarnosti in predpisanih ukrepov za varno delo.

Zdravstveno varstvo

V skladu z določili Zakona o varnosti in zdravju pri delu, Pravilnika o preventivnih zdravstvenih pregledih delavcev in ocen tveganj so bili izvedeni preventivni zdravstveni pregledi. Obdobni zdravstveni pregled je opravilo 32 delavcev. Organizirano je bilo preventivno cepljenje proti gripi, za katerega jeseni 2014 ni bilo zanimanja.

Požarna varnost

Pregledi stanja varstva pred požarom ter odprave pomanjkljivosti s tega področja so bili redni del strokovnih nalog.

Usposabljanje delavcev iz požarne varnosti je bilo sestavni del izobraževanj iz varnosti pri delu. Ob usposabljanju je vsak delavec ob nadzoru strokovne osebe praktično pogasil ogenj s simulatorjem.

POSLOVNO POROČILO



5. Pomembnejši projekti

Leto 2014 je bilo za družbo TSmedia zagotovo v znamenju vsebinskih rešitev, kjer je bil ključni projekt uporabniško in prodajno zanimiv multimedijiški sklop **#Zgodbe na Planet Siol.net**, veliki met pa je družbi uspel tudi s snovanjem in prodajo **vsebinskih rešitev** – advertorial člankov, nadgrajenih z nagradnimi igrami, natečaji, kvizi in videovsebinami.

Med pomembnejšimi strateškimi projekti leta 2014 je bilo lansiranje **mreže digitalnih velikanov** na elitnih in najbolj prometnih lokacijah v Ljubljani ter nadaljevanje razvoja mreže zunanjih digitalnih zaslonov [DOOH].

Ob koncu leta 2014 pa je družba TSmedia uspešno sklenila še en strateški projekt, saj ji je AKOS podelil **koncesijo za izvajanje univerzalne storitve zagotavljanja in dostopa do univerzalnega imenika in univerzalne službe za dajanje informacij o naročnikih** do decembra 2019.

Februarja 2014 je bila prenovljena **vstopna točka v slovenski splet – najdi.si**. Najdi.si je bil osvežen oblikovno, z modulskim prikazom vsebin na vstopni strani, lažjim dostopom do vsebin in nadgrajenim iskanjem ter naprednimi oglasnimi formati.

S prenovo **Telefonskega imenika Slovenije** je maja 2014 TSmedia na spletu predstavila edine prave rumene strani v Sloveniji in omogočila še lažje brskanje med telefonskimi številkami ter drugimi kontaktnimi in poslovnimi podatki, strankam pa je ponudila oglaševanje z najnovejšimi oglasnimi formati. Junija 2014 je izšel ETIS, decembra 2014 pa še Telefonski imenik Slovenije 2015 v knjižni izdaji v nakladi 90 tisoč izvodov, brezplačno distribuiranih po celotni Sloveniji, in druga letna izdaja ETIS.

V 2014 je TSmedia začela **prenovo najbolj obiskane poslovne spletne strani v Sloveniji – bizi.si**, ki je ob končani prenovi januarja 2015 uporabnikom poleg kakovostnih poslovnih, finančnih in kontaktnih podatkov poslovnih oseb ponudil še informacije o prostih delovnih mestih, poslovnih dogodkih, narokih in insolventnostnih postopkih.

Mediji družbe TSmedia so leto 2014 nadaljevali po začrtani poti, da postanejo prva izbira slovenskih uporabnikov in združeni v omrežje TSmedia tudi prva in prava izbira oglaševalcev na slovenskem trgu. **Planet Siol.net** se je še utrdil na drugem mestu med slovenskimi medijskimi stranmi in v povprečju beleži približno 620 tisoč različnih obiskovalcev mesečno [MOSS]. Uredništva ob vsebinah za spletno in mobilno platformo dnevno pripravljajo raznolike vsebine.

Novice na Planet Siol.net so v 2014 zaznamovale volitve v Evropski parlament, sojenje Janezu Janši, parlamentarne volitve, lokalne volitve in oblikovanje nove vlade. Nove bralce je Planet Siol.net pritegnil tudi z razširjenim naborom prepoznavnih kolumnistov ter pozitivnimi zgodbami v rubriki **Junaki za jutri** in **Mali junaki Slovenije**.

Vsebine na **Sportalu** so zaznamovale Zimske olimpijske igre Soči 2014 in medalji Tine Maze, SP v nogometu Brazilija 2014, SP v košarki Španija 2014 in uvrstitev NK Maribor v kvalifikacije za Ligo prvakov. Med odmevnimi projekti sta bila tudi kolesarska dirka Po Sloveniji in Ljubljanski maraton. Ključne športne dogodke je Sportal podprl s posebnimi vsebinami, kot so nagradni kvizi, spremljanjem v živo, čestitkami športnikom in okrepljenim pokrivanjem ter grajenjem skupnosti skozi navijanje na družbenih medijih.

Uredništvo **Trendov in scene** je spremljalo dogajanje na domači in tuji zvezdniški sceni in predstavljalo izbor slovenskih top gostiln. S projekti Valentinovo, Vsak dan zastoj počitnice, Najlepši trenutki 2014 in prodajnim projektom Ustvarimo boljši svet je krepilo prisotnost na trgu in z bogatimi vsebinami ter nagradami nadgradilo obstoječo uporabniško izkušnjo.

Uredništvo **Avtomota** je že tradicionalno obiskalo avtomobilistična salona v Ženevi in Frankfurtu, kjer je odkrivalo novosti v svetu jeklenih konjičkov in o vsem izčrpno poročalo na Planet Siol.net. Večja pozornost je usmerjena v testne vožnje ter v različne informacije, povezane s prometom in prometno varnostjo.

Družba TSmedia leta 2015 in pozneje načrtuje še hitrejši in učinkovitejši razvoj oglaševanja in monetizacije lastnih digitalnih medijev v Sloveniji, ki vključuje tako oglaševanje na omrežju TSmedia in zunanjih digitalnih zaslonih, vsebinske oglaševalske rešitve kot tudi vsebine za končne uporabnike. TSmedia bo kot lastnik, izdajatelj in upravljevalnik digitalnega medija Planet Siol.net, vstopne točke v slovenski splet najdi.si, poslovnega asistenta bizi.si, edinega uradnega in univerzalnega telefonskega imenika TIS ter vseh drugih blagovnih znamk, ki jih upravlja, imela večinski tržni delež na področju interneta, mobilnih portalov ter multimedijiških storitev in vsebin v Sloveniji. Strategija družbe TSmedia določa, da bo družba TSmedia postala vodilni ponudnik multimedijiških storitev in vsebin v Sloveniji in regiji. Prihodki družbe temeljijo tako na konvencionalnih kot novih oblikah oglaševanja, informacijskih storitvah 1188 in prodaji multimedijiških storitev končnim uporabnikom.

POSLOVNO POROČILO



6. Analiza uspešnosti poslovanja

Poudarki poslovanja v številkah

V tisoč EUR	2014	2013
Poslovni prihodki	9.558	12.271
Čisti prihodki od prodaje	9.542	11.083
Drugi poslovni prihodki	16	1.118
Poslovni odhodki	-10.445	-13.286
Opex - poslovni odhodki pred amortizacijo	-10.149	-12.893
EBITDA	-591	-622
Amortizacija	-296	-393
EBIT - dobiček iz poslovanja	-887	-1.015
Neto finančni izid (fin. prihodki - fin. odhodki)	-10	34
Davek iz dobička z odloženimi davki	11	41
Čisti poslovni izid	-908	-1.023

Družba TSmedia je leta 2014 ustvarila **9,6 milijona evrov** poslovnih prihodkov.

Največji prihodkovni segment v sklopu čistih prihodkov od prodaje predstavlja trženje oglasnega prostora, kjer se prihodki ustvarjajo z oglaševanjem na vseh medijih in portalih družbe, in prek oglasne mreže. Preostale prihodke družba TSmedia generira iz naslova trženja vsebin in informacij ter trženja storitev.

Na drugi strani **poslovni odhodki** znašajo skupaj **10,4 milijona evrov**.

Družba TSmedia je imela konec leta 2014 **90 zaposlenih**, kar je 13 manj zaposlenih kot v predhodnem letu, kar je predvsem posledica odhodov iz poslovnih razlogov.

Investicije v letu 2014 znašajo **970 tisoč evrov** in so bile namenjene so razvoju in nadgradnji produktov in portalov, nakupu pisarniške (računalniške) opreme za zaposlene, uporabniškim licencam za poročilnostne sisteme (Qlick View) in produkcijski opremi za izdelavo multimedijskih vsebin za portale.

EBIT družbe TSmedia za leto 2014 znaša **-887 tisoč evrov**.

Pri svojem poslovanju je družba TSmedia izpostavljena predvsem naslednjim **tveganjem** s področja terjatev, kreditnih tveganj in tržnih tveganj.

Tveganje plačilne sposobnosti

Obstaja tveganje izgub zaradi kratkoročne plačilne nesposobnosti (nelikvidnosti). Tveganje, da podjetje v določenem trenutku ne bo imelo zadostnih likvidnih sredstev za poravnavanje svojih tekočih obveznosti. Ukrepi za ublažitev omenjenega tveganja so: redno spremljanje in planiranje denarnih tokov ter plačilnih rokov.

Kreditno tveganje pri naročnikih

Obstaja tveganje, da se denarni prilivi zmanjšajo zaradi neplačevanja obveznosti kupcev. Ukrepi za ublažitev omenjenega tveganja so: predhodne kontrole finančnega stanja kupcev ter aktivna izterjava.

Tveganje sprememb makroekonomskih pogojev poslovanja na ključnih trgih (tveganje padca kupne moči)

Obstaja tveganje, da obstoječi prodajni produkti TSmedia postanejo manj privlačni za oglaševalce, zmanjša se zakupljena količina oglasov, posledično se zmanjšajo planirani prihodki. Ukrepi za ublažitev omenjenega tveganja so: zagotavljanje tehničnega in oblikovnega razvoja produktov in reden nadzor prodaje in prihodkov.

POSLOVNO POROČILO



7. Pomembnejši dogodki po datumu bilance stanja

Družba TSmedia, d.o.o. je z matično družbo Telekom Slovenije, d.d. dne 6. 1. 2015 sprejela poslovni dogovor o sklenitvi več dolgoročnih posojilnih pogodb, ki so v skladu s sprejetim poslovnim načrtom in strategijo delovanja družbe v naslednjem srednjeročnem obdobju. Prvo dolgoročno posojilo v višini 1.960 tisoč evrov je črpano 9. 1. 2015. drugo dolgoročno posojilo z v višini 980 tisoč evrov je črpano 27. 2. 2015, tretje v višini 1.470 tisoč evrov pa naj bi bilo črpano v obdobju med 1. 4. 2015 in 30. 6. 2015, Vsa posojila imajo rok vračila 5 let, obrestujejo pa se z obrestno mero 12M EURIBOR povečano za maržo od 3 do 3,5 odstotka letno.

RAČUNOVODSKO POROČILO



1. Splošna razkritja

Podatki družbe

Firma družbe:	TSmedia, medijske vsebine in storitve, d.o.o. [Skrajšano: TSmedia, d.o.o.]
Naslov:	Cigaletova 15, 1000 Ljubljana
Naziv podjetja:	TSmedia, medijske storitve, d.o.o.
Uprava:	mag. Tomaž Pernovšek, direktor
Vpis v sodni register:	pri Okrožnem sodišču v Ljubljani, vložna št. 1/43385/00
Višina osn. kapitala:	4.763.080,56 EUR
Matična številka:	2169576000
Davčna številka:	SI11466057
TRR št.:	IBAN SI56 0510 0801 2117 523, odprt pri Abanki Vipava d.d.

Ustanovitev, registracija in lastništvo

Družbo TSmedia, medijske vsebine in storitve, d.o.o. (v nadaljevanju TSmedia, d. o. o.) je bila vpisana v sodni register dne 30. 12. 2005, takrat še pod imenom firme Teledat, založništvo imenikov in podatkovnih baz, d.o.o.. Edini ustanovni družbenik je bil Telekom Slovenije, d. d., ki je v družbo s 1. 1. 2006 izdvojil dejavnost storitve obdelave podatkov o telefonskih naročnikih, urejanja baze TIS INFO in izdajanje telefonskega imenika za Telekom Slovenije, 1. 7. 2007 pa še izvajanje storitev klicnega centra 1188. V letu 2009 se je družbi Teledat, d. o. o., pripojila družba Najdi.si, informacijske storitve, d. o. o., ki je bila prav tako v 100-odstotnem lastništvu družbe Telekom Slovenije, d. d., in katere glavna dejavnost je bila razvoj iskalnih tehnologij in upravljanje široke mreže spletnih medijev. Skupaj s pripojitvijo se je spremenila tudi firma družbe Teledat, d. o. o., ki se je od pripojitve dalje glasila Najdi, informacijske storitve, d. o. o..

Dne 1. 4. 2011 je se je z vpisom v sodni register družbi Najdi, informacijske storitve, d. o. o., pripojila družba Planet 9, internetne storitve in mobilne telekomunikacijske storitve, d. o. o., Ljubljana, ki je delovala na področju multimedijских vsebin in storitev in je bila v 100-odstotnem lastništvu družbe Telekom Slovenije, d. d.. Premoženje družbe Planet 9, d. o. o., je s tem z vsemi pravicami in obveznostmi prešlo na prevzemno družbo, ta pa se je dne 20. 9. 2011 preimenovala v TSmedia, medijske vsebine in storitve, d.o.o.. Telekom Slovenije, d. d. je dne 30. 4. 2013 v sodni register vpisal prevzem dela družbe TSmedia, d. o. o., ki se nanaša na prevzem nekaterih dejavnosti družbe, skupaj z dejavnostmi pa je na prenosno družbo odšlo tudi 110 zaposlenih.

Na dan 31. 12. 2014 je edini lastnik družbe Telekom Slovenije, d. d., ki ima v lasti 100-odstotni delež.

Dejavnosti družbe

Glavne dejavnosti družbe so:

- založništvo medijev [izdajanje univerzalnega telefonskega imenika na različnih medijih, malih oglasov, poslovnega imenika bizi.si ter rumenih strani];
- izdajanje digitalnih medijev, dostopnih na petih digitalnih zaslonih – spletnem, zunanjih digitalnih zaslonih, mobilnem, televizijskem in tabličnim – pod enotno blagovno znamko Planet Siol.net;
- obdelovanje in urejanje baze podatkov o telefonskih naročnikih;
- oglaševanje in posredovanje oglasnega prostora na drugih spletnih mestih;
- dejavnost klicnih centrov;
- trženje spletnih iskalnikov, digitalnih vsebin in storitev;

Organi družbe

Organi družbe so:

- Nadzorni organ: Ustanovitelj, Telekom Slovenije, d. d., ki ga zastopa predsednik uprave;
- Uprava družbe: ima enega člana – direktorja. Naloge direktorja družbe opravlja mag. Tomaž Pernovšek.

Direktor vodi posle družbe v dobro družbe, samostojno in na lastno odgovornost. Pristojen je za vse zadeve, ki niso v pristojnosti nadzornega organa, ustanovitelja, Telekoma Slovenije, d. d..

Računovodski izkazi

Računovodski izkazi so ločeni računovodski izkazi družbe TSmedia, d. o. o., za obdobje, ki se je končalo na dan 31. 12. 2014. Računovodski izkazi so pripravljeni z upoštevanjem Mednarodnih računovodskih standardov računovodskega poročanja [MSRP], kot jih je sprejela Evropska unija.

Posloводство je izkaze odobrilo dne 6. 3. 2015.

Edini deležnik družbe TSmedia, d. o. o., je družba Telekom Slovenije, d. d.. Letno poročilo skupine Telekom Slovenije je na voljo na sedežu in na spletnih straneh družbe Telekom Slovenije, d. d., Cigaletova 15, 1000 Ljubljana.

RAČUNOVODSKO POROČILO



2. Računovodski izkazi

Izkaz poslovnega izida družbe TSmedia, d. o. o., za obdobje, ki se je končalo 31. 12. 2014

V tisoč EUR	Pojasnilo	2014	2013
Čisti prihodki od prodaje	4.1	9.542	11.083
Drugi prihodki od poslovanja	4.2	16	1.188
Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala		6	7
Stroški materiala		43	60
Stroški storitev	4.3	6.216	8.514
Stroški dela	4.4	3.875	4.247
Amortizacija	4.8, 4.9	296	393
Drugi odhodki poslovanja	4.5	9	65
Skupaj odhodki poslovanja		10.445	13.286
Dobiček / izguba iz poslovanja		-887	-1.015
Finančni prihodki	4.6	262	182
Finančni odhodki	4.6	272	149
Dobiček / izguba pred obdavčitvijo		-897	-982
Davek iz dobička z odloženimi davki	4.7	11	41
Čisti dobiček / izguba poslovnega leta		-908	-1.023

Pojasnila so sestavni del računovodskih izkazov.

Izkaz drugega vseobsegajočega donosa družbe TSmedia, d. o. o., za obdobje, ki se je končalo 31. 12. 2014

V tisoč EUR	Pojasnilo	2014	2013
Čisti dobiček / izguba obdobja		-908	-1.023
Drugi vseobsegajoči donos, ki se v prihodnosti sme prenesti v izkaz poslovnega izida:			
Presežek iz prevrednotenja aktuarskih presežkov in primanjkljajev		1	17
Drugi vseobsegajoči donos poslovnega leta		1	17
Celotni vseobsegajoči donos poslovnega leta		-907	-1.006

Pojasnila so sestavni del računovodskih izkazov.

Bilanca stanja družbe TSmedia, d. o. o., na dan 31. 12. 2014
– Sredstva

V tisoč EUR	Pojasnilo	31. 12. 2014	31. 12. 2013
Neopredmetena sredstva	4.8	1.257	595
Opredmetena osnovna sredstva	4.9	145	139
Naložba v pridruženo podjetje	4.10	3.332	3.087
Druge finančne naložbe	4.11	8.485	4.465
Ostala dolgoročna sredstva	4.12	334	651
Naložbene nepremičnine		0	0
Odložene terjatve za davek	4.13	103	115
Skupaj dolgoročna sredstva		13.656	9.052
Zaloge		0	4
Poslovne in druge terjatve	4.14	2.740	3.490
Kratkoročne aktivne časovne razmejitve	4.14	824	517
Terjatve za davek iz dobička		47	47
Kratkoročne finančne naložbe	4.15	146	281
Denar in denarni ustrezniki	4.16	36	91
Skupaj kratkoročna sredstva		3.793	4.430
Skupaj sredstva		17.449	13.482

Pojasnila so sestavni del računovodskih izkazov.

Bilanca stanja družbe TSmedia, d. o. o., na dan 31. 12. 2014
– Kapital in obveznosti

V tisoč EUR	Pojasnilo	31. 12. 2014	31. 12. 2013
Osnovni kapital	4.17	4.763	4.763
Kapitalske rezerve		476	476
Rezerve iz dobička	4.17	0	0
Zadržani čisti poslovni izid	4.17	-908	0
Presežek iz prevrednotenja aktuarskih presežkov in primanjkljajev		19	18
Skupaj kapital in rezerve		4.350	5.257
Rezervacije	4.18	262	228
Prejeta dolgoročna posojila in krediti	4.19	9.330	4.165
Druge dolgoročne obveznosti	4.20	21	41
Skupaj dolgoročne obveznosti		9.613	4.434
Poslovne in druge obveznosti	4.21	1.415	2.085
Prejeta kratkoročna posojila in krediti	4.19	1.523	223
Druge kratkoročne finančne obveznosti		0	980
Kratkoročno odloženi prihodki	4.22	6	17
Vnaprej vračunani stroški in odhodki	4.22	542	486
Skupaj kratkoročne obveznosti		3.486	3.791
Skupaj obveznosti		13.099	8.225
Skupaj kapital in obveznosti		17.449	13.482

Pojasnila so sestavni del računovodskih izkazov.

Izkaz gibanja kapitala družbe TSmedia, d. o. o., za obdobje, ki se je končalo 31. 12. 2014

V tisoč EUR	Vpoklicani kapital	Kapitalske rezerve	Rezerve iz dobička					Zadržani čisti poslovni izid	Presežek iz prevrednotenja aktuar. presežkov in primanjkljajev	Skupaj
			Zakonske rezerve	Rezerve za lastne delnice	Lastne delnice	Statutarne rezerve	Druge rezerve iz dobička			
Stanje 1. 1. 2014	4.763	476	0	0	0	0	0	0	18	5.257
Čisti poslovni izid obdobja								-908		-908
Drugi vseobsegajoči poslovni izid obdobja									1	1
Celotni vseobsegajoči poslovni izid								-908	1	-907
Transakcije z lastniki										0
Transakcije z lastniki										0
Drugo										0
Stanje 31. 12. 2014	4.763	476	0	0	0	0	0	-908	19	4.350

Pojasnila so sestavni del računovodskih izkazov.

Izkaz gibanja kapitala družbe TSmedia, d. o. o., za obdobje, ki se je končalo 31. 12. 2013

V tisoč EUR	Vpoklicani kapital	Kapitalske rezerve	Rezerve iz dobička					Zadržani čisti poslovni izid	Presežek iz prevrednotenja aktuar. presežkov in primanjkljajev	Skupaj
			Zakonske rezerve	Rezerve za lastne delnice	Lastne delnice	Statutarne rezerve	Druge rezerve iz dobička			
Stanje 1. 1. 2013	5.569	3.927	71	0	0	0	397	-3.702	0	6.262
Čisti poslovni izid obdobja								-1.023		-1.023
Drugi vseobsegajoči poslovni izid obdobja									18	18
Celotni vseobsegajoči poslovni izid								-1.023	18	-1.005
Transakcije z lastniki										0
Transakcije z lastniki										0
Prenos na druge rezerve po sklepu Uprave		-3.370	-71				-397	3.838		0
Pokrivanje izgube po sklepu Uprave 25. 2. 2014	-806	-81						887		0
Stanje 31. 12. 2013	4.763	476	0	0	0	0	0	0	18	5.257

Pojasnila so sestavni del računovodskih izkazov.

Izkaz denarnih tokov družbe TSmedia, d. o. o., za obdobje, ki se je končalo
31. 12. 2014

V tisoč EUR	Pojasnila	2014	2013
Denarni tokovi pri poslovanju			
Čisti dobiček pred obdavčitvijo		-897	-982
Prilagoditve za:			
Amortizacijo neopredmetenih sredstev in opredmetenih osnovnih sredstev	4.8, 4.9	296	393
Dobiček pri prodaji osnovnih sredstev		2	-42
Finančni odhodki	4.6	272	149
Finančni prihodki	4.6	-262	-182
Spremembo poslovnih in drugih terjatev ter AČR	4.14	444	-97
Spremembo drugih dolgoročnih sredstev	4.12	317	1.754
Spremembo zalog		4	1
Spremembo rezervacij	4.18	35	-31
Spremembo dolgoročno in kratkoročno odloženih prihodkov	4.22	-11	4
Spremembo vnaprej vračunanih stroškov in odhodkov	4.22	56	-659
Spremembo poslovnih in drugih obveznosti	4.21	-1.004	-1.328
Vračilo / plačan davek iz dobička		0	0
Čista denarna sredstva iz poslovanja		-748	-1.020
Denarni tokovi iz naložbenja			
Prejemki pri naložbenju		1.776	6.983
Prejemki od prodaje osnovnih sredstev in odprodaje deležev		300	6.433
Prejete obresti		15	46
Odtujitev dolgoročnih finančnih naložb		291	155
Odtuhitev kratkoročnih finančnih naložb		1.170	350

Izdatki pri naložbenju	-7.530	-7.591
Nakup opredmetenih osnovnih sredstev	-89	-271
Nakup neopredmetenih dolgoročnih sredstev	-881	-698
Naložbe v odvisne in pridružene družbe	-1.225	-2.107
Finančne naložbe v obliki danih posojil	-5.335	-4.515
Čista denarna sredstva porabljen pri naložbenju	-5.754	-608
Denarni tokovi iz financiranja		
Prejemki pri financiranju	11.185	4.165
Vplačan kapital	0	0
Prejeta dolgoročna posojila	5.165	4.165
Prejeta kratkoročna posojila	6.020	0
Izdatki pri financiranju	-4.738	-2.469
Odplačila kratkoročnih posojil	-4.723	-2.447
Plačane obresti	-15	-22
Čista denarna sredstva porabljen pri financiranju	6.447	1.696
Čisto povečanje denarnih sredstev in njihovih ustreznikov	-55	69
Končno stanje denarnih sredstev	36	91
Začetno stanje denarnih sredstev	91	22

Pojasnila so sestavni del računovodskih izkazov.

RAČUNOVODSKO POROČILO



3. Povzetek pomembnih računovodskih usmeritev in razkritij

3.1. Splošna razkritja

Pomembne računovodske usmeritve, uporabljene pri sestavi posamičnih računovodskih izkazov družbe TSmedia, d. o. o., so predstavljene v nadaljevanju.

a. Izjava o skladnosti

Priloženi posamični računovodski izkazi družbe TSmedia, d. o. o., so sestavljeni v skladu z Mednarodnimi standardi računovodskega poročanja (MSRP), kot jih je sprejela Evropska unija in skladni z ZGD -1.

Na dan bilance stanja glede na proces potrjevanja standardov v EU ni razlik v računovodskih usmeritvah družbe TSmedia, d. o. o. in med Mednarodnimi standardi računovodskega poročanja (MSRP), ki jih je sprejela EU.

b. Osnove za izdelavo računovodskih izkazov

Računovodski izkazi družbe so pripravljeni ob predpostavki nadaljevanja poslovanja podjetja v prihodnosti. Pripravljeni so na podlagi izvirnih vrednosti. Postavke v posamičnih računovodskih izkazih so izražene v evrih in zaokrožene na tisoč enot.

c. Funkcionalna valuta

Računovodski izkazi TSmedia, d. o. o., so predstavljeni v evrih, zaokroženi na tisoč enot. Denarna sredstva in obveznosti so na dan bilance stanja preračunana v funkcionalno valuto po dnevnem tečaju menjave na dan bilance stanja. Vse tečajne razlike so pripoznane v izkazu poslovnega izida.

Nedenarna sredstva in obveznosti v tuji valuti, ki so merjena po izvirni vrednosti, so preračunana po tečaju, veljavnem na dan transakcije. Nedenarna sredstva in obveznosti, izražena v tuji valuti in merjena po pošteni vrednosti, so preračunana po tečaju na dan, ko je bila določena poštena vrednost.

d. Uporaba pomembnih ocen in presoje

Priprava računovodskih izkazov zahteva od posloводства določene ocene, presoje in predpostavke, ki vplivajo na neodpisano vrednost sredstev in obveznosti družbe ter na razkritje potencialnih obveznosti na dan bilance stanja ter zneskov prihodkov in odhodkov družbe v obdobju, ki se konča na dan bilance stanja.

Prihodnjih dogodkov in njihovega vpliva ni mogoče določiti z gotovostjo, zato je potrebno pri računovodskih ocenah uporabiti presojo, saj se računovodske ocene spreminjajo glede na nove dogodke, izkušnje, dodatne informacije ter kot posledica sprememb poslovnega okolja, v katerem družba deluje. Dejanske vrednosti se lahko razlikujejo od ocenjenih. Oblikovanje ocen in s tem povezane predpostavke in negotovosti so opisane v usmeritvah k posameznim postavkam v poglavju 3.2. Povzetek pomembnih računovodskih usmeritev.

Ocene in predpostavke se redno pregledujejo. Spremembe računovodskih ocen se pripoznajo v obdobju, za katerega se ocene spremenijo, ter za vsa prihodnja obdobja, na katera spremembe vplivajo.

Amortizacijska doba opredmetenih in neopredmetenih sredstev

Določanje dobe koristnosti sredstva temelji na preteklih izkušnjah s podobnimi sredstvi, na pričakovanem tehnološkem razvoju in spremembah v širšem gospodarskem okolju. Družba letno preverja ustreznost ocenjene dobe koristnosti.

Popravki vrednosti dvomljivih terjatev

Posloводство ohranja vrednost terjatev tako, da oceni dvomljivost terjatev, ki izhaja iz nezmožnosti poplčila fizičnih in poslovnih subjektov. Popravke vrednosti kratkoročnih terjatev do kupcev v državi in do tujine družba oblikuje po kriteriju starosti posamezne terjatve, višina popravka pa je določena na podlagi ocene izterljivosti.

Pri terjativah iz naslova kompenzacij, se popravek vrednosti terjatev oblikuje po drugačnem časovnem kriteriju, kot je veljaven za preostale poslovne terjatve, ker posloводство ocenjuje, da je zaradi narave poslovnega dogovora upravičeno pričakovati zapiranje medsebojnih poslov v določenem časovnem obdobju. Več o tem je opisano v točki f. Poslovne terjatve in druge terjatve, v poglavju 3.2 Povzetek pomembnih računovodskih usmeritev.

Odloženi davki

Poslovodska presoja je potrebna za preračun dejanskih in odloženih davkov. Za oceno te verjetnosti mora poslovodstvo upoštevati več dejavnikov vključno s preteklimi poslovnimi rezultati, poslovnimi načrti in z načrtovanjem davčne strategije. Če dejanski rezultati odstopajo od teh ocen ali če morajo biti ocene prilagojene v prihodnjih obdobjih imajo lahko negativen vpliv na poslovne rezultate, bilanco stanja in denarne tokove. V primeru, da se ocena prihodnje porabe odloženih davkov spremeni, morajo biti že pripoznani odloženi davki zmanjšani v izkazu poslovnega izida ali direktno v kapitalu odvisno od načina prvotne pripoznavne.

Rezervacije in pogojne obveznosti

Pomembne presoje poslovodstva družbe TSmedia so potrebne pri merjenju in priznavanju izpostavljenosti družbe pogojnim obveznostim, povezanih z nerešenimi sodnimi spori in drugimi neporavnanimi terjatvami, ki so predmet pogajanj poravnave in drugih pogojnih obveznosti. Sodne spore poslovodstvo presoja na podlagi ocen in mnenj strokovnih služb o verjetnem izidu za vsak posamezni spor. Primernost oblikovanja rezervacije se oblikuje na podlagi višine tožbenega zahtevka, predmeta tožbe, navedb tožeče stranke in glede na potek posameznega postopka. Zaradi negotovosti, značilne za ta proces ocenjevanja, so lahko dejanske izgube drugačne od prvotno ocenjenih. Poslovodske ocene se lahko spremenijo, v kolikor poslovodstvo pridobi nove informacije. Popravki teh ocen lahko bistveno vplivajo na rezultate poslovanja.

3.2. Povzetek pomembnih računovodskih usmeritev

Pomembne računovodske usmeritve, uporabljene pri sestavi računovodskih izkazov družbe TSmedia, d. o. o., so predstavljene v nadaljevanju.

Uporabljene računovodske usmeritve in metode izračunavanja so enake kot pri zadnjem letnem poročanju, z izjemo na novo sprejetih standardov ter pojasnil, navedenih v nadaljevanju in upoštevanih pri pripravi računovodskih izkazov, če je družba navedene dogodke za poročano obdobje imela. Računovodski izkazi družbe so pripravljeni z uporabo istih računovodskih usmeritev, ter za isto poročevalsko obdobje kot računovodski izkazi matične družbe.

a. Novi standardi in pojasnila, ki še niso stopili v veljavo

Družba ni predčasno uporabila nobenega standarda ali pojasnila, ki še ni veljavno in bo začelo veljati v prihodnosti.

Novi standardi in pojasnila navedeni v nadaljevanju še niso veljavni in se med pripravo letnih računovodskih izkazov na dan 31. 12. 2014 niso upoštevali: [IAS 8.30 [a]]:

Dopolnila k MRS 19 – Zaslužki zaposlenecv: Prispevki zaposlenih

[Velja za letna obračunska obdobja, ki se začnejo 1. 2. 2015. Uporablja se za nazaj. Uporaba pred tem datumom je dovoljena.]

Spremembe so pomembne zgolj za programe z določenimi zaslužki oziroma izpolnjevanje zahtev, ki se nanašajo na prispevke zaposlenih ali tretjih oseb. Gre za prispevke, ki:

- jih določajo formalne določbe programa;
- so povezani z opravljeno storitvijo; in
- so neodvisni od števila let delovne dobe.

V primeru, da so ta merila izpolnjena jih lahko [ni pa nujno] družba upošteva kot zmanjšanje stroškov službovanja v obdobju, ko je bila zadevna storitev opravljena.

Družba predvideva, da dopolnilo ne bo vplivalo na računovodske izkaze, saj nima programov z določenimi zaslužki, ki se nanašajo na zaposlene ali tretje osebe.

OPMSRP 21 Dajatve

[Velja za letna obračunska obdobja, ki se začnejo 17. 6. 2014. Uporablja se za nazaj. Uporaba pred tem datumom je dovoljena.]

Pojasnilo daje smernice k opredelitvi obvezujočega dogodka, na podlagi katerega nastane obveznost ter določitvi časovnega okvirja za pripoznanje obveznosti plačila dajatve.

V skladu s pojasnilom je obvezujoči dogodek tisti, ki sproži plačilo dajatve, kot je opredeljen z zakonodajo, obveznost plačila dajatve pa se pripozna ob nastanku tega dogodka. Obveznost plačila dajatve se pripozna postopoma, če obvezujoči dogodek nastopi v določenem časovnem obdobju.

Če je obvezujoči dogodek doseganje najnižjega praga dejavnosti (kot so najnižji znesek ustvarjenih prihodkov ali prodaje ali proizvedenih outputov), se ustrezna obveznost pripozna, ko je dosežen ta najnižji prag dejavnosti. Pojasnilo nadalje določa da, družba nima posredne obveze plačati dajatve, ki se sproži s poslovanjem v prihodnjem obdobju, če mora zaradi gospodarskih razlogov nadaljevati poslovanje v navedenem prihodnjem obdobju.

Družba predvideva, da pojasnilo na dan prve uporabe ne bo pomembno vplivalo na računovodske izkaze, saj ne zahteva spremembo računovodskih usmeritev glede dajatev.

MSRP 3 Poslovne združitve

Dopolnilo k MSRP 3 Poslovne združitve (posledično vključujejo spremembe ostalih standardov) pojasnjuje ko gre pri finančnem instrumentu za pogojno nadomestilo; v tem primeru se skladno z MRS 32 instrument razvrsti kot obveznost ali kapital. Nadalje dopolnilo pojasnjuje, da je pogojno nadomestilo razvrščeno kot sredstvo ali obveznost potrebno na dan poročanja meriti po pošteni vrednosti.

Družba ne izkazuje pogojnega nadomestila, zato dopolnilo k MSRP 3 Poslovne združitve, na dan poročanja ne vpliva na računovodske izkaze.

b. Neopredmetena sredstva

Družba pripozna neopredmetena sredstva, ko je verjetno, da bodo pritekale z njimi povezane gospodarske koristi in ko je njihovo nabavno vrednost mogoče zanesljivo izmeriti. Vsa neopredmetena sredstva v družbi, imajo končne dobe koristnosti.

Neopredmetena sredstva se izkažejo po nabavni vrednosti, zmanjšani za nabrani amortizacijski popravek vrednosti in izgubo zaradi oslabitve.

Neopredmetena sredstva predstavljajo:

- licence za programsko opremo,
- programska oprema, pridobljena ločeno od računalniške opreme, ki je v uporabi v obdobju, ki je daljše od enega leta, ter
- druga neopredmetena sredstva.

Amortizacija neopredmetenih sredstev se začne z dnem, ko je sredstvo razpoložljivo za uporabo in se obračunava na podlagi enakomernega časovnega amortiziranja skozi celotno ocenjeno dobo koristnosti sredstva.

Skupine neopredmetenih osnovnih sredstev	Dobe koristnosti v letih
Licence in programske pravice	1 do 9
Računalniški programi - aplikacijska programska podpora	2 do 4
Druge premoženjske pravice	4

Stroški programske opreme se usredstvi po nabavni vrednosti in enakomerno časovno amortizirajo v ocenjeni dobi koristnosti, ki je tri leta, posamezne licence za uporabo programske opreme pa v dobi trajanja pogodbe, ki znaša običajno med dvema in štirimi leti. Amortizacijska doba blagovne znamke Najdi.si, pripoznane ob pripojitvi podjetja Najdi.si leta 2009, se amortizira v časovnem obdobju devetih let.

Nabavna vrednost neopredmetenega sredstva **zgrajenega ali izdelanega v družbi** vključuje neposredne stroške dela in ustrezen del režijskih stroškov, skladno z metodologijo izračuna interne cene ure. Stroški izgradnje ali izdelave neopredmetenih sredstev, ki so vključeni v nabavno vrednost, se pripoznajo kot znižanje stroškov (stroškov dela in drugih poslovnih odhodkov) v poslovnem izidu mesečno z obračunom nalogov in projektov. Struktura stroškov, ki se znižujejo, se letno preverja. V primeru, da so stroški dela v strukturi nižji od 60%, se preostanek stroškov razdeli na vsaj dve pomembnejši vrsti stroškov.

Stroški v podjetju pridobljene programske opreme se usredstvi in enakomerno časovno amortizirajo v ocenjeni dobi koristnosti, ki je tri leta.

Kasnejši izdatki, nastali v zvezi z neopredmetenimi sredstvi, povečujejo njihovo nabavno vrednost, če povečujejo prihodnje gospodarske koristi posameznega sredstva. Vsi drugi izdatki so pripoznani kot odhodki ob nastanku.

Družba ob koncu poslovnega leta preverja, ali obstajajo pokazatelji, ki bi nakazovali, da je potrebno kakšno neopredmeteno sredstvo oslabiti. Pri ocenjevanju, ali ti pokazatelji obstajajo, družba preveri, ali je prišlo do pomembnih tehnoloških sprememb (zastarelost programske opreme, licenc, nova sposobnejša programska oprema) oziroma spremembe trga (zaostritev konkurenčnih razmer, sprememba potrošniških navad, odmik oziroma zmanjševanje ciljne populacije, ki jo podjetje nagovarja, z določenimi produkti ...). Če taki pokazatelji obstajajo, se ugotovi nadomestljiva vrednost sredstva. Slabitev se izvede, če nadomestljiva vrednost neopredmetenega sredstva pomembno presega knjigovodsko vrednost.

Slabitev se izkaže v izkazu poslovnega izida med drugimi odhodki poslovanja v postavki slabitev neopredmetenih in opredmetenih osnovnih sredstev.

c. Opredmetena osnovna sredstva

Opredmetena osnovna sredstva v lasti družbe se ob pridobitvi izkažejo po nabavni vrednosti. V nabavno vrednost se vključi tudi vse stroške, ki jih je mogoče neposredno pripisati usposobitvi opredmetenega sredstva za nameravano uporabo. Nabavna vrednost lahko vključuje tudi začetno oceno stroškov razgradnje, odstranitve in obnove, če za to obstaja projekt.

Oprema za medijsko produkcijo, računalniška in druga oprema se merijo po nabavni vrednosti in zmanjšujejo zaradi amortiziranja.

Kasnejši izdatki, nastali v zvezi z nadomestitvijo posameznega dela opredmetenega osnovnega sredstva, povečujejo njegovo nabavno vrednost. Drugi kasnejši izdatki v zvezi z opredmetenim osnovnim sredstvom povečajo njegovo nabavno vrednost, če je verjetno, da bodo njegove bodoče gospodarske koristi večje v primerjavi s prvotno ocenjenimi. Vsi ostali izdatki se pripoznajo kot odhodek ob nastanku.

V primeru poznejših izdatkov v zvezi z opredmetenim osnovnim sredstvom, ki povečujejo njegovo nabavno vrednost, se njegovo preostala dobo koristnosti ponovno oceni. V primeru poznejših izdatkov v dokončno amortizirano opredmeteno osnovno sredstvo se sredstvo pripozna kot novo sredstvo z novo dobo koristnosti.

Amortizacija opredmetenih osnovnih sredstev se obračunava na podlagi enakomernega časovnega amortiziranja skozi celotno ocenjeno dobo koristnosti sredstev. Znotraj poslovnega leta se letna amortizacija enakomerno razdeli po obdobjih.

Družba obračunava amortizacijo posamično in samostojno določa letne amortizacijske stopnje glede na dobo koristnosti posameznega opredmetenega osnovnega sredstva.

Ocenjene dobe koristnosti skupin opredmetenih osnovnih sredstev

Skupine opredmetenih osnovnih sredstev	Dobe koristnosti v letih
Računalniška oprema	3
Telekomunikacijska in multimedijška oprema	3 do 6
Osebnih avtomobilov	8
Druga oprema	3 do 8

Opredmeteno osnovno sredstvo je oslabiljeno, če njegova knjigovodska vrednost presega nadomestljivo. Nadomestljiva vrednost je poštena vrednost ali vrednosti pri uporabi in sicer tista, ki je večja. Vrednost pri uporabi se oceni kot sedanja vrednost pričakovanih bodočih denarnih tokov, pri čemer so pričakovani denarni tokovi diskontirani na sedanjo vrednost z uporabo diskontne stopnje pred davki. Slabitev se pripozna v izkazu poslovnega izida.

d. Finančne naložbe

Pripoznanje in merjenje finančnih naložb

Finančna naložba v pridruženo podjetje se v posamičnih računovodskih izkazih matične družbe vodi po nabavni vrednosti, zmanjšani za morebitne izgube iz oslabitve. Naložbe se pripoznajo ali pa se pripoznanje odpravi na dan sklenitve nakupa ali prodaje.

Družba ne pripravlja skupinskih izkazov, saj se pripravljajo skupinski računovodski izkazi na ravni celotne Skupine Telekom Slovenije.

Posojila in poslovne terjatve se ob začetnem pripoznanju merijo po izvorni vrednosti, po začetnem pripoznanju pa se merijo po odplačni vrednosti z uporabo metode učinkovitih obresti, zmanjšani za izgubo zaradi oslabitve.

Družba pripozna posojila in terjatve na dan njihovega nastanka.

Oslabitev finančnih naložb

Naložbe v pridružene družbe

Praviloma v zadnjem kvartalu poslovnega leta se preveri ustreznost izkazanih velikosti posamezne finančne naložbe v pridružene družbe. Kot znamenje slabitve se šteje, če katera izmed naložb pomembno (več kot 30 % nabavne vrednosti) ali trajno (več kot 12 mesecev) izgublja vrednost ali če obstajajo pokazatelji, da bi družba lahko šla v stečaj. V tem primeru je potrebno oblikovanje popravka njene začetno izkazane vrednosti v breme prevrednotovalnih finančnih odhodkov.

V primeru novoustanovljene družbe se znamenja slabitve ne ugotavljajo prvi dve leti od ustanovitve, v primeru poslovanja družbe skladno s potrjenim planom. Izguba zaradi oslabitve se pripozna v izkazu poslovnega izida in se izmeri kot razlika med knjigovodsko vrednostjo in nadomestljivo vrednostjo, ki jo praviloma ugotovi neodvisni zunanji ocenjevalec vrednosti. Izgube zaradi oslabitve se ne sme razveljaviti.

Posojila in poslovne terjatve

Ob začetnem pripoznanju se merijo po izvorni vrednosti, po začetnem pripoznanju pa se merijo po odplačni vrednosti z uporabo metode učinkovitih obresti, zmanjšani za izgubo zaradi oslabitve. Družba pripozna posojila in terjatve na dan njihovega nastanka.

Poslovne terjatve so opredeljene v točki 3.2 f.

Na koncu vsakega poročevalskega obdobja družba oceni ali obstaja kak nepristranski dokaz o morebitni oslabiljenosti posojil. Prav tako družba spremlja dinamiko vračanja posojil in v primeru zamud pristopi k preverbi znakov za ugotavljanje slabitev.

Če obstajajo nepristranski dokazi, da je pri posojilih nastala izguba zaradi oslabitve se njen znesek izmeri kot razlika med knjigovodsko vrednostjo finančnega sredstva in sedanjo vrednostjo pričakovanih prihodnjih denarnih tokov, ki so razobresteni po izvorni učinkoviti obrestni meri finančnega sredstva. Knjigovodsko vrednost sredstva se zmanjša s preračunom na kontu popravka vrednosti.

Izguba zaradi oslabitve se pripozna v poslovnem izidu kot prevrednotovalni finančni odhodek.

Če se v naslednjem obdobju velikost izgube zaradi oslabitve zmanjša in če je zmanjšanje možno nepristransko povezati z dogodkom po pripoznanju oslabitve, je treba že prej pripoznano izgubo zaradi oslabitve razveljaviti. Razveljavitev izgube zaradi oslabitve se pripozna v poslovnem izidu do višine, dokler knjigovodska vrednost finančnega sredstva ne presega njegove odplačne vrednosti na dan odprave.

e. Ostala dolgoročna sredstva

Vnaprej plačane pravice za uporabo domen se časovno razmejujejo za dobo trajanja pogodbenega razmerja ter se jih postopoma prenaša v stroške. So plačane vnaprej za obdobje od dveh do šestih let.

f. Poslovne terjatve in druge terjatve

Terjatve iz poslovanja se izkažejo po nabavni vrednosti, zmanjšani za izgube zaradi oslabitve. Družba oblikuje popravke vrednosti terjatev do kupcev glede na izkušnje iz preteklih let in pričakovanja v obračunskem obdobju.

Terjatve po kriteriju starosti razporedi v tri razrede, ki odražajo verjetnost njihovega poplčila in sicer:

- za terjatve, zapadle od 90 do 180 dni, 50-odstotni popravek,
- za terjatve, zapadle od 181 do 365 dni, 75-odstotni popravek,
- za terjatve, zapadle več kot 365 dni, 100-odstotni popravek.

Terjatve iz naslova kompenzacijskih letnih poslovnih dogovorov se zapirajo oziroma kompenzirajo v obdobju enega leta. Družba ocenjuje, da v tem obdobju obstaja velika verjetnost, da se te terjatve kompenzirajo z izdanimi računi s strani udeleženih poslovnih subjektov, zato se popravek vrednosti teh terjatev oblikuje za terjatve, zapadle več kot 15 mesecev in sicer v višini 100 odstotkov vrednosti terjatve.

V posamičnih primerih se popravek vrednosti terjatev lahko oblikuje tudi individualno. Individualna obravnava oblikovanja popravka terjatev je vezana na podpisane dogovore s podjetji dolžniki o poravnavi obveznosti oziroma podpisane dogovore o medsebojnem pobotanju obojestranskih poslov.

Terjatve, za katere se oblikuje popravek vrednosti terjatev, se v celoti obravnavajo kot dvomljive.

g. Aktivne časovne razmejitve

Med aktivnimi časovnimi razmejitvami skupina evidentira kratkoročno nezaračunane prihodke ter kratkoročne odložene stroške.

h. Izplačilo dobička

Izplačilo bilančnega dobička se pripozna kot obveznost v obdobju, v katerem je le-ta potrjena na upravi Telekom Slovenije d.d. kot edinega deležnika.

i. Rezervacije

Rezervacije se pripoznajo, ko obstaja zaradi preteklega dogodka sedanja obveza (pravna ali posredna) in če je verjetno, da bo pri poravnavi obveze potreben odtok dejavnikov, ki omogočajo pritekanje gospodarskih koristi in je mogoče znesek obveze zanesljivo izmeriti. V primeru pomembnega učinka se rezervacije določi na podlagi diskontiranih pričakovanih bodočih denarnih tokov.

Potencialne obveznosti v računovodskih izkazih niso pripoznane, ker bo njihov dejanski obstoj potrjen z nastopom ali nenastopom dogodkov šele v nenapovedljivi prihodnosti, na kar pa družba ne more vplivati.

Poslovodstvo posamezne družbe redno preverja, če je za poravnavo možne obveznosti verjeten odliv sredstev, ki omogočajo ekonomske koristi. V primeru, da le-ta postane verjeten, se možna obveznost prerazporedi tako, da se zanjo v računovodskih izkazih oblikuje rezervacija v trenutku, ko se spremeni stopnja verjetnosti.

Rezervacije za obveznosti za tožbe družba oblikuje na podlagi ocene o možnem izidu tožb. Družba primeren oblikovanja rezervacij preverja za vsak tožbeni postopek posebej glede na višino tožbenega zahtevka, predmet tožbe, navedbe tožeče stranke in glede na potek posameznega postopka.

Rezervacije za odpravnine in jubilejne nagrade so oblikovane na podlagi zakonskih predpisov, kolektivnih pogodb in internih aktov, po katerih obstaja zaveza k plačilu odpravnin ob upokojitvi in jubilejnih nagrad zaposlenim. Rezervacije so oblikovane na podlagi aktuarskega izračuna z uporabo metode projicirane enote in sicer v višini ocenjenih prihodnjih izplačil za odpravnine in jubilejne nagrade, diskontirane na dan bilance stanja. Aktuarski izračun pripravi pooblaščen aktuar

Aktuarski izračun se naredi za vsakega zaposlenega, upoštevajoč stroške odpravnine ob upokojitvi ter strošek vseh pričakovanih jubilejnih nagrad do upokojitve po metodi aktuarskega izračuna. Ob zaključku vsakega poslovnega leta se preveri višina tako oblikovanih rezervacij in se le-te ustrezno povečajo ali zmanjšajo.

j. Prejeta posojila

Prejeta posojila se ob začetnem pripoznanju ovrednotijo z zneski iz ustreznih listin o njihovem nastanku, ki dokazujejo prejem denarnih sredstev ali poplačilo kakega poslovnega dolga, kar predstavlja njihovo pošteno vrednost. Družba stroške, povezane z odobritvijo posojila, časovno razmeji in v stroške prenaša enakomerno v dobi trajanja posojilnega razmerja.

Po začetnem pripoznanju se prejeta posojila izkažejo po odplačni vrednosti z uporabo efektivne obrestne mere. Razlike med nabavno vrednostjo in vrednostjo odplačila se pripoznajo v izkazu poslovnega izida v času trajanja posojilne pogodbe.

k. Poslovne in druge obveznosti

Obveznosti do dobaviteljev in druge obveznosti se ob začetnem pripoznanju izkažejo po nabavni vrednosti, po začetnem pripoznanju pa so izkazane po odplačni vrednosti.

l. Kratkoročne razmejitve

Kot **kratkoročno odloženi prihodki** se evidentirajo kratkoročno odloženi prihodki iz naslova oglaševanja v telefonskem imeniku na DVD nosilcu in knjižni izdaji oziroma vnaprej zaračunane storitve, za katere pa še niso nastali z njimi povezani stroški.

Kot **vnaprej vračunani stroški** so evidentirani stroški za neizkoriščene letne dopuste, vnaprej vračunane plače in nagrade ter drugi vračunani stroški, ki se nanašajo na obdobje, za katerega družba še ni prejela računov. V kolikor družba ne prejeme računov za že vnaprej vračunane stroške, jih odpravi v roku 3 let po pripoznanju.

m. Prihodki

Prihodki zajemajo prodajno vrednost prodanega blaga in storitev opravljenih v obdobju.

Prihodki od prodaje storitev se pripoznajo, ko so storitve opravljene in ne obstaja nikakršna negotovost glede poravnave.

Prihodke sestavljajo v glavnem prihodki od trženja oglasnega prostora na vseh medijih in portalih družbe ter preko oglasne mreže, prihodki iz naslova klicnih centrov, prihodki od prodaje storitev, prihodki od naročnin ter prihodki od prodaje trgovskega blaga.

Prihodki od mesečnih naročnin na TIS in poslovni portal bizi.si se pripoznajo v obdobju, na katerega se nanašajo. Prihodki od storitev uporabnikom se izkažejo v obdobju, v katerem je bila storitev opravljena. Prihodki od oglaševanja v različnih medijih, ki jih upravlja družba, se pripoznajo takrat, ko je storitev opravljena oziroma pri oglaševanju v telefonskem imeniku v tiskani obliki ali na zgoščenki takrat, ko je imenik izdan. Odobreni popusti iz naslova oglaševanja se pripoznajo ločeno in zmanjšujejo prihodke od oglaševanja v obdobju, ko je storitev opravljena.

Prihodki od prodaje blaga in materiala se pripoznajo ob prodaji.

n. Finančni prihodki in odhodki

Prihodki in odhodki od obresti so pripoznani v izkazu poslovnega izida glede na pretečeno obdobje v obdobju, v katerem so nastali (na osnovi metode efektivne obrestne mere), na neodpisano vrednost finančnih sredstev.

Finančne postavke zajemajo obresti od denarnih sredstev na računih v banki, depozitov, naložb namenjenih za prodajo, plačane obresti od posojil in pozitivne ali negativne tečajne razlike od prevedbe vseh monetarnih sredstev in obveznosti v tuji valuti.

Prihodki od dividend drugih podjetij se pripoznajo na dan, ko družba uveljavi pravico do dividende.

o. Davek iz dobička

Davek iz dobička poslovnega leta vključuje tekoči davek in odloženi davek. Davek iz dobička se pripozna v izkazu poslovnega izida, razen v kolikor se nanaša na postavke, ki so neposredno pripoznane v kapitalu [odloženi davki]. V tem primeru je pripoznan v kapitalu.

Tekoči davek je pričakovani znesek davka iz dobička, ki ga je treba poravnati glede na obdavčljivi dobiček v posameznem letu, ob uporabi davčnih stopenj, ki so veljavne na bilančni datum ter vseh prilagoditev, pripoznanih v obdobju za davek za prejšnja obdobja.

Odloženi davki se izkažejo ob uporabi metode obveznosti po bilanci stanja za vse začasne razlike, ki se pojavijo med knjigovodskimi in davčnimi vrednostmi sredstev in obveznosti. Znesek odloženega davka se ugotovi na osnovi pričakovanega načina plačila oziroma poravnave knjigovodske vrednosti sredstev in obveznosti, z uporabo pričakovanih davčnih stopenj.

Odložene terjatve za davek se pripoznajo, v kolikor je verjetno, da se bo pojavil zadosten obdavčljivi dobiček, v breme katerega bo mogoče uporabiti odbitne začasne razlike. Odloženi davek se knjiži neposredno v breme ali dobro kapitala, če se davek nanaša na postavke, knjižene v istem ali drugem obdobju neposredno v breme ali dobro kapitala.

p. Izkaz denarnih tokov

Izkaz denarnih tokov je sestavljen po posredni metodi, na osnovi postavk v bilanci stanja z dne 31. 12. 2014 in 31. 12. 2013, izkaza poslovnega izida za leto 2014 in dodatnih podatkov, ki so potrebni za prilagoditev odtokov in pritokov.

3.3. Sezonska narava poslovanja

Poslovanje družbe TSmedia, d. o. o., ni sezonsko pogojeno, tako niso potrebna nobena dodatna razkritja.

RAČUNOVODSKO POROČILO



4. Pojasnila k računovodskim izkazom

4.1. Čisti prihodki od prodaje

V tisoč EUR	2014	2013
Prihodki od prodaje storitev na domačem trgu	9.142	10.714
Prihodki od prodaje storitev na tujem trgu	179	102
Prihodki od prodaje trgovskega blaga na domačem trgu	221	267
Skupaj prihodki od prodaje	9.542	11.083

Po izteku petletne pridobljene koncesije za izvajalca univerzalne storitve zagotavljanja in dostopa do univerzalnega imenika in univerzalne službe za dajanje informacij o naročnikih, se je družba v letu 2014 ponovno prijavila na razpis AKOS-a za in pridobila odločbo o izvajanju omenjenih univerzalnih storitev za dobo petih let in sicer od 2. 12. 2014 do 2. 12. 2019. Odločba določa, da mora biti univerzalni imenik na voljo v tiskani in elektronski obliki, s posodobitvami podatkov v določenih časovnih intervalih. Univerzalna imeniška služba pa mora biti dostopna za vse končne uporabnike, vključno z uporabniki javnih telefonskih govorilnic, po dostopnih cenah, enakih na celotnem ozemlju Republike Slovenije.

4.2. Drugi prihodki od poslovanja

V tisoč EUR	2014	2013
Prihodki od odprave rezervacij	0	53
Dobiček pri prodaji opredmetenih osnovnih sredstev	1	43
Drugi prevrednotovalni poslovni prihodki	10	41
Drugi prihodki	5	1.051
Skupaj drugi prihodki od poslovanja	16	1.188

4.3. Stroški storitev

V tisoč EUR	2014	2013
Stroški komunikacijskih in prevoznih storitev	160	236
Stroški najema opredmetenih osnovnih sredstev	1.227	1.841
Stroški vzdrževanja opredmetenih osnovnih sredstev	520	493
Povračila stroškov v zvezi z delom	53	54
Stroški zakupa vodov	0	90
Stroški intelektualnih in osebnih storitev	691	1.582
Stroški trženja in oglaševanja	935	1.217
Stroški reprezentance	17	27
Stroški zavarovanja	17	35
Stroški prodajnih provizij	729	596
Stroški bančnih storitev	6	9
Stroški multimedijskih storitev	1.481	1.840
Stroški drugih storitev	380	494
Skupaj stroški storitev	6.216	8.514

V letu 2014 družba ni imela stroškov iz naslova raziskav in razvoja.

4.4. Stroški dela

V tisoč EUR	2014	2013
Plače in nadomestila plač	3.155	3.389
Prispevki za socialno varnost	695	731
- od tega prispevki za pokojninsko in invalidsko zavarovanje	452	486
Drugi stroški dela	569	462
Rezervacije za jubilejne nagrade in odpravnine ob upokojitvi	2	24
Usredstvena lastna režija	-546	-359
Skupaj stroški dela	3.875	4.247

Drugi stroški dela zajemajo predvsem stroške regresa za letni dopust, prehrano in stroške prevoza zaposlen-
cev, odpravnine in druge osebne prejemke, V povprečju je bilo, na podlagi delovnih ur, v letu 2014 v družbi
zaposlenih 104,7 delavcev (v letu 2013: 121,5 delavcev).

Tabela zaposlenih glede na zahtevano izobrazbeno strukturo

Stopnja izobrazbe / leto	31. 12. 2014	31. 12. 2013
V.	19	21
VI.	7	7
VII.	64	75
Skupaj	90	103

4.5. Drugi odhodki poslovanja

V tisoč EUR	2014	2013
Rezervacije	0	0
Slabitev in odpisi obratnih sredstev	40	57
Usredstveni lastni proizvodi in storitve	-71	-47
Ostali odhodki	40	55
Skupaj drugi odhodki poslovanja	9	65

4.6. Finančni prihodki in finančni odhodki

V tisoč EUR	2014	2013
Prihodki od obresti	262	172
Pozitivne tečajne razlike	0	10
Skupaj finančni prihodki	262	182
Odhodki za obresti	251	122
Negativne tečajne razlike	1	3
Drugi finančni odhodki	20	24
Skupaj finančni odhodki	272	149
Finančni izid	-10	33

4.7. Davek od dobička

Davčni odhodek, izkazan v izkazu poslovnega izida

V tisoč EUR	2014	2013
Davek tekočega leta	0	0
Odložene terjatve / obveznosti za davek	11	41
Odhodek za davek iz dobička v breme rezultata	11	41

Uskladitev med dejanskim in izračunanim odhodkom za davek
z upoštevanjem efektivne davčne stopnje

V tisoč EUR	2014	2013
Dobiček pred obdavčitvijo	-897	-982
Davek iz dobička, upoštevajoč predpisano davčno stopnjo	-152	0
Sprememba davčne stopnje	0	-21
Davčno nepriznani odhodki	37	62
Ostale postavke	126	0
Skupaj odhodek za davek	11	41

Efektivna davčna stopnja v letu 2014 je znašala - 1,2 % v primerjavi z -4,2 % v letu 2013.

Skladno s predpisi o davku na dohodek pravnih oseb v letu 2014 velja 17 % davčna stopnja. Višina davčna olajšave vlaganj v raziskave in razvoj znaša 100 %, vendar največ v višini davčne osnove. Znesek olajšave za investiranje pa znaša 40 % zneska, investiranega v zakonsko določeno vrsto opreme in neopredmetenih osnovnih sredstev brez zgornjega praga koriščenja olajšave.

Splošna olajšava za investiranje se izključuje z olajšavo za vlaganje v raziskovanje in razvoj.

Spremembe odloženih davkov, ki so pripoznane v izkazu poslovnega izida

V tisoč EUR	2014	2013
Opredmetena osnovna sredstva	-8	5
Rezervacije	-1	4
Terjatve	20	32
Druga sredstva	0	0
Spremembe odloženih terjatev/obveznosti za davek	11	41

4.8. Neopredmetena sredstva

Družba nima omejene lastninske pravice na neopredmetenih sredstvih. Družba pri svojem poslovanju uporablja tudi neopredmetena sredstva, ki so že odpisana, a se jih še vedno uporablja.

Pomembnejša povečanja neopredmetenih sredstev v letu 2014 se nanašajo predvsem na nabavo računalniške programske opreme ter programske opreme za podporo poslovanja na svetovnem spletu v skupni višini 881 tisoč evrov, od tega je bilo za 617 tisoč evrov programske opreme, izdelane v podjetju.

Gibanje neopredmetenih sredstev v letu 2014

V tisoč EUR	Koncesije in licence	Računal. programi	Druga neopr. sredstva	Neopr. sredstva v izgradnji	Skupaj
NABAVNA VREDNOST					
Stanje 1. 1. 2014	6.740	614	1.640	71	9.065
Povečanja	0	0	0	264	264
Povečanja z notranjim razvijanjem	0	0	0	617	617
Prenos v uporabo	21	781	0	-802	0
Odpisi	0	-2	0	0	-2
Stanje 31. 12. 2014	6.761	1.393	1.640	150	9.944
POPRAVEK VREDNOSTI					
Stanje 1. 1. 2014	6.562	268	1.640	0	8.470
Povečanja	0	0	0	0	0
Odpisi	0	-2	0	0	-2
Amortizacija	64	155	0	0	219
Stanje 31. 12. 2014	6.626	421	1.640	0	8.687
NEODPISANA VREDNOSTI					
Stanje 1. 1. 2014	178	346	0	71	595
Stanje 31. 12. 2014	135	972	0	150	1.257

Knjigovodska vrednost neopredmetenih sredstev, pridobljenih z usredstveno lastno režijo v družbi, je na dan 31. 12. 2014 znašala 906 tisoč evrov.

Gibanje neopredmetenih sredstev v letu 2013

V tisoč EUR	Koncesije in licence	Računal. programi	Druga neopr. sredstva	Neopr. sredstva v izgradnji	Skupaj
NABAVNA VREDNOST					
Stanje 1. 1. 2013	7.095	12.174	1.640	1.103	22.011
Povečanja	0	0	0	698	698
Zmanjšanja v poslovnih združitvah	-154	-11.800	0	-554	-12.508
Prenos v uporabo	202	974	0	-1.176	0
Zmanjšanja	-403	-734	0	0	-1.137
Drugi prenosi	0	0	0	0	0
Stanje 31. 12. 2013	6.740	614	1.640	71	9.065
POPRAVEK VREDNOSTI					
Stanje 1. 1. 2013	6.606	9.838	1.640	0	18.084
Povečanja	0	0	0	0	0
Zmanjšanja v poslovnih združitvah	-70	-9.575	0	0	-9.645
Zmanjšanja	-27	-36	0	0	-63
Drugi prenosi	0	0	0	0	0
Amortizacija	53	41	0	0	94
Stanje 31. 12. 2013	6.562	268	1.640	0	8.470
NEODPISANA VREDNOST					
Stanje 1. 1. 2013	489	2.336	0	1.103	3.928
Stanje 31. 12. 2013	178	346	0	71	595

Neopredmetena sredstva niso predmet obremenitve.

4.9. Opredmetena sredstva

Gibanje opredmetenih osnovnih sredstev v letu 2014

V tisoč EUR	Zemljišča in zgradbe	Računalniška, multimedijska in telekomu- nikacijska opr.	Sredstva v izgradnji	Skupaj
NABAVNA VREDNOST				
Stanje 1. 1. 2014	0	668	0	668
Povečanja	0	0	89	89
Prenos iz sredstev v izgradnji	0	89	-89	0
Zmanjšanja, odpisi	0	-93	0	-93
Stanje 31. 12. 2014	0	664	0	664
POPRAVEK VREDNOSTI				
Stanje 1. 1. 2014	0	529	0	529
Povečanja	0	0	0	0
Amortizacija	0	77	0	77
Zmanjšanja, odpisi	0	-87	0	-87
Stanje 31. 12. 2014	0	519	0	519
NEODPISANA VREDNOSTI				
Stanje 1. 1. 2014	0	139	0	139
Stanje 31. 12. 2014	0	145	0	145

Gibanje opredmetenih osnovnih sredstev v letu 2013

V tisoč EUR	Zemljišča in zgradbe	Računalniška, multimedijska in telekomu- nikacijska opr.	Sredstva v izgradnji	Skupaj
NABAVNA VREDNOST				
Stanje 1. 1. 2013	74	11.327	322	11.723
Povečanja	0	0	271	271
Zmanjšanja v poslovnih združitvah	-23	-7.757	0	-7.780
Prenos iz sredstev v izgradnji	0	593	-593	0
Zmanjšanja, odpisi	-51	-3.495	0	-3.546
Stanje 31. 12. 2013	0	668	0	668
POPRAVEK VREDNOSTI				
Stanje 1. 1. 2013	5	5.964	0	5.969
Povečanja	0	0	0	0
Povečanja v poslovnih združitvah	-5	-5.073	0	-5.078
Amortizacija	2	297	0	299
Zmanjšanja, odpisi	-2	-659	0	-661
Stanje 31. 12. 2013	0	529	0	529
NEODPISANA VREDNOST				
Stanje 1. 1. 2013	69	5.363	322	5.754
Stanje 31. 12. 2013	0	139	0	139

Opredmetena osnovna sredstva niso predmet obremenitve in nimajo omejitve lastninske pravice. Družba pri svojem poslovanju uporablja tudi opredmetena osnovna sredstva, ki so že odpisana, a se jih še vedno uporablja.

Pomembnejša povečanja opredmetenih osnovnih sredstev v letu 2014 se nanašajo predvsem na pridobitve računalniške in multimedijske opreme.

4.10. Naložba v pridruženo podjetje

Družba TSmedia je imela na dan 31. 12. 2014 naložbo v pridruženo podjetje Antenna TV SL, televizijska dejavnost d.o.o., Stegne 19, 1000 Ljubljana, Slovenija, v višini 3.332 tisoč evrov, kar znaša 49 odstotni delež v osnovni kapital tega podjetja, preostali delež pa si lasti grška multinacionalka Antenna Group. V aprilu 2014 je družba povečala naložbo v pridruženo podjetje v višini 245 tisoč evrov.

Finančni podatki za pridruženo družbo Antenna TV SL na dan 31. 12. 2014:

V tisoč EUR	2014	2013
Lastniški delež	49%	49%
Dolgoročna sredstva	1.675	2.480
Kratkoročna sredstva	10.495	7.556
Skupaj sredstva	12.170	10.036
Dolgoročne obveznosti	17.314	9.100
Kratkoročne obveznosti	9.481	7.013
Skupaj obveznosti	26.795	16.113
Skupaj neto sredstva	-14.625	-6.077
Prihodki	7.465	4.203
Stroški / odhodki	-17.863	-14.092
Finančni prihodki	255	28
Finančni odhodki	-905	-212
Davki	0	0
Čisti poslovni izid	-11.048	-10.073
Drugi vseobsegajoči donos poslovnega leta po davkih	-11.048	-10.073
Delež skupine v čistem poslovnem izidu	-5.414	-4.936

4.11. Druge finančne naložbe

V tisoč EUR	2014	2013
Posojila drugim podjetjem	8.485	4.465
Skupaj druge finančne naložbe	8.485	4.465

Med druge finančne naložbe so pripoznana posojila do povezanih družb v skupni višini 8.330 tisoč evrov. Zapadlost zadnjega posojila je 5. 11. 2019, povprečna obrestna mera pa znaša 3,51 % letno.

Med posojili drugim podjetjem je pripoznan v višini 155 tisoč evrov dolgoročni del posojila kupcem 50,1 odstotka poslovnega deleža družbe Meganet, d.o.o., ki je bil prodan leta 2011. Posojilo je zavarovano, obrestna mera znaša 6,50 % letno, zapadlost posojila pa je 15. 12. 2016.

Zapadlost danih posojil na dan 31. 12. 2014

V tisoč EUR	Zapadle				Skupaj
	Do 3 mesece	3 - 12 mesecev	1 - 5 let	Nad 5 let	
Dana posojila	8.631	0	0	0	8.631

Zapadlost danih posojil na dan 31. 12. 2013

V tisoč EUR	Zapadle				Skupaj
	Do 3 mesece	3 - 12 mesecev	1 - 5 let	Nad 5 let	
Dana posojila	4.746	0	0	0	4.746

4.12. Ostala dolgoročna sredstva

V tisoč EUR	2014	2013
Ostala dolgoročna sredstva	334	651
Skupaj ostala dolgoročna sredstva	334	651

Med ostalimi dolgoročnimi sredstvi se pretežni del sredstev nanaša na druge dolgoročne terjatve do povezanih družb.

4.13. Odložene terjatve za davek

Odložene terjatve za davek so izračunane na podlagi začasnih razlik po metodi obveznosti po bilanci stanja glede na stopnjo obdavčitve dohodka pravnih oseb v naslednjih letih. V obravnavanem obdobju je dohodek pravnih oseb obdavčen z 17-odstotno davčno stopnjo [2013: 17 odstotkov].

Odložene terjatve za davek

V tisoč EUR	2014	2013
Terjatev za odložen davek zaradi razlik pri uporabi amortizacijskih stopenj za neopredmetena in opredmetena osnovna sredstva	18	10
Terjatve za odložen davek z naslova popravka vrednosti terjatev iz poslovanja	67	88
Terjatve za odložen davek z naslova rezervacij za jubilejne nagrade in odpravnine	18	17
Odložene terjatve za davek	103	115

4.14. Poslovne in druge terjatve ter aktivne časovne razmejitve

V tisoč EUR	2014			2013
	Bruto vrednost	Popravek vrednosti	Neto vrednost	Neto vrednost
Poslovne terjatve	3.109	-398	2.711	3.30
Dani predujm	4	0	4	15
Terjatve za DDV in druge davke	2	0	2	62
Druge terjatve	23	0	23	106
Skupaj druge terjatve	29	0	29	183
Skupaj poslovne in druge terjatve	3.138	-398	2.740	3.490
Odloženi stroški	63	0	63	81
Vračunani prihodki	761	0	761	436
Skupaj aktivne časovne razmejitve	824	0	824	517
Skupaj poslovne in druge terjatve ter aktivne časovne razmejitve	3.962	-398	3.564	4.007

Gibanje popravka vrednosti terjatev

V tisoč EUR	2014	2013
Stanje 1. 1.	-459	-737
Popravki v letu	-367	-98
Odprava popravkov	341	104
Odpiri	87	272
Stanje 31. 12.	-398	-459

Efekt ocene popravka vrednosti terjatev iz naslova kompenzacijskih pogodb, za terjatve starejše od 15 mesecev na dan 31.12.2014 znaša 37 tisoč evrov

Starostna struktura poslovnih terjatev na dan 31. 12. 2014

V tisoč EUR	2014		2013	
	Bruto vrednost	Popravek vrednosti	Bruto vrednost	Popravek vrednosti
Nezapadle	2.458	0	4.214	0
Zapadle	680	-398	-448	-459
do vključno 30 dni	78	0	-1.219	0
od vključno 31 do vključno 60 dni	64	-1	85	-1
od vključno 61 do vključno 90 dni	30	-1	53	-1
od vključno 91 do vključno 120 dni	41	-6	81	-6
od vključno 121 dne naprej	467	-390	552	-451
Skupaj poslovne terjatve	3.138	-398	3.766	-459

Poslovne terjatve se ne obrestujejo.

4.15. Kratkoročne finančne naložbe

V tisoč EUR	2014	2013
Druga kratkoročna posojila	146	281
Skupaj kratkoročne finančne naložbe	146	281

Vrednost kratkoročnih posojil se nanaša na posojila in terjatve za obresti za dana posojila. Med kratkoročnimi posojili je v letu 2014 zajet kratkoročni del posojila in obresti, ki ga je družba dala ob prodaji kupcem podjetja Meganet, d. o. o. v višini 146 tisoč evrov..

4.16. Denar in denarni ustrezniki

V tisoč EUR	2014	2013
Denarna sredstva v blagajni in na računih v banki	36	90
Kratkoročni depoziti pri bankah z zapadlostjo do treh mesecev	0	1
Skupaj denar in denarni ustrezniki	36	91

4.17. Kapital in rezerve

Kapital in obveznosti

V tisoč EUR	31. 12. 2014	31. 12. 2013
Vpoklicani kapital	4.763	4.763
Kapitalske rezerve	476	476
Rezerve iz dobička	0	0
Zadržani čisti poslovni izid	-908	0
Presežek iz prevrednotenja aktuarskih presežkov in primanjkljajev	19	18
Skupaj kapital in rezerve	4.350	5.257

Kapitalske rezerve se smejo uporabiti pod pogoji in za namene, ki jih določa Zakon o gospodarskih družbah. Skladno z njim družba oblikuje zakonske rezerve, dokler njihova višina vključno s kapitalskimi rezervami ne doseže 10 odstotkov osnovnega kapitala družbe. Znesek kapitalskih rezerv na dan 31. 12. 2014 dosega zahtevani odstotek osnovnega kapitala.

Zadržani čisti poslovni izid

Zadržani čisti poslovni izid vključuje prenesene dobičke/izgube prejšnjih let in čisti poslovni izid obdobja.

Ugotovitev bilančnega dobička / izgube

V tisoč EUR	2014	2013
Čisti dobiček / izguba poslovnega leta	-908	-1.023
Preneseni čisti poslovni izid	0	-3.702
Zmanjšanje rezerv iz dobička	0	468
Zmanjšanje kapitalskih rezerv	0	3.451
Zmanjšanje osnovnega kapitala	0	806
Bilančni dobiček / izguba	-908	0

4.18. Rezervacije

V tisoč EUR	31. 12. 2013	Črpanje	Odprava	Oblikovanje	Sprememba diskontne stopnje	31. 12. 2014
Rezervacije za verjetne obv. po tožbah	0	0	0	15	0	15
Rezervacije za odpravnine ob upokojitvi	163	0	-1	10	6	178
Rezervacije za jubilejne nagrade	65	-1	-8	0	13	69
Skupaj rezervacije	228	-1	-9	25	19	262

Rezervacije za verjetne obveznosti po tožbah

Rezervacije za obveznosti za tožbe so oblikovane na podlagi ocene verjetnega izida in posvetovanja s pravno službo. Datuma zapadlosti obveznosti ni mogoče določiti. Rezervacije za verjetne obveznosti po tožbah so oblikovane zgolj iz pravne in poslovne previdnosti.

Proti družbi je na dan 31. 12. 2014 vložena 1 tožba, katere toženi znesek znaša 5 tisoč evrov, ter dva delovno-pravna spora, ki pa zneskovno nista opredeljena. Glede na oceno verjetnega izida, je oblikovana rezervacija v višini 15 tisoč evrov.

Rezervacije za odpravnine in jubilejne nagrade

Rezervacije za odpravnine ob upokojitvi so oblikovane na osnovi aktuarskega izračuna na dan 31. 12. 2014. Obveznosti družbe so enake sedanji vrednosti ocenjenih prihodnjih izplačil. Drugih pokojninskih obveznosti družba nima.

V letu 2014 so bile rezervacije oblikovane na podlagi izračuna, ki ga je pripravil pooblaščen aktuar. Pri izračunu je bila uporabljena metoda projicirane enote (v skladu z MRS 19), diskontna stopnja 2,25 %, stopnja fluktuacije pa je upoštevana glede na starostne intervale in znaša od 0 % do 3,5 % (v letu 2013: diskontna stopnja 4,10 %, stopnja fluktuacije od 0 % do 3 %).

Pri knjiženju aktuarskega izračuna je upoštevano, da se sprememba obveznosti za jubilejne nagrade evidentira med finančnimi odhodki in stroški dela. Sprememba obveznosti za odpravnine ob upokojitvi pa se evidentira v drugi vseobsegajoči donos (kapital) in med stroški dela ter finančnimi odhodki.

4.19. Prejeta posojila

To pojasnilo vsebuje informacijo o pogodbenih pogojih, ki veljajo za prejeta posojila. Več informacij o izpostavljenosti obrestnemu in tečajnemu tveganju je navedenih v pojasnilu 4.26. Upravljanje fin. tveganj.

Prejeta kratkoročna posojila

V tisoč EUR	2014	2013
Posojila družb v skupini	1.520	223
Obresti od posojil	3	0
Skupaj kratkoročna posojila	1.523	223

Povprečna pogodbeni obrestna mera dveh kratkoročnih posojil, ki ju je družba pridobila od družbe Telekom Slovenije, d. d., znaša 1.447 %, zadnji obrok pa zapade dne 3.12.2015. Način zavarovanja je menica. Na dan 31.12.2014 nečrpan del kratkoročnega posojila v skladu z določili posojilne pogodbe znaša 230 tisoč evrov.

Prejeta dolgoročna posojila

V tisoč EUR	2014	2013
Posojila družb v skupini	9.330	4.165
Skupaj dolgoročna posojila	9.330	4.165

Zapadlost posojil in kreditov

V tisoč EUR	2014	2013
- od 1 do 2 let	0	0
- od 2 do 3 let	1.000	0
- od 3 do 4 let	4.165	0
- od 4 do 5 let	4.165	4.165
Skupaj dolgoročna posojila	9.330	4.165

Znesek prejetih dolgoročnih posojil v skupni višini 9.330 tisoč evrov se nanaša na več posojil, ki so prejeta od družbe Telekom Slovenije, d.d.. Zapadlost zadnjega posojila je 5. 11. 2019, njihova povprečna obrestna mera pa znaša 3,28 %. Način zavarovanja je menica.

4.20. Druge dolgoročne obveznosti

Družba na dan 31. 12. 2014 izkazuje dolgoročno poslovno obveznost v višini 21 tisoč evrov do družbe Telekom Slovenije [2013: 41 tisoč evrov].

4.21. Kratkoročne poslovne in druge obveznosti

V tisoč EUR	2014	2013
Obveznosti do dobaviteljev	899	1.490
Obveznost za DDV in druge davčne obveznosti	219	224
Obveznosti do zaposlenih	273	311
Druge obveznosti	24	60
Skupaj kratkoročne poslovne in druge obveznosti	1.415	2.085

Poslovne obveznosti niso obrestovane in so običajno poravnane v dogovorjenem roku od 8 do 99 dni.

Kratkoročne poslovne obveznosti po obstoječih pogodbenih zapadlostih

V tisoč EUR	2014	2013
- zapadle	17	279
- na odpoklic	1	1
- manj kot 3 mesece	1.385	1.764
- od 3 do 12 mesecev	12	41
Skupaj kratkoročne poslovne in druge obveznosti	1.415	2.085

4.22. Kratkoročno odloženi prihodki in vnaprej vračunani stroški

Kratkoročno odloženi prihodki

Kot kratkoročno odloženi prihodki se evidentira vnaprej zaračunane oglase v Telefonskem imeniku Slovenije, ki jih družba razmejuje zaradi računovodskega načela nastanka prihodkov takrat, ko nastanejo stroški, povezani z njimi.

V tisoč EUR	2014	2013
Drugi odloženi prihodki	6	17
Skupaj kratkoročno odloženi prihodki	6	17

Kratkoročno vnaprej vračunani stroški

Vnaprej vračunani poslovni stroški predstavljajo vkalkulirane stroške storitev vzdrževanja in materiala, poslovne podpore, telekomunikacijskih storitev in revizije, ki so nastali v letu 2014, njihovi prejeti računi pa bodo dospeli po datumu zaključka bilance.

V tisoč EUR	2014	2013
Vračunani poslovni stroški	86	208
Vračunane rezervacije za neizrabljen letni dopust	121	151
Vračunani odhodki za obresti od posojil	335	109
Drugi	0	18
Skupaj vnaprej vračunani stroški in odhodki	542	486

4.23. Potencialne in prevzete obveznosti

Obveznosti in terjatve za poslovni najem

Družba kot najemojemalec izkazuje obveznosti predvsem iz naslova klicnega centra, iz naslova najema poslovnih prostorov ter najema opreme.

Rok zapadlosti (v tisoč EUR)	2014	2013
- do 1 leta	1.616	379
- od 1 do 5 let	6.312	1.086
- nad 5 let	7.802	0

Stroški poslovnega najema v letu 2014 znašajo 1.227 tisoč evrov [2013: 1.841 tisoč evrov].

Družba kot najemodajalec na 31. 12. 2014 ni izkazovala terjatev iz naslova poslovnega najema, prav tako v letu 2014 ni imela prihodkov iz tega naslova.

Pogojne obveznosti

Družba na dan 31.12.2014 ne izkazuje nobenih pogojnih obveznosti.

4.24. Posli s povezanimi strankami

Pri razkrivanju podatkov o skupinah oseb družba upošteva določila ZGD-1, da so kot pomembna zadeva opredeljena zahtevana razkritja za naslednje skupine oseb: člane posloводства in druge delavce družbe, zaposlene na podlagi pogodbe, za katero ne velja tarifni del kolektivne pogodbe.

Stroški plač

Skupni znesek vseh prejemkov na podlagi pogodb, za katere ne velja tarifni del kolektivne pogodbe:

V tisoč EUR	2014	2013
Direktor	115	122
Delavci družbe, zaposleni na podlagi pogodbe, za katero ne velja tarifni del kolektivne pogodbe	0	62
Skupaj	115	184

Upoštevani so stroški plač in nadomestil v breme podjetja, ter drugi stroški dela [regres, drugi osebni prejemki, neto povračila, bonitete, povračila stroškov v zvezi z delom in premije PDPZ].

Podatki o skupinah oseb

Družba na 31. 12. 2014 ne izkazuje terjatev iz naslova posojil direktorju oziroma drugim vodilnim delavcem družbe, zaposlenim na podlagi pogodbe, za katero ne velja tarifni del kolektivne pogodbe, niti v letu 2014 ni bilo odplačil iz tega naslova.

Družba ni nobeni od skupin odobrila predujmov ali porošttev, niti ne izkazuje obveznosti. Prav tako družba v letu 2014 ni imela stroškov sejin za nadzorni svet.

Poročilo o odnosih do povezanih družb

Skladno z zahtevami ZGD-1 v 545. členu o razkritju poslov med povezanimi družbami, družba TSmedia, d. o. o., kot odvisna družba matične družbe Telekom Slovenije, d. d., pojasnjuje, da pri poslih z obvladujočo in drugimi povezanimi družbami v poslovnem letu 2014 ni bila v nobenem primeru prikrajšana, oškodovana ali bi ji bil s strani matične družbe ali druge povezane družbe vsiljen posel, ki bi povzročil družbi TSmedia, d. o. o., poslovno škodo, niti ni družba nikdar opustila sodelovanja v poslih na pobudo obvladujoče oz. povezanih družb, za kar bi družba zaradi opustitvenega dejanja ali posla bila prikrajšana. Posledično družba tudi ni prejela od povezanih družb povračil oz. nadomestil za tovrstna oškodovanja.

Telekom Slovenije, d.d. kot matična družba odvisne družbe TSmedia, d.o.o, ni za njo izdal v letu 2014 nobenih porošttev.

Posli s podjetji v skupini

V tisoč EUR	2014	2013
Terjatve do podjetij v skupini	1.623	2.133
Telekom Slovenije d.d.	1.623	2.133
Obveznosti do podjetij v skupini	11.310	5.111
Telekom Slovenije d.d.	11.308	5.105
Avtenta	2	4
Soline	0	2
Prihodki od prodaje v skupini	5.119	6.641
Telekom Slovenije d.d.	5.116	6.640
Avtenta	3	0
Soline	0	1
Nakup blaga in storitev v skupini	1.773	2.602
Telekom Slovenije d.d.	1.737	2.559
Avtenta	36	31
One DDO Skopje	0	9
Soline	0	3

4.25. Stroški revizorja

V tisoč EUR	2014	2013
Revidiranje letnih poročil	6	6
Skupaj stroški revizorja	6	6

4.26. Upravljanje finančnih tveganj

V skupini finančnih tveganj družbe so najpomembnejša tveganja kreditno tveganje, tveganje kratkoročne in dolgoročne plačilne sposobnosti ter obrestno tveganje. Izpostavljenost posameznim vrstam finančnih tveganj ter ukrepi za njihovo obvladovanje se izvajajo in presoja na podlagi učinkov na denarne tokove in odhodke financiranja. Izpostavljenost valutnim tveganjem se ocenjuje kot nizko, zato se ne uporablja instrumentov zavarovanja.

Kreditno tveganje

Najpomembnejši vir kreditnega tveganja (tveganja neizpolnitve obveznosti nasprotne stranke) predstavlja neplačevanje obveznosti s strani kupcev. Poslovne in druge terjatve na dan 31.12.2014 predstavljajo 72 odstotkov kratkoročnih sredstev v družbi, pri čemer pa v celotnem deležu poslovnih in drugih terjatev predstavljajo terjatve do matične družbe Telekom Slovenije, d.d. 55 odstotkov, kar kreditno tveganje znižuje. Družba ima veliko število kupcev, fizičnih in pravnih oseb, kar vpliva na razpršenost tveganja.

Kreditno tveganje družba obvladuje predvsem s sprotnim ugotavljanjem bonitete in finančnega stanja poslovnih partnerjev ter aktivno izterjavo terjatev.

Postopke predsodne in sodne izterjave družba izvaja v skladu s sprejeto politiko, prav tako se terjatve slabijo skladno z računovodskimi usmeritvami, pri čemer se upošteva kriterij starosti posamezne terjatve. Družba oblikuje popravke vrednosti terjatev do kupcev glede na kreditno sposobnost posameznega kupca, izkušnje iz preteklih let in pričakovanja v obračunskem obdobju. Zaradi uvedenih postopkov upravljanja terjatev je kreditno tveganje obvladljivo.

Najvišja izpostavljenost kreditnemu tveganju izhaja iz naslova neodpisane vrednosti poslovnih in drugih terjatev.

V zvezi z drugimi finančnimi sredstvi, predvsem danimi posojili povezani družbi, izpostavljenost družbe kreditnemu tveganju izhaja iz tveganja neporavnane obveznosti druge pogodbenne stranke, pri čemer je najvišja izpostavljenost enaka knjigovodski vrednosti teh finančnih instrumentov.

Tveganje kratkoročne in dolgoročne plačilne sposobnosti

Povezano je s primanjkljajem razpoložljivih finančnih virov oziroma s sposobnostjo zagotavljanja zunanjih virov likvidnosti in posledično sposobnostjo za poravnavanje obveznosti ob njihovi zapadlosti.

Družba tveganje kratkoročne plačilne sposobnosti obvladuje na podlagi rednega uravnavanja in načrtovanja denarnih tokov. Likvidnost se spremlja dnevno in načrtuje na dnevni, mesečni, dvomesečni in letni osnovi (dnevno spremljanje z 2-mesečno dnevno napovedjo ter 12-mesečno napovedjo po mesecih), s čimer pravočasno zaznava morebitne primanjkljaje likvidnih sredstev, kar je osnova za odločanje o ukrepih. Za kritje primanjkljajev ima družba na voljo likvidnostno rezervo v obliki kratkoročnih revolving posojil pri matični družbi, ki se redno obnavlja. Tveganje je s tega vidika ocenjeno kot nizko.

Kot srednje je ocenjeno tveganje dolgoročne plačilne sposobnosti, kar je rezultat izboljšane poslovanja družbe, kot posledica aktivnega prilagajanja razmeram na trgu, na drugi strani pa dolgoročnega načrta za poplačilo finančnega dolga, vezanega na vračilo danih posojil s strani povezane družbe.

Dolgoročne finančne obveznosti se nanašajo na več dolgoročnih posojil, prejetih od matične družbe Telekom Slovenije, d.d., prvo zapade v plačilo decembra 2017.

Obrestno tveganje

Obrestno tveganje je ocenjeno kot nizko, saj je obrestna struktura aktivnih in pasivnih bilančnih postavk, vezanih na variabilno obrestno mero, usklajena. Ostala prejeta posojila imajo nespremenljivo obrestno mero. Zato družba ne uporablja posebnih inštrumentov za zavarovanje pred obrestnim tveganjem.

Družba ni pripravila analize občutljivosti spremembe obrestnih mer, ki bi prikazovala učinek na dobiček pred obdavčitvijo v primeru spremembe obrestne mere, ker je tveganje nizko..

Upravljanje s kapitalom

Glavni namen upravljanja s kapitalom družbe je zagotoviti čim boljšo kreditno boniteto in kapitalsko ustreznost.

V tisoč EUR	2014	2013
Prejeta posojila in druge finančne obveznosti	10.853	5.368
Manj kratkoročne finančne naložbe in denarna sredstva s kratkoročnimi depoziti	-182	-372
Neto obveznosti	10.671	4.996
Kapital	4.350	5.257
Kapital in neto obveznosti	15.021	10.253
Kazalnik finančnega vzvoda	71,0 %	48,7 %

Družba spremlja gibanje kapitala z uporabo kazalnika finančnega vzvoda, izračunanega z delitvijo neto obveznosti, s skupnim zneskom neto obveznosti in celotnim zneskom kapitala. V okviru neto obveznosti družba vključuje prejeta posojila in druge finančne obveznosti, znižane za znesek kratkoročnih finančnih naložb in denarnih sredstev s kratkoročnimi depoziti.

4.27. Pomembnejši dogodki po datumu bilance stanja

Družba TSmedia, d.o.o. je z matično družbo Telekom Slovenije, d.d. dne 6. 1. 2015 sprejela poslovni dogovor o sklenitvi več dolgoročnih posojilnih pogodb, ki so v skladu s sprejetim poslovnim načrtom in strategijo delovanja družbe v naslednjem srednjeročnem obdobju. Prvo dolgoročno posojilo v višini 1.960 tisoč evrov je črpalo 9. 1. 2015. drugo dolgoročno posojilo z v višini 980 tisoč evrov je črpalo 27.2.2015, tretje v višini 1.470 tisoč evrov pa naj bi bilo črpalo v obdobju med 1. 4. 2015 in 30. 6. 2015, Vsa posojila imajo rok vračila 5 let, obrestujejo pa se z obrestno mero 12M EURIBOR povečano za maržo od 3 do 3,5 % letno.

RAČUNOVODSKO POROČILO



5. Poročilo neodvisnega revizorja



Poročilo neodvisnega revizorja

Druženiku družbe TSmedia, d.o.o.

Poročilo o računovodskih izkazih

Revidirali smo priložene računovodske izkaze družbe TSmedia, d.o.o., ki vključujejo bilanco stanja na dan 31. decembra 2014, izkaz poslovnega izida, izkaz drugega vseobsegajočega donosa, izkaz gibanja kapitala in izkaz denarnih tokov za tedaj končano leto ter povzetek bistvenih računovodskih usmeritev in druge pojasnjevalne opombe.

Odgovornost posloводства za računovodske izkaze

Posloводство je odgovorno za pripravo in pošteno predstavitev teh računovodskih izkazov v skladu z Mednarodnimi standardi računovodskega poročanja, kot jih je sprejela EU in za tako notranje kontroliranje, kot je v skladu z odločitvijo posloводства potrebno, da omogoči pripravo računovodskih izkazov, ki ne vsebujejo pomembno napačne navedbe zaradi prevare ali napake.

Revizorjeva odgovornost

Naša odgovornost je izraziti mnenje o teh računovodskih izkazih na podlagi revizije. Revizijo smo opravili v skladu z Mednarodnimi standardi revidiranja. Ti standardi zahtevajo od nas izpolnjevanje etičnih zahtev ter načrtovanje in izvedbo revizije za pridobitev sprejemljivega zagotovila, da računovodski izkazi ne vsebujejo pomembno napačne navedbe.

Revizija vključuje izvajanje postopkov za pridobitev revizijskih dokazov o zneskih in razkritjih v računovodskih izkazih. Izbrani postopki so odvisni od revizorjeve presoje in vključujejo tudi ocenjevanje tveganj napačne navedbe v računovodskih izkazih zaradi prevare ali napake. Pri ocenjevanju teh tveganj prouči revizor notranje kontroliranje, povezano s pripravljanjem in poštenim predstavljanjem računovodskih izkazov družbe, da bi določil okolščinam ustrezne revizijske postopke, ne pa, da bi izrazil mnenje o uspešnosti notranjega kontroliranja družbe. Revizija vključuje tudi ovrednotenje ustreznosti uporabljenih računovodskih usmeritev in utemeljenosti računovodskih ocen posloводства kot tudi ovrednotenje celotne predstavitve računovodskih izkazov.

Verjamemo, da so pridobljeni revizijski dokazi zadostna in ustrezna podlaga za naše revizijsko mnenje.

Mnenje

Po našem mnenju so računovodski izkazi v vseh pomembnih pogledih poštena predstavitev bilance stanja družbe TSmedia, d.o.o. na dan 31. decembra 2014 ter njenega poslovnega izida in denarnih tokov za tedaj končano leto v skladu z Mednarodnimi standardi računovodskega poročanja, kot jih je sprejela EU.

Poročilo o zahtevah druge zakonodaje

V skladu z zahtevo Zakona o gospodarskih družbah potrjujemo, da so informacije v poslovnem poročilu skladne s priloženimi računovodskimi izkazi.

KPMG SLOVENIJA,
podjetje za revidiranje, d.o.o.


Katarina Sitar Suštar
Pooblaščenka revizorka
Partner

Ljubljana, 6. marec 2015

KPMG Slovenija, d.o.o.
4

TSmedia

TSmedia, medijske vsebine in storitve, d.o.o.

Cigaletova 15, 1000 Ljubljana