

EVERYONE BUSINESS TV

Kompletní finanční plán

Nové veřejné médium vlastněné celým národem

EveryOne Business TV Czech Republic • EveryOne Business TV Slovakia Republic

Družstvo vzájemné podpory EveryOne

Duben 2026

Verze 2.0 – finální přepracovaný plán

Autor: v.r. Petr Every

Úvodní poznámka

Tento finanční plán představuje kompletní přepracovanou koncepci projektu EveryOne Business TV. Předchozí verze obsahovala zásadní matematické chyby (zejména podhodnocenou investici 109 mil. Kč, již nerealistické náklady na multiplex, kamery a studio, chybnou strukturu dividend). Tento plán tyto chyby opravuje a staví model na realistických číslech. Původní plán byl vyhotoven před několika lety (DVB-T1) a vše se postupně mění k horšímu a vše se velmi zdražuje. Tento plán je aktuální k: Duben 2026

Hlavní změny oproti původnímu plánu:

- Jednorázová investice 240-260 mil. Kč (ne 109 mil.)
- Multiplex 4 v HD kvalitě 30 mil. Kč/rok (ne 16 mil.)
- Hlavní studio Hradec Králové 53 mil. Kč + virtuální studio 25 mil. Kč
- Kamion s upraveným návěsem 14 mil. Kč (ne 4 mil.)
- Licence ČR 95 000 Kč
- Peoplemetrové měření ATO v ČR 2,5 mil. Kč/měsíc (ne 1,300 000 Kč)
- Dvě separátní akciové společnosti pro ČR a SR
- Personální struktura 88 osob TV + 22 osob Rada + projektové týmy
- Výpočty ve dvou scénářích: 300 000 a 2 700 000 členů (původní 300 000 až 600 000)

Základní parametr spuštění:

Business TV se spouští při dosažení 300 000 členů družstva. Licenční řízení se zahajuje již cca při 280 000 členech. Spuštění vysílání je naplánováno na 6.-8. prosince (optimální datum z hlediska spotřebitelského chování před vánočními svátky). Pokud by doba spuštění před plánovaným datem nedostačovala na 6-8 měsíců příprav, je nutné celý projekt posunout na následný kalendářní rok. Nemůžeme ohrozit vznik tak důležitého projektu na úkor časové tísně.

Členské vlny a spravedlnost:

Členská vlna nekončí dosažením číselného cíle, ale vždy posledním dnem kalendářního měsíce daného roku ve 23:59:59. Pokud například první členská vlna bude dosaženo v září, první vlna běží až do 31.12. daného kalendářního roku, a to i kdyby naakumulovala například 400 000 členů. Od 1.1. následujícího měsíce od 00:00:00 automaticky nastupuje další členská vlna. Více podrobností naleznete ve stanovách družstva v § 4.10. Tento princip zajišťuje transparentnost a eliminuje nemožnost o přesném zařazení členů, kteří se přihlásili ve stejný den, měsíc, rok, tedy v momentě, kdy se naakumulovala členská vlna.

1. Základní principy Business TV

1.1 Nové veřejné médium vlastněné celým národem

EveryOne Business TV není komerční televizí v tradičním smyslu slova. Není také veřejnoprávní televizí řízenou podle zákona o České televizi (zákon č. 483/1991 Sb.). Je to zcela nový typ média – veřejné médium vlastněné přímo členy družstva, tedy širokou veřejností.

Toto postavení je jedinečné:

- Členové družstva jsou spoluvlastníky televize (režim společné ruky dle § 597 ZOK)
- Členové rozhodují o programové nabídce prostřednictvím volených zástupců v Radě televize
- Nezávislost na státním rozpočtu a na komerčních reklamních zadavatelích
- Nezávislost na politických tlacích; televize je vlastněna 300 000 až 2,7+ mil. Občany ČR a SK
- Transparentnost; všichni členové mají přístup k finančním výsledkům

Programové zaměření:

Televize je primárně byznysově zaměřená a není to náhodou. Je to velmi sofistikovaný záměr, protože družstvo naplňuje nový sociálně-ekonomický model České a Slovenské suverenity. Avšak zpravodajství má stejnou kvalitu jako u ostatních televizí, ale s byznysovým akcentem, protože vědět, že exprezident Klaus přestříhl pásku nové lanovky je důležité, avšak pro nás je důležitější shodná zpráva s ekonomickým přesahem (kolik stála realizace, z čeho byla financována, jaká je návratnost investice atd., atd.); ekonomické zprávy, analýzy trhu, podnikání, investice, politika a hlídání pes státu a jeho výdajů... Kromě toho nabízí vzdělávací obsah ve finanční gramotnosti, projekty 3. členské vlny (jednotliví členové a jejich podnikatelské záměry), reality obsah z ekonomiky a společnosti, kulturu, sport. Vše je o penězích a i když je cokoli zdarma, někdo jiný to musel zaplatit.

1.2 Televize jako virtuální členská schůze/shromáždění delegátů

Družstvo se 300 000 až 2,7 milionu členů nelze fyzicky shromáždit na jednom místě. Tradiční Shromáždění delegátů s touto velikostí členské základny je logisticky nemožná. Business TV tento problém elegantně řeší.

Televize + IT aplikace = virtuální členská schůze (shromáždění delegátů) v reálném čase:

- Prime Time pro členy (1× až 7× týdně 17:30-19:00) slouží jako oficiální komunikační kanál družstva
- Hlasování o zásadních otázkách probíhá přes IT aplikaci v přímém přenosu ať už u družstva, nebo TV a jeho programové nabídky
- Informování všech členů současně; bez zkreslení, bez zprostředkovatelů
- Interaktivní rozhodování; členové odpovídají na otázky v reálném čase
- Průhledná demokracie; každý člen má reálný vliv a informace

Televize tak není jen médiem, ale institucí družstevního rozhodování. Je to nástroj demokratické správy družstva v rozsahu, který v historii neexistoval. Nahrazuje klasickou členskou schůzi formou, která odpovídá moderní době a technologii.

1.3 Ochrana know-how družstva přes autorská práva

Ekonomický model EveryOne obsahuje unikátní know-how; systém dvouvrstvého pojištění, mechanismus členských vln a dividend, strukturu rozdělení zisku podle § 4.11, a celou řadu procesních inovací. Toto know-how potřebuje ochranu před kopírováním konkurencí.

Business TV je klíčový nástroj této ochrany:

- Celé know-how družstva je převedeno do programové nabídky a televizních formátů
- Reality show, pořady, vzdělávací programy jsou duševní díla chráněná autorským zákonem (zákon č. 121/2000 Sb.)
- Scénáře, programové koncepty, vlastní formáty jsou autorsky chráněny

- Konkurence vidí obsah, ale nevidí matematické a procesní modely, které jsou pod ním
- Kopírování formátu televize znamená porušení autorských práv

Toto je zásadní strategická výhoda. Banka a pojišťovna mají svou infrastrukturu a regulační ochranu. Televize chrání celý ekosystém tím, že vlastní autorská práva ke všem programovým konceptům, které popisují fungování družstva. Kdokoliv by chtěl napodobit model EveryOne, musel by kreativně obejít celou řadu chráněných autorských děl; což je prakticky nemožné bez hrubého porušení autorského zákona.

1.4 Proč název 'Business TV' a strategická pozice

Název 'Business TV' není náhodný. Televize je koncipována jako byznysová televize, která:

- Oslovuje dospělé členy družstva s rozhodovacími pravomocemi v rodinách
- Vzdělává ve finanční gramotnosti, která je v ČR a SR na nízké úrovni
- Prezentuje podnikatelské příležitosti (projekty 3. vlny)
- Spojuje zábavu s ekonomickým obsahem (byznysová reality show)
- Vytváří identitu 'EveryOne' jako moderního ekonomického subjektu
- Je součástí ekonomické transformace České a Slovenské republiky

2. Vlastnická a právní struktura

2.1 Dvě akciové společnosti – CZ a SK

EveryOne Business TV funguje ve dvou odděleně licencovaných akciových společnostech kvůli rozdílné legislativě v ČR a SR:

Společnost	Popis
EveryOne Business TV Czech Republic a.s.	Provozuje televizní vysílání v ČR, drží licenci RRTV
EveryOne Business TV Slovakia Republic a.s.	Provozuje televizní vysílání v SR, drží licenci RVR

2.2 Vlastnická struktura

Vlastnická struktura je zjednodušeně uspořádaná následovně:

- EveryOne Czech Republic a.s. (mateřská); 100 % vlastněná družstvem EveryOne
- EveryOne Business TV Czech Republic a.s.; 100 % vlastněná EveryOne Czech Republic a.s.
- EveryOne Slovakia Republic a.s.; 100 % vlastněná EveryOne Czech Republic a.s.
- EveryOne Business TV Slovakia Republic a.s.; 100 % vlastněná EveryOne Slovakia Republic a.s.

Tato struktura je zvolena kvůli specifikům slovenské legislativy. Slovenská televize je přímo vlastněna slovenskou mateřskou EveryOne Slovakia Republic, která je pak součástí české mateřské. Tím je zajištěna plná právní čistota v obou jurisdikcích a zároveň sjednocené řízení celé skupiny.

2.3 Sídlo a pobočky

Sídlo hlavního studia je v Hradci Králové. V každém z větších měst ČR a SR je menší pobočkové studio pro potřeby zpravodajství a rozhovorů:

Lokalita	Účel
Hradec Králové (hlavní studio)	Centrální vysílací studio + virtuální studio
Praha	Pobočkové studio pro zpravodajství (50-80 m ²)
Brno	Pobočkové studio pro zpravodajství (50-80 m ²)
Ostrava	Pobočkové studio pro zpravodajství (50-80 m ²)
Bratislava	Pobočkové studio pro slovenské zpravodajství (50-80 m ²)
Košice	Pobočkové studio pro slovenské zpravodajství (50-80 m ²)

Hlavní studio v Hradci Králové bude využívat pronájem cca 2 mil. Kč měsíčně. Pobočková studia mají menší nájem (50-150 tis. Kč měsíčně), protože se jedná o menší prostory pro rozhovory a zpravodajství. Avšak ceny se mohou lišit. Je to reálná prognóza nenasytného trhu.

2.4 Společný program – oddělené licence

I přes dvě samostatné akciové společnosti s oddělenými licencemi bude program společný a dvojjazyčný. Online vysílání bude souběžné v ČR i SR, terestriální vysílání bude přizpůsobeno lokálním potřebám, ale programové jádro bude sdílené.

- Společná produkce obsahu; úspora nákladů
- Dvojjazyčnost; česko-slovenská identita
- Sdílená marketingová strategie
- Oddělená compliance a regulace podle místní legislativy
- Samostatné daňové přiznání v každé jurisdikci
- Samostatné zisky a odvody do družstva EveryOne

3. Jednorázová investice

3.1 Celková počáteční investice: 240-263 mil. Kč

Tato investice pokrývá nejen vybudování infrastruktury, ale také provoz v prvních 2,5 roku (6-8 měsíců přípravné fáze + 2 roky vysílání). Po 2 letech vysílání se televize stane zisková a soběstačná.

3.2 Struktura jednorázové investice

Položka	Částka
Hlavní studio Hradec Králové (technologie, vybavení)	53 mil. Kč
Virtuální studio (plnohodnotné)	25 mil. Kč
Servery a archiv (vlastní infrastruktura)	15 mil. Kč
Pobočková studia 5× (Praha, Brno, Ostrava, Bratislava, Košice)	12 mil. Kč
Kamery profi do aut (á 1 mil. Kč) a studiové kamery	8 mil. Kč
Kamion s upraveným přenosovým návěsem	14 mil. Kč
Přenosové vozy, vozový park	9 mil. Kč
Pipometrové měření - nákup pro 4 000 rodin SR (á 5 000 Kč)	20 mil. Kč
IT infrastruktura a bezpečnost	10 mil. Kč
Licence ČR (95 000 Kč) + SR + právníci na licencování	3 mil. Kč
Registrace DVB-T2 ve všech multiplexech	2 mil. Kč
Online kampaň, PR, mediální vztahy (6-8 měsíců před)	15 mil. Kč
Předprodukce – 30 pilotních pořadů (4 Kč/min)	4 mil. Kč
Scénáře 100 epizod programových konceptů	5 mil. Kč
Externí služby pro branding (logo už má družstvo)	1 mil. Kč
První audit, účetnictví, právní služby	3 mil. Kč
Pojištění majetkové a havarijní (první rok)	2 mil. Kč
Školení personálu, certifikace virtuálního studia, IT	2 mil. Kč
Mezisoučet infrastruktura	200 mil. Kč
Rezerva na provoz 6-8 měsíců přípravné fáze (snížené mzdy 80%)	30 mil. Kč
Rezerva 15% na nepředvídané výdaje	30 mil. Kč
CELKOVÁ INVESTICE	263 mil. Kč

Cca 40 milionů korun je potřebná na vznik akciových společností cca 4 společností.

3.3 Klíčové opravy oproti původnímu plánu

Původní plán obsahoval řadu nerealistických čísel, které byly opraveny:

Položka	Původně	Správně
Hlavní studio HK	20 mil. Kč	53 mil. Kč

Virtuální studio	12 mil. Kč	25 mil. Kč
Kamion	4 mil. Kč	14 mil. Kč
Licence ČR	950 000 Kč	95 000 Kč
Multiplex 4 ČR (HD)	16 mil. Kč/rok	24-30 mil. Kč/rok
ATO měření ČR	1 300 000 Kč/měsíc	2,5 mil. Kč/měsíc
Nájem hlavního studia	nezmíněno	2 mil. Kč/měsíc
CELKOVÁ INVESTICE	109 mil. Kč	240-263 mil. Kč

Tyto opravy byly nutné, protože původní čísla byla založena na DVB-T1 (starý systém) a podhodnocených odhadech. Při přechodu na DVB-T2 v HD kvalitě a při reálných cenách studia, techniky a vysílání vycházejí čísla výrazně vyšší, ale realisticky dosažitelná.

3.4 Financování investice

Investice 260 mil. Kč je financována z akumulovaných členských vkladů družstva. Při 300 000 členech × 1 000 Kč základní vklad = 300 mil. Kč, což plně pokrývá investici. Projekt se tak spouští přesně v okamžiku, kdy jsou na něj finanční prostředky.

Alternativně lze využít mechanismu § 3 a §4.10 stanov, který upravuje přístup členů k projektům družstva a financování z průběžných příjmů družstva v pilotní fázi.

4. Harmonogram projektu

4.1 Přípravná fáze (6-8 měsíců před spuštěním)

V přípravné fázi probíhají všechny činnosti nutné pro zahájení vysílání:

- Licenční řízení RRTV (ČR) a RVR (SR)
- Nábor a školení personálu (88+ osob)
- Vybudování hlavního studia v Hradci Králové
- Instalace virtuálního studia
- Nasazení IT infrastruktury, serverů, archivu
- Nákup a rozmístění pipometrového měření (4 000 rodin SR)
- Výběr programových konceptů, scénáře, pilotní pořady (30 ks)
- Přednatáčení pořadů
- Zvukové zkoušky
- Výběrová řízení na moderátory
- Tvorba virtuálních šablon na vysílání
- Smluvní vztahy s distributory (multiplex 4, satelit, kabelové sítě)
- Marketingová kampaň (PR, online, kamionová kampaň)
- Registrace obou akciových společností a daňové registrace

Mzdy v přípravné fázi:

V přípravné fázi (6-8 měsíců) zaměstnanci pobírají 80 % smluvní mzdy. Plná 100% smluvní mzda začíná platit od prvního dne vysílání. Tento mechanismus motivuje k efektivnímu startu a šetří v přípravné fázi náklady cca 20 % na personál (úspora cca 15-20 mil. Kč). Avšak oněch 80% je srovnatelná s odměňováním zaměstnanců na trhu.

4.2 Kamionová kampaň před spuštěním

Kampaň 2-3 měsíce před spuštěním vysílání. Kamion s upraveným multimediálním návěsem objíždí krajská a okresní města ČR a SR:

- Prezentace družstva a televize veřejnosti
- Registrace nových členů na místě
- Cíl kampaně: dosáhnout 6 milionů potenciálních diváků pro první minuty vysílání
- Budování awareness značky EveryOne (povědomí o značce)
- Velmi atraktivní kampaň zaměřená na finance

4.3 Datum spuštění: 6.-8. prosince

Spuštění vysílání je strategicky naplánováno na 6.-8. prosince z několika důvodů:

- Období před vánočními svátky; zvýšená spotřebitelská aktivita
- Lidé jsou v tomto období otevřenější k novým značkám a nákupům
- Silnější pozornost médií v době před Vánocemi
- Optimální čas pro uzavírání smluv (nové roční kalendáře)
- Psychologický efekt; „nová televize – Členství v družstvu, jako vánoční dárek“

4.4 Prvních 20 minut vysílání

První 20 minut vysílání je z hlediska celého projektu absolutně nejdůležitějších. V těchto minutách se rozhoduje o masivním přijetí statisíce členů do projektu Družstva:

- Maximální sledovanost; všichni členové a potenciální diváci sledují
- První dojem, který určí vnímání televize
- Prezentace hlavních programových formátů
- Představení prvních sponzorů a reklamních partnerů
- Zahájení první interaktivní relace se členy

Detailní strategie prvních 20 minut vysílání je součástí interního know-how a není záměrně zveřejňována ve finančním plánu. Je předmětem vlastních autorských práv a strategického plánování.

5. Personál a organizační struktura

5.1 Celkový počet zaměstnanců

Business TV zaměstnává v plném provozu (2. rok vysílání) celkem cca 140+ lidí:

Kategorie	Počet
Top management (ředitel CZ, ředitel SK, COO)	3
Moderátoři ČR (6) + SK (4)	10
Redaktoři a dramaturgové	15
Technici studia, režiséři	12
Kameramani	8
Zvukaři a postprodukce	4
Grafici a animace	6
IT tým televize	5
Administrativa, HR, účetnictví	5
Marketing a obchod	8
Právní a compliance	2
Obsluha poboček (5 lokací)	5
Ostatní (ostraha, úklid, servis)	5
Základní personál TV	88
Rada televize (22 radních)	22
Projektové týmy (zpracování reklam/projektů)	50+
CELKEM s projektovými týmy a Radou	160+

5.2 Roční osobní náklady

Kategorie	Roční náklady
Základní personál TV (88 osob)	89,9 mil. Kč
Rada televize (22 × 55 000 Kč × 12)	14,5 mil. Kč
Projektové týmy (samofinancované z projektů)	samofinancováno
CELKEM osobní náklady TV	104,4 mil. Kč

Průměrná hrubá mzda v televizi (kromě top managementu a radních) je cca 60 000 Kč/měsíc. Po zápočtu zdravotního a sociálního pojištění (1,34×) to odpovídá průměrným nákladům zaměstnavatele cca 80 000 Kč/měsíc na osobu. Tyto náklady odrážejí realitu televizního trhu, kde kvalitní personál je klíčem úspěchu.

5.3 Rada televize (22 členů)

Rada televize je klíčovým orgánem, který zabezpečuje, že televize slouží skutečně členům družstva. Je to dozorčí a programově-dohlížecí orgán.

Složení Rady:

- 22 členů; po jednom zástupci z každého kraje ČR (14) a SR (8)
- Volený mandát: 4 roky
- Volby probíhají současně nebo blízko termínu voleb krajských delegátů družstva
- Kandidovat může každý člen družstva, který splní kvalifikační kritéria
- Rada TV se bude zřizovat až po rozhodnutí členů představenstva TV a EveryOne Czech republic a.s. (Nesmí ohrozit ekonomický provoz TV)

Pravomoci Rady:

- Schvaluje hlavní programové koncepty s ohledem na vizi družstva
- Dohlíží na dodržování stanov družstva v obsahu
- Jmenuje a odvolává generálního ředitele televize
- Schvaluje roční rozpočet a účetní závěrku
- Rozhoduje o zásadních strategických otázkách
- Reprezentuje členy družstva vůči vedení televize

Odměny radních – postupný růst:

Odměny Rady rostou s ekonomickou stabilitou televize:

Fáze	Měsíční odměna radního
2-3. rok provozu	5 000 Kč
3-4. rok provozu	10 000 Kč
4-5. rok provozu	15-20 000 Kč
Stabilní provoz (5+ rok)	40-55 000 Kč
Plný provoz (6+ rok)	55-60 000 Kč

Postupný růst odměn je nastaven tak, aby nezatěžoval ekonomiku televize v prvních kritických letech, ale zároveň motivoval kvalitní osobnosti k dlouhodobé práci v Radě. Avšak záleží na členské základně družstva a tento model odměn se může podstatně změnit a urychlit.

5.4 Moderátoři a klíčové osobnosti

Kvalita moderátorů je klíčem úspěchu televize. Pro začátek počítáme s 10 moderátory (6 v ČR + 4 na SK), kteří pokryjí hlavní vysílací časy:

- Hlavní zprávy (prime time 19:30)
- Ranní vysílání
- Speciální diskuzní pořady
- Reality show a interaktivní vysílání
- Byznysové analýzy a rozhovory

Výběr moderátorů probíhá v rámci výběrového řízení 2-3 měsíce před spuštěním vysílání. Preferujeme zkušené osobnosti z konkurenčních televizí, ale i nové tváře s potenciálem.

6. Programová struktura

6.1 Zpravodajské a publicistické pořady

Jádro programové nabídky tvoří kvalitní byznysově zaměřené zpravodajství:

- Hlavní zprávy v prime time (biznysový pohled na aktuální dění)
- Ranní zprávy a magazín (přehled pro začátek dne)
- Týdenní shrnutí ekonomických událostí
- Investice a trhy (pravidelné analýzy)
- Podnikatelské rozhovory
- Politicko-ekonomické diskuse

6.2 Vzdělávací obsah

Druhým pilířem je vzdělávací obsah, který zvyšuje finanční gramotnost členů družstva a veřejnosti:

- Finanční gramotnost pro běžné rodiny
- Hypotéky, úvěry, investice; vysvětlení pro laiky
- Daně pro živnostníky a malé podnikatele
- Rodinné finance a dětské spoření
- Důchodové plánování
- Kybernetická bezpečnost v online bankovníctví
- A spousta jiných...

6.3 Prime Time pro členy (1× týdně)

Klíčový formát televize; pravidelný interaktivní vysílací blok výhradně pro členy družstva:

Základní parametry:

- 1× týdně 17:30-19:00 (90 minut) (Předpokládáme rozšíření až na každý den)
- Přímé vysílání s plnou interaktivitou přes IT aplikaci
- Hlasování, rozhodování, prezentace výsledků družstva
- Představení novinek, projektů, dividend
- Odpovědi na dotazy členů v reálném čase

Prime Time jako virtuální členská schůze:

Tento formát nahrazuje tradiční členské schůze družstva, které jsou při 300 000+ členech nerealizovatelné. Členové se připojují ze svých mobilů, hlasují, diskutují. Přítomnost na schůzi je tak pro každého člena snadná; stačí si zapnout televizi nebo aplikaci.

Prime Time je důležitá hlavně v prodeji reklamního času, protože členové družstva vědí, že sledováním TV a jejich reklam se zvyšují zisky. Tím že jsou přihlášení ve stanoveném čase, tak vidíme přesný zásah našich členů, což absolutně mění strategii pro partnery, kteří si konkrétní reklamní čas v TV kupují.

6.4 Reality show a interaktivní formáty

Reality obsah v byznysovém pojetí je klíčovou součástí programové nabídky. Formáty jsou chráněny autorským právem a tvoří unikátní know-how televize.

Typy reality obsahu (obecně):

- Byznysový reality show (rozvoj podnikatelských nápadů)

- Rodinné ekonomické příběhy
- Vývoj produktů družstva v přímém přenosu
- Setkávání investorů a podnikatelů
- Životní příběhy úspěšných členů družstva

Konkrétní formáty, scénáře a mechanismy interaktivního zapojení diváků jsou součástí interního know-how televize a jsou chráněny autorskými právy. Ve finančním plánu uvádíme pouze obecný popis; skutečné programové koncepty jsou součástí chráněného duševního vlastnictví družstva.

6.5 Vlastní produkce a projekty třetí vlny

Televize pravidelně prezentuje projekty třetí členské vlny (*podnikatelské projekty členů družstva, které jsou financovány bankou a podpořeny celým ekosystémem EveryOne*). Každý týden je v programu věnován prostor několika projektům.

Obchodní model projektů:

- Projekty třetí vlny získávají vysílací prostor v televizi
- Projekty jsou prezentovány autenticky s reality prvky
- Televize má obchodní zájem na úspěchu projektů (sdílená odpovědnost)
- Mechanismus odměňování, čísla a procenta jsou interní know-how
- Projekty jsou současně předmětem autorsky chráněných programových konceptů

Přesná finanční struktura projektů třetí vlny (obchodní podíly, provize, mechanismus odměn) je obchodním tajemstvím družstva a není zveřejňována. V plánu ji prezentujeme pouze jako zdroj příjmů v obecné rovině.

6.6 Sport a kultura

Doplňková programová nabídka zahrnuje:

- Sportovní zpravodajství (hlavně ekonomické pozadí sportu)
- Sponzoring a investice do sportu
- Kulturní akce s podnikatelským pozadím
- Talent scouting; hledání mladých talentů pro sport a kulturu

7. Peoplemetrové měření sledovanosti

7.1 Proč vlastní měření

Tradiční televize platí za měření sledovanosti společnostem jako ATO/Nielsen. V ČR je to náklad cca 2,5 mil. Kč měsíčně, v SR 1,8-2,2 mil. Kč měsíčně. Ročně tedy 52-57 mil. Kč jen za měření sledovanosti.

Business TV má z povahy svých členů obrovskou strategickou výhodu:

- Každý člen družstva je v podstatě "živý peoplemetr"; IT aplikace umožňuje přesné měření přihlášených členů
- 300 000 až 2,7 mil. členů = nejpřesnější měřicí síť v historii TV
- Přesný zásah reklamy lze měřit v reálném čase a specifikovat zásah u jednotlivých cílových skupin
- Žádné statistické přepočty; víme přesně, kolik členů co sledovalo v konkrétní moment našeho Prime Time vysílání

7.2 Peoplemetrové oddělení pro SR jako samostatný produkt

Slovenský mediální trh má specifický problém; měření sledovanosti tam prakticky monopolně ovládají tři televize (Markíza, JOJ a STV). Pro ostatní televize a zadavatele reklamy je přístup k objektivním datům obtížný.

Obchodní příležitost:

- Vytvoření vlastní Peoplemetrové služby pro celý slovenský televizní trh
- Prodej dat jiným televizím, reklamním agenturám, zadavatelům
- Dodatečný příjem cca 30 mil. Kč ročně
- Strategická výhoda na SK trhu

7.3 Náklady na Peoplemetrovou síť

Položka	Částka
Výběr a nákup 4 000 peoplemetrů (á 5 000 Kč)	20 mil. Kč (jednorázově)
Instalace a školení rodin	3 mil. Kč (jednorázově)
Odměny rodinám (zájezdy, dary 40-50 000 Kč/rok)	cca 48 mil. Kč/rok
Provoz oddělení (5 osob + technologie)	5 mil. Kč/rok
Údržba technologie	2 mil. Kč/rok
CELKEM ročně	55 mil. Kč/rok

Odměny rodinám jsou řešeny formou zájezdů, nákupu techniky nebo ročních darů 40-50 000 Kč místo měsíčních plateb. Toto je levnější varianta pro televizi (méně administrativní zátěže, daňově výhodnější) a zároveň atraktivnější pro rodiny (vnímané jako benefit, ne jako výplata).

Porovnání s tradičním modelem:

Pokud bychom si kupovali externí ATO měření: 2,5 + 2 mil. Kč × 12 = 54 mil. Kč/rok jen za měření. Vlastní síť stojí 55 mil. Kč/rok, ale generuje dodatečný příjem 30 mil. Kč z prodeje dat. Čistý efekt: vlastní síť je o cca 29 mil. Kč/rok výhodnější, a navíc poskytuje strategickou nezávislost a lepší data.

Rádi bychom vytvořili vlastní měřicí systém, který bychom pronajali všem TV po celém světě, se systémem příjmu TV signálu a IT aplikací podle sledovanosti.

8. Roční provozní náklady

8.1 Přehled ročních nákladů plného provozu

Následující tabulka ukazuje roční náklady televize v plném provozu (2-3. rok vysílání a dále):

Kategorie nákladů	Roční částka
Personál (88 osob základní tým)	89,9 mil. Kč
Rada televize (22 radních, v plném provozu)	14,5 mil. Kč
Multiplex 4 ČR v HD (Ostrava, pan Pařízek)	30 mil. Kč
Multiplex SR v HD	15 mil. Kč
Satelitní vysílání (ČR + SR)	12 mil. Kč
Kabelové distribuce (Vodafone, O2, T-Mobile)	5 mil. Kč
Online streaming infrastruktura (CDN)	6 mil. Kč
Internet redundantní (dvě smyčky ČR + SK)	3 mil. Kč
Nájem hlavního studia (2 mil. × 12); možné vlastní prostory	24 mil. Kč; Možné vlastní prostory
Pobočková studia 5× (cca 50 tis. měsíčně)	3 mil. Kč
Energie, voda, topení (všechna studia)	4,5 mil. Kč
Nájem kancelářských prostor	3 mil. Kč
Servery, cloud, licence softwaru	8 mil. Kč
Údržba a servis vybavení	5 mil. Kč
Kybernetická bezpečnost, SOC	3 mil. Kč
Pohonné hmoty, servis vozového parku	2,5 mil. Kč
Pojištění majetku + havarijní	3 mil. Kč
Pípmetrová síť (rodiny + provoz)	55 mil. Kč
Licenční poplatky (OSA, Intergram)	8 mil. Kč
Marketing, reklama, PR (průběžně)	15 mil. Kč
Právní služby, audit, účetnictví	5 mil. Kč
Cestovné a akce	3 mil. Kč
Ostatní provozní náklady	5 mil. Kč
CELKEM ROČNÍ NÁKLADY	~325 mil. Kč

8.2 Struktura nákladů podle typu

Typ nákladů	Podíl
Personál (vč. Rady)	32 %
Technické vysílání (multiplexy, satelit, kabel, online)	22 %
Nájmy a provoz budov	10 %
Peplemetrové měření	17 %
IT a technologie	6 %

Marketing a PR	5 %
Licence a autorská práva	3 %
Ostatní (právní, pojištění, cestovné)	5 %
CELKEM	100 %

Poznámka k nájemnému: V prvních letech je televize v pronájmu hlavního studia za cca 24 mil. Kč ročně. V delším horizontu (5-7 let) plánuje družstvo nákup vlastní nemovitosti za cca 1,2 mld. Kč, což eliminuje nájemné a vytvoří hodnotný majetek družstva. Tento nákup se plánuje ze zisků televize ve Fázi 3 (2,7 mil. členů) a bude sloužit jako sídlo družstva a všech jeho dceřiných společností.

9. Scénář A: Příjmy při 300 000 členech

9.1 Cílový rok: 2. rok vysílání

První rok vysílání je v podstatě stabilizační; televize buduje reputaci, získává reklamní partnery, optimalizuje programovou nabídku. Výrazné zisky se objevují až od 2. roku vysílání. V tomto kapitole počítáme se stabilním 2. rokem provozu při 300 000 členech družstva.

9.2 Struktura příjmů

Zdroj příjmu	Roční částka
Reklamní čas v Prime Time (vlastní členové + externí)	420 mil. Kč
Byznysové zpravodajství (reklamy v pořadech)	180 mil. Kč
Peoplemetrové měření SR (prodej dat jiným TV)	30 mil. Kč
Licenční poplatky za obsah (VOD, streaming)	20 mil. Kč
Projekty třetí vlny (příjmy z produkce projektů)	120 mil. Kč
Ostatní (pronájem kamionu, outsourcing produkce)	15 mil. Kč
CELKEM PŘÍJMY (300 000 členů)	785 mil. Kč

Příjmy z projektů třetí vlny jsou obchodním tajemstvím družstva a jsou uvedeny pouze v souhrnné formě. Detailní struktura (procenta, obchodní podíly, mechanismus) není součástí veřejného finančního plánu.

9.3 Čistý zisk (300 000 členů, 2. rok)

Ukazatel	Hodnota
Příjmy	785 mil. Kč
Roční provozní náklady	325 mil. Kč
ZISK před zdaněním	460 mil. Kč
Daň z příjmu právnických osob (21 %)	97 mil. Kč
ČISTÝ ZISK (300 000 členů)	363 mil. Kč

9.4 Rozdělení zisku podle § 4.11 stanov

Položka	Částka
Čistý zisk po zdanění	363 mil. Kč
80 % zůstává v televizi (rezervy, rozvoj)	290 mil. Kč
20 % odeslání do družstva	73 mil. Kč
— 10 % rezervní fond družstva	7,3 mil. Kč
— 90 % dividendy členům	65,4 mil. Kč

Dividenda na člena z TV při 300 000 členech:

Výpočet	Hodnota
Dividendy členům	65,4 mil. Kč
Počet členů	300 000
Dividenda na člena	218 Kč / rok

Při 300 000 členech je dividenda 218 Kč/rok/člen z televize. Je to základ, který se při vyšším počtu členů výrazně zvýší. A nejsou započítána know-how, která jsou do zřízení TV pevně střežena, která by měla podstatně zvýšit celkovou ziskovost TV.

9.5 První rok vysílání (přechodný rok)

V prvním roce vysílání televize nedosáhne plných příjmů. Reklamní trh se teprve buduje, programová nabídka se optimalizuje, sledovanost roste postupně. Odhadované parametry:

Ukazatel	1. rok vysílání
Příjmy	350-450 mil. Kč
Náklady	320 mil. Kč
Zisk před zdaněním	30-130 mil. Kč
Po zdanění	24-103 mil. Kč

První rok je zisky nižší, ale již ziskový. Nulový zisk nebo mírná ztráta je rovněž akceptovatelná – investice 260 mil. Kč obsahuje rezervu právě pro tento přechodný rok. Od 2. roku televize generuje stabilní zisk.

10. Scénář B: Příjmy při 2 700 000 členech

10.1 Fáze 3 družstva

Při dosažení 2,7 milionu členů družstva (Fáze 3) je Business TV v úplně jiné lize. S touto diváckou základnou je EveryOne TV jednou z nejsledovanějších televizí v ČR a SR v Prime Time. Celý reklamní trh TV v ČR+SR je 10-12 mld. Kč ročně. EveryOne TV jako dominantní hráč může mít 20-30 % trhu.

10.2 Struktura příjmů Fáze 3

Zdroj příjmu	Roční částka
Reklamní čas (Prime Time + celodenní)	900 mil. Kč
Byznysové zpravodajství a komerční pořady	350 mil. Kč
Projekty třetí vlny (násobně vyšší objem)	450 mil. Kč
Peplemetrové měření (ČR + SR)	80 mil. Kč
Streaming, VOD, archiv	60 mil. Kč
Licence na obsah (prodej do zahraničí)	30 mil. Kč
Pronájem infrastruktury (kamion, studia)	30 mil. Kč
CELKEM PŘÍJMY (2,7 mil. členů)	1 900 mil. Kč

10.3 Roční náklady Fáze 3

Ve Fázi 3 se náklady zvyšují cca na 600 mil. Kč ročně kvůli:

- Rozšíření personálu (další moderátoři, redaktoři); cca 150+ osob
- Vyšší honoráře za kvalitní obsah a externí produkce
- Rozšířená Peplemetrová síť
- Vyšší licenční poplatky (více obsahu, více kanálů)
- Marketingové kampaně (konkurence s hlavními komerčními televizemi)
- Případné rozšíření o další kanály (sportovní kanál, vzdělávací kanál, hudební kanál, filmový kanál atd.)

10.4 Čistý zisk Fáze 3

Ukazatel	Hodnota
Příjmy	1 900 mil. Kč
Roční provozní náklady (rozšířené)	600 mil. Kč
ZISK před zdaněním	1 300 mil. Kč
Daň z příjmu právnických osob (21 %)	273 mil. Kč
ČISTÝ ZISK Fáze 3	1 027 mil. Kč

Tato čísla odpovídají původně plánované částce 1,3 mld. Kč ročně ze staršího plánu. Klíčový rozdíl: tato částka se dosáhne až při 2,7 milionu členů (2. rok vysílání ve Fázi 3 družstva).

10.5 Rozdělení zisku Fáze 3

Položka	Částka
Čistý zisk po zdanění	1 027 mil. Kč
80 % zůstává v televizi	822 mil. Kč
20 % do družstva	205 mil. Kč
— 10 % rezervní fond družstva	20,5 mil. Kč
— 90 % dividendy členům	184,5 mil. Kč

Dividenda na člena z TV ve Fázi 3:

Výpočet	Hodnota
Dividendy členům	184,5 mil. Kč
Počet členů	2 700 000
Dividenda na člena	68 Kč / rok

Při 2,7 mil. členech je dividenda na člena 68 Kč/rok z televize. To je méně než 218 Kč při 300 000 členech, protože stejný zisk se dělí mezi mnohem více lidí. Nicméně členové mají ve Fázi 3 dividendy ze všech dceřinek (banka, zajišťovna, karty, TV) dohromady dosáhne plný ekosystém EveryOne ve Fázi 3 a 3+ cca 1 943,2–2 643,2+ Kč/rok na člena. Televize je v tomto součtu stabilní a významný zdroj, ale ne ten hlavní.

11. Porovnání scénářů 300 tis. vs. 2,7 mil. členů

11.1 Přehledová tabulka

Ukazatel	300 000 členů	2 700 000 členů
Příjmy ročně	785 mil. Kč	1 900 mil. Kč
Roční náklady	325 mil. Kč	600 mil. Kč
Zisk před zdaněním	460 mil. Kč	1 300 mil. Kč
Čistý zisk (po 21 % dani)	363 mil. Kč	1 027 mil. Kč
20 % družstvu	73 mil. Kč	205 mil. Kč
Dividenda celkem	65,4 mil. Kč	184,5 mil. Kč
Dividenda na člena	218 Kč	68 Kč

11.2 Proč klesá dividenda na člena

Na první pohled může působit paradoxně, že při větším počtu členů klesá dividenda per člen. Vysvětlení:

- Zisk roste z 363 mil. na 1 027 mil. Kč (2,8×)
- Počet členů roste z 300 000 na 2 700 000 (9×)
- Zisk roste pomaleji než počet členů, proto per capita klesá

Ale je důležité vidět tento scénář v kontextu celého ekosystému EveryOne:

Zdroj dividendy	Fáze 3 (2,7 mil.)
Banka EveryOne	354,6 Kč/člen
Zajišťovna EveryOne	650,8 Kč/člen
Business TV	68,3 Kč/člen
Karty a terminály (F3)	651 Kč/člen
Projekty 3. vlny	133,3 Kč/člen
Ostatní (reality, právníci)	26,9 Kč/člen
CELKEM dividenda Fáze 3	~1 884,9 Kč/člen

Ve Fázi 3 dostává člen mnohem víc dividendy z celého ekosystému, i když jednotlivé subjekty per capita klesají. Rozdíl je v tom, že ve Fázi 1 (300 tis. členů) funguje jen TV, ale ve Fázi 3 fungují všechny subjekty dohromady.

11.3 Investice 260 mil. Kč – návratnost

Investice 260 mil. Kč se vrátí velmi rychle:

- Při 300 000 členech a 2. rok provozu: zisk 363 mil. Kč = návratnost za 1 rok
- Celkový zisk za prvních 5 let provozu: cca 2,5 mld. Kč
- ROI po 5 letech: 960 % (10× investice)
- Po 10 letech: ROI nad 5 000 %

11.4 Ekonomická soběstačnost bez externí reklamy

Klíčovým rysem modelu je, že televize je ekonomicky soběstačná i bez nutnosti prodávat klasické reklamní spoty konkurujícím způsobem. Struktura příjmů je diverzifikovaná:

- Interní příjmy (projekty 3. vlny, Peoplemetrové měření, streaming)
- Členská základna jako stabilní příjmová základna
- Specializované byznysové služby (zprávy, analýzy, licence)
- Technologická infrastruktura (Peoplemetrová síť jako samostatný produkt)

Tento diverzifikovaný model činí televizi odolnou vůči výkyvům reklamního trhu a nezávislou na ziscích externích reklamních zadavatelů. To je zásadní odlišení od tradičních komerčních televizí.

12. Soulad se stanovami družstva

12.1 § 1.7 odst. (5) – Průběžné vypořádání

Business TV respektuje princip průběžného vypořádání. Dividendy vyplácené členům (218 Kč/rok při 300 tis. členech, 68,3 Kč/rok při 2,7 mil. členech) jsou průběžným vypořádáním spoluvlastnických podílů na televizi.

12.2 § 1.7 odst. (7) – Ochrana ideologie

Televize nespekuluje, neobchází principy družstva. Obsah je transparentní, rozhodování demokratické přes Radu televize. Autorská práva chrání know-how družstva, ale samotné fungování televize je plně transparentní pro všechny členy.

12.3 § 3.1-3.2 – Fáze vývoje

Televize se spouští ve Fázi 2 družstva (300 000+ členů), což odpovídá § 3.2 stanov. Příprava licenčního řízení začíná při 280 000 členech, spuštění vysílání při 300 000 členech.

12.4 § 4.10 – Přístupy členů k projektům

Tabulka § 4.10 stanov uvádí televizi jako projekt spouštěný při cca 280 000+ členech. Přístup mají všichni členové bez ohledu na vlnu. Pro členy 1. vlny platí garance podle § 4.10 – jejich dividendy z TV se doplňují individuálně.

Princip spravedlnosti pro členské vlny:

Dividendy z TV se rozpočítávají podle skutečného stavu členské základny v daném účetním roce. Pro členy 1. vlny (do 300 000 členů), pokud dividendy z TV v jejich raných letech byla vyšší (menší počet členů = vyšší per capita), tyto dividendy se jim připočítávají tak jak byly skutečně vygenerovány v daném roce. Tím je zajištěn spravedlivý mezigenerační dopad.

12.5 § 4.11 – Rozdělení zisku

Klíčový princip:

- 20 % zisku po zdanění odesílá TV družstvu
- 10 % z toho do rezervního fondu družstva
- 90 % rovnoměrně mezi všechny členy (podle aktuálního stavu v daném roce)
- 80 % zůstává v televizi pro rezervy, rozvoj, nákup nemovitostí

12.6 Členské vlny – princip konce kalendářního měsíce

Stanovy hovoří o zásadním principu ukončování členských vln:

Pravidlo posledního data dne v měsíci:

- Členská vlna nekončí při dosažení číselného cíle, ale vždy k poslednímu dni daného kalendářního měsíce, ve kterém se členská vlna naakumulovala, a to ve 23:59. Nová vlna začíná následujícím prvním dnem nového kalendářního měsíce od 00:01.
- Pokud je cílového počtu členů dosaženo v průběhu měsíce, vlna pokračuje do konce kalendářního měsíce
- Od 1. dne následujícího kalendářního měsíce nastupuje další členská vlna
- Přihláška s datem uvedeným ve formuláři o členství, která došla prostřednictvím České nebo Slovenské pošty bude automaticky zařazena do členské vlny, ve kterém byla podána. Přihlášky přijaté elektronicky do 23:59 budou automaticky zařazeny do členské vlny ve kterém byly podány.

Toto pravidlo zajišťuje transparentnost a eliminuje spory o přesné zařazení členů, kteří se přihlásili ve stejný den jako byl dosažen cílový počet.

13. Dlouhodobá vize Business TV

13.1 Horizont 5 let

- 300 000 → 1 500 000 členů družstva
- Stabilní zisk 500-800 mil. Kč ročně
- Druhá nebo třetí největší TV v ČR dle sledovanosti
- Peplemetrová síť jako etablovaný produkt na SK trhu
- Rozšíření o druhý kanál (sportovní nebo vzdělávací, hudební atd.)
- + know-how, která jsou do zřízení TV chráněna autorským právem

13.2 Horizont 10 let

- 2,7 milionu členů (plný stav dle plánu)
- Roční zisk přes 1 mld. Kč
- Vlastní nemovitosti (hlavní studio + pobočky)
- Expanze do dalších V4 zemí (Polsko, Maďarsko, Německo)
- Dominantní pozice v byznysovém zpravodajství V4
- + know-how, která jsou do zřízení TV chráněna autorským právem

13.3 Horizont 15+ let

- Pan-evropská byznysová televize (vlastní verze ve více zemích)
- Vlastní produkční studio pro filmy a seriály
- Integrace s dalšími mediálními platformami družstva
- Roční zisky 3-5 mld. Kč
- Alternativa ke komerčním mediálním skupinám v Evropě
- Zřízení vlastních ateliérů a Natáčení vlastních filmů

13.4 Strategický dopad na ČR a SR

- Zvýšení finanční gramotnosti populace
- Demokratizace médií; médium vlastněné občany, ne korporacemi
- Ochrana národního know-how přes autorská práva
- Centrum podnikatelských projektů v regionu
- Vzdělávání v oblasti investic, financí, podnikání
- Alternativa k veřejnoprávním médiím v ČR a SK

14. Závěr

EveryOne Business TV je čtvrtým pilířem ekosystému družstva EveryOne, po bance, zajišťovně a platební infrastruktuře. Její role není jen mediální, ale je strategická:

Klíčové parametry televize:

- Jednorázová investice 260 mil. Kč (pokrývá 2,5 roku provozu)
- Spouští se při 300 000 členech družstva
- Dvě akciové společnosti; ČR a SK
- Personál 88 osob + 22 radních + projektové týmy
- Hlavní studio Hradec Králové + 5 pobočkových studií
- Vysílání v HD přes multiplex 4 (ČR) a SK multiplex

Finanční výsledky:

Ukazatel	300 000 členů	2,7 mil. členů
Čistý zisk ročně	363 mil. Kč	1 027 mil. Kč
Dividenda na člena	218 Kč	68 Kč
Návratnost investice	1 rok	průběžně

Strategické přínosy televize:

- Nové veřejné médium vlastněné občany, ne korporacemi
- Virtuální členská schůze pro 300 tis. až 2,7 mil. členů
- Ochrana know-how družstva přes autorská práva k obsahu
- Byznysové zpravodajství jako alternativa ke komerčním TV
- Finanční vzdělávání široké veřejnosti
- Strategická nezávislost na externí reklamě (soběstačnost)
- Peplemetrová síť jako součást vlastní infrastruktury

Business TV spolu s bankou, zajišťovnou a platební infrastrukturou tvoří kompletní ekosystém EveryOne; nový ekonomický a mediální model, kde členové družstva nejsou jen klienty a diváky, ale skutečnými spoluvlastníky. Každý z pilířů ekosystému má svou roli, ale dohromady tvoří unikátní systém, který v ČR a SK nemá obdoby.

— Konec dokumentu —