



az econet.hu Média és Vagyonkezelő Nyrt.

**2009. IV. negyedéves IFRS szerint konszolidált,
nem auditált gyorsjelentése**

2010. március 10.

TARTALOMJEGYZÉK

TARTALOMJEGYZÉK	2
ÜZLETI JELENTÉS	3
I. Összefoglaló	3
II. Bevezetés	6
III. Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konzolidált eredmények	6
III.1. Média Üzletág	6
A Média Üzletág eseményei	6
A Média Üzletág eredményei	11
A Média Üzletág piaci környezete	13
Sziget Kft. akvizíció	14
III.2. Anyavállalat	16
Az Anyavállalat eseményei	16
Az Anyavállalat eredményei	16
III.3. Konzolidált adatok	17
IV. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei	19
IV.1. Az Externet Nyrt. részesedés értékesítése	19
V. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai	20
VI. A Társaság rövid- és középtávú feladatai	21
VI.1. Média Üzletág	22
VI.2. Anyavállalat	23
VII. A Társaság főbb célkitűzései	23
A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA	25
I. Mérleg	25
1. Eszközök	26
2. Források	28
II. Eredménykimutatás	30
ADATLAPOK	32

ÜZLETI JELENTÉS

I. Összefoglaló

- **Az econet.hu csoport árbevétele 2009-ben** - a konszolidációs körből kikerült Externet-csoport nélkül - meghaladta **a 2,1 milliárd forintot**. A 2009-es év árbevétele mintegy 1,1 milliárd forinttal kevesebb, mint 2008-ban, ami alapvetően a gazdasági válság miatti reklámpiaci visszaesésnek tudható be.
- Az üzemi eredmény a költségcsökkentő intézkedések ellenére, a médiapiaci visszaesésnek betudhatóan elmaradt az előző év azonos időszakában realizálttól. 2009-ben **a csoport EBITDA eredménye -627 millió forint, adózott eredménye -680 millió forint volt**. Az adózott eredmény alakulására több egyszeri tétel is kihatott: negatív irányban a főként a nem média vagyonelemek körében elszámolt év végi értékvesztések, pozitív irányban az econet.hu saját részvényekre vonatkozó határidős pozícióin elért nyereség és az Externet Nyrt. részesedés évközbéli értékesítése kapcsán realizált pénzügyi eredmény.
- A 2009-es év EBITDA és adózott eredmény adatai - az árbevételhez hasonlóan - elsősorban az első és a harmadik negyedév gyengébb teljesítményét, illetve a NeoFM beindításának árbevétel meghaladó költségeit tükrözik. **Pozitív tendenciát mutat, hogy 2009 negyedik negyedévében a Média Üzletág a NeoFM hatásaitól megtisztítva a reklámpiaci visszaesés ellenére 50 millió forintot meghaladó EBITDA-t és 90 millió forintot meghaladó adózott eredményt tudott elérni**. Ennek háttérében nagyrészt az év végén érezhetővé vált költségcsökkentő és hatékonyságnövelő intézkedések hatásai álltak, **melynek következtében 2009-ben a csoport szintű költségek a 2008-as évhez képest** - a NeoFM beindítása hatásainak kiszűrésével - **negyedévente átlagosan 130 millió forinttal csökkentek**.
- **2009. november 19-én kezdte meg adását az ország területének 81 százalékát elérő NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádió, az econet.hu Nyrt. Média Üzletágának legújabb tagja. A rádió és kereskedőháza elindulása a média-portfólió fogyasztói elérését mind számában, mind célcsoportjában jelentősen szélesíti. Ezzel a cégcsoport a legnagyobb magyar médiatulajdonosok közé lépett.**

1. Ábra: A 2008. és 2009. évi 1-12. hónapok IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb eredmény adatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2008Q1-Q4	2009Q1-Q4
Árbevétel	3 278 668	2 113 760
Üzemi eredmény	14 550	-786 821
Értékcsökkenés	144 564	159 771
EBITDA	159 114	-627 050
Adózott vállalkozási eredmény	-19 271	-680 794

A fenti számok nem tartalmazzák a konszolidációs körből 2009 első félévében kikerült Telekommunikációs Üzletág 2008-as és 2009-es időszaki adatait.

Média Üzletág

Az econet.hu Média Üzletágában, az Est Media Groupban egységes portfólió-értékesítés működik. A portfólió öt szervesen összetartozó (Broadcast, Indoor, Music, Online és Print) és egy függetlenül működő Event üzletágra tagolódik. Az EMG portfóliójára a válság a becsült piaci átlaggal megegyező mértékű hatást gyakorolt. Az EMG éves árbevétele a 2009-es válságévben is az elmúlt években megszokott ciklikusság szerint alakult. A negatív reklámpiaci folyamatok hatásai 2009-ben erősen érezhetőek voltak. Az időszakra a hirdetői bizonytalanság, a reklámbüdzsék jelentős mértékű csökkenése, valamint elfogadásának elhúzódása volt jellemző. **Az EMG jelentős költségcsökkentő intézkedéseket vezetett be, amelyek negyedéves szinten - a NeoFM beindítása hatásainak kiszűrésével - mintegy 150 milliós megtakarítást eredményeztek a 2008-as évhez képest.**

- **Az EMGBroadcast területén 2009. szeptember 28-án az EMG és a radiocafé Kft. FM1 elnevezésű Konzorciuma pályázati ajánlatot nyújtott be az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) által a két földfelszíni analóg sugárzású országos kereskedelmi rádiós frekvenciára kiírt pályázatra.** Az ORTT 2009. október 28-án hirdetett eredményt. Eszerint az **FM1 Konzorcium elnyerte az ún. 2-es számú jogosultságot, amely a Magyarországot nagyobb - mintegy 81 százalékos - mértékben lefedő országos kereskedelmi rádiós frekvenciát takarja.**

Az FM1 Konzorcium által a műsorszolgáltatási jogosultság gyakorlása céljából létrehozott **FM1 Kommunikációs és Kulturális Zártkörűen Működő Részvénytársaság 2009. november 4-én az ORTT-vel megkötötte a vonatkozó műsorszolgáltatási szerződést. A NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádióadó 2009. november 19-én megindította adását. A NeoFM műsorstruktúrája és zenei kínálata 2010. január 18-ai, a Bumeráng című reggeli műsor elindulásával véglegessé vált.**

Az EMGBroadcast területén a radiocafé 98.6 2009-ben kiérdemelte a Superbrands minősítést is. Mindez egyértelmű visszaigazolása a 2008-ban végrehajtott megújításnak, amely a rádió programszerkezetét érintette.

- **Az EMGIndoor a beltéri reklámeszközök területén megőrizte piacvezető szerepét,** az EMG az év végére összevonta a Pesti Est és az országos Est Lapok logisztikai feladatait az indoor eszközök kihelyezésének és karbantartásának feladataival.
- **Az EMGMusic, amely az EMG koncertszervezési (booking) üzletága, Est Music néven 2009. november 1-én kezdte meg működését.** Az Est Music által kizárólagos booking-megbízással képviselt zenekarok és művészek a magyar zenei élet több szegmensét fedik le, mindegyikük kiemelkedő minőséget képvisel a saját területén.
- **Az EMGOnline üzletágának** elemei a 2009. évben átlagosan heti 1,5 millió körüli látogatót regisztráltak, ezzel párhuzamosan **a 2008-as szintnél valamivel magasabb bevételeket generáltak.** Az üzletág legfontosabb új megállapodása szerint **2009 második negyedévéitől az EMG értékesíti a Facebook bannereit Magyarországon.** Az EMGOnline „Aktív TV3.0” projektje mintegy 95 millió forintos vissza nem térítendő pályázati támogatást nyert el.
- **Az EMGPrint üzletágban** 2009 júniusában mind kivitelében, mind tartalmi elemeiben **megújult a Pesti Est és Est Lapok lapcsaládja, ennek eredményeképpen jelentős növekedésnek indult az olvasottság, mely az év második felére megjelenésenként 400 ezer fő körül stabilizálódott.**

Komoly siker, hogy a **Time Out Budapest Magazint a 2008 decemberi induláshoz képest a nyári turista szezonra „break even” szintre hoztuk,** azaz ekkor a lapba akvirált reklámbevételek teljes mértékben fedezték a lapkiadás közvetlen költségeit. 2009 decemberében **megjelent a Time Out Budapest magyar nyelvű kiadásának próbaszáma is,** amely 2010 februárjától szintén havilapként, 15 ezer példányos megjelenéssel üzemel. **2010 márciusától indul a Time Out Pécs.** A kiadvány a Pécs 2010 Európa Kulturális Fővárosa programsorozat kapcsán került az országos Est Lapokkal együttműködésben létrehozásra és az idei év során 10 alkalommal jelenik majd meg.

- **Az EMGEvent üzletágban** a Sziget Kft. megvásárlására vonatkozó szerződés módosítása értelmében (mely az EMG-t jelentős azonnali finanszírozási tehertől mentesíti) az akvizíció következő üteme és az 1,45 milliárd forintos készpénzben fizetendő vételár megfizetésének esedékessége 2010. október 15-re

változott. **A 2009-es szezonban a Sziget Kft. rendezvényei** (T-Home Gyerek Sziget, VOLT Fesztivál, Balaton Sound, Félisziget Fesztivál, Zene a Rasszizmus ellen, Sziget Fesztivál) **400 millió forint** rendezvényszintű (overhead nélküli) **eredményt termeltek.**

Időközben a másodfokú bíróság végzésével megszüntette a Sziget Kft. ellen a Budapest Főváros IV. Kerületi Önkormányzata által indított birtokháborítási pert, így a Sziget Kft. az ellene indított peres eljárást (amelyben az Önkormányzat arra irányuló kérelmet terjesztett elő, hogy a Sziget Kft. este 10 és reggel 6 óra között ne tarthasson zenés és egyéb műsoros rendezvényeket az Óbudai-sziget területén) jogerősen megnyerte.

Az EMG média-portfóliója és a médiapiac a válság utáni időszakban és hosszabb távon is értékes lehetőségeket hordoz, melyek kihasználásában az eddig felépített brandek, tudásbázis és a megszerzett tapasztalatok az EMG-nek kivételes helyzetet biztosíthatnak. Az **EMG alapvető célja, hogy** a válság után talpon maradók között **áramvonalas és ütőképes médiavállalatként folytathassa piaci növekedését.**

Balázs Csaba, az econet.hu Nyrt. elnök-vezérigazgatója a 2009. év eredményeiről:

„Az econet.hu rendkívül nehéz évet zárt 2009-ben, hiszen hagyományos piacain a hirdetési költségek jelentős csökkenést mutattak az egész év során. Ugyanakkor a médiacsoport a nehéz gazdasági körülmények közepette is megőrizte stratégiai partneri körét.

Az év közben tisztán médiavállalattá alakult társaság, amely az ágazat egyetlen tőzsdei képviselője, jelentős költségcsökkentésekkel növelte szervezeti hatékonyságát, ami egyben az eredményesség növelését is elősegíti majd.

Az econet.hu az országos rádió beindításával egy új, nagyságrendi növekedést jelentő piacra lépett be, megerősített pozícióból tekint a gazdasági környezetben és a fogyasztási kiadásokban remélhetőleg bekövetkező kedvező fordulat elé. A válság az econet.hu számára tehát nem passzív túlélést és alkalmazkodást jelentett, megvalósított célokat és újabb lehetőségeket is hozott. Ezekre és az évek során létrejött különleges média tudásbázisra alapozva kell tovább fejlődnünk.”

II. Bevezetés

Az econet.hu Nyrt. 2009. július 6-i Közgyűlése által elfogadott stratégia szerint a Társaságnak egy üzletága van, a Média Üzletág. Ennek központi cége az Est Media Group Kft. (EMG), amely 100 százalékban az econet.hu Nyrt. tulajdonában áll.

A cégcsoport új stratégiája kialakításának kapcsán ki kell emelnünk, hogy a Társaság 2009. április 23-án, 2009. május 11-én és 2009. június 9-én közzétett tájékoztatásai szerint egyszemélyes leányvállalatán, az econet Invest Kft-n keresztül adásvételi szerződést kötött az Externet Nyrt-ben (a korábbi Telekommunikációs Üzletág központi cégében) meglévő 76,83 százalékos részesedése értékesítéséről.

A 2009-es év egyik leglényegesebb momentumja a NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádiócsatornánk elindulása. Ez az örvendetes esemény (az adó a vonatkozó pályázat elnyerésétől számítva 22 nap alatt állt fel és kezdte meg működését) is mutatja az econet.hu elmúlt években felhalmozott tapasztalati tőkénének erejét.

III. Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konszolidált eredmények

III.1. Média Üzletág

A Média Üzletág eseményei

Az Est Media Group Kft. a 2009-es tevékenységét - a 2008-ban végrehajtott szervezeti és szerkezeti változások eredményeképpen - az egységes portfólió-értékesítés jegyében végezte. Az évközi események által is formált portfólió öt szervesen összetartozó és egy függetlenül működő event üzletágra tagolódik:



2009. május 5-én cégbírósági bejegyzésre került a Sziget.hu Zrt. és a PRO FUTURE Kft. beolvadása az EMG 100 százalékos tulajdonában lévő Magyar Vendor Kft-be. Ezzel csaknem teljesen lezárult az folyamat, melynek eredményeképpen az econet.hu cégcsoport legtöbb médiabeli érdekeltsége az EMG közvetlen tulajdonosi irányítása és finanszírozási hatóköre alá került.

2009. november 18-a éjjel után pár másodperccel az EMG és a radiocafé 98.6 Kft. 100 százalékos leányvállalatának, az FM1 Zrt-nek az üzemeltetésében megszólalt a NeoFM, amely a legnagyobb lefedettséggel rendelkező országos kereskedelmi rádiócsatorna. Az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) által kiírt pályázat elnyerése után alig több három héttel az EMG tehát egy kiemelten erős elemmel bővült, amely nem csak hogy szervesen illeszkedik a meglévő portfólióhoz, de önmagában is komoly médiaértéket, erőt jelent a hazai piacon.

A reklámpiaci tendenciák negatív hatásai 2009-ben igen erősen érezhetőek voltak, a rendszerváltozás óta nem tapasztalt visszaesés nehéz helyzetbe hozta a magyarországi médiavállalkozásokat. A hirdetői bizonytalanság, a reklámra fordított összegek jelentős mértékű csökkenése, valamint a reklámbüdzsék elfogadásának elhúzódása

nagyértékben rányomta a bélyegét az év teljesítményére, nem csak az EMG portfóliójában, hanem a teljes magyar médiapiacra.

Az EMG éppen ezért olyan megújítási folyamatokat, belső fejlesztéseket, és ezzel egyidejűleg igen jelentős költségcsökkentő intézkedéseket vezetett be, amelyek hatása a harmadik-negyedik negyedévben már érezhetővé vált.



Az EMGBroadcast üzletág területén 2009. szeptember 28-án az EMG és a radiocafé Kft. FM1 elnevezésű Konzorciuma pályázati ajánlatot nyújtott be az ORTT által 2009 júliusában a két földfelszíni analóg sugárzású országos kereskedelmi rádiós frekvencia tárgyában kiírt pályázatra. Az ORTT 2009. október 28-án hirdetett eredményt. Eszerint az FM1 Konzorcium elnyerte az ún. 2-es számú jogosultságot, amely a Magyarországot nagyobb - mintegy 81 százalékos mértékben - lefedő kereskedelmi rádiós frekvenciát takarja.

Az FM1 Konzorcium által a műsorszolgáltatási jogosultság gyakorlása céljából létrehozott FM1 Kommunikációs és Kulturális Zártkörűen Működő Részvénytársaság 2009. november 4-én az ORTT-vel megkötötte a vonatkozó műsorszolgáltatási szerződést. A NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádióadó 2009. november 19-én megindította adását.

Az ORTT döntését a pályázaton vesztes felek egyike bíróság előtt megtámadta. Az ORTT ellen indított perbe az FM1 Zrt. először az ORTT pernyertessége érdekében beavatkozóként csatlakozott, majd miután a felperes a keresetét az FM1 Zrt-re is kiterjesztette, alperessé vált. A felperes keresete elsősorban és több más kereseti kérelem mellett arra irányult, hogy a bíróság mondja ki az ORTT és az FM1 Zrt. között létrejött műsorszolgáltatási szerződés érvénytelenségének megállapítását.

Az első fokon eljáró Fővárosi Bíróság 2010. január 18-án hozta meg nem jogerős ítéletét, melyben a felperes keresetét legnagyobb részben elutasította és az alperesek, illetve a perben az alperesek pernyertessége érdekében beavatkozóként részt vevő Advenio Zrt. részére mintegy 7 millió forintos elsőfokú perköltséget ítél meg. Az elutasított keresetrészek között szerepelt egyebek mellett az FM1 Zrt. műsorszolgáltatási szerződése érvénytelenségének megállapítása és az eredeti állapot helyreállítása iránti kérelem. A bíróság az alperesek álláspontját elfogadva kimondta azt is, hogy nincs hatásköre az üzleti-pénzügyi tervvel kapcsolatos ORTT döntés felülbírálatára. Az elsőfokú bíróság nem jogerős ítélete a keresetnek annyiban adott helyt, hogy megállapította, hogy az ORTT-nek az országos rádiós műsorszolgáltatási jogosultságokra kiírt pályázati felhívása jogellenesen engedte meg olyan pályázók - így az FM1 Konzorcium - részvételét, akik a tulajdonosi szerkezetük miatt a médiatörvény korlátozó rendelkezésének - befolyásoló részesedés megléte más műsorszolgáltatásban - hatálya alá estek. (A pályázati kiírás szerint egyébként a pályázó műsorszolgáltatási tapasztalatát kizárólag azzal igazolhatta, ha más műsorszolgáltatásban befolyásoló részesedéssel rendelkezett.)

A nem jogerős ítéletnek az FM1 Zrt. (NeoFM) által hasznosított országos rádiós frekvencia birtoklása és működtetése tekintetében nincs közvetlen hatása. A bíróság ítéletében ugyanis azt is kimondta, hogy ebben az eljárásban nem kötelezhető az ORTT az FM1 Zrt. műsorszolgáltatási szerződésének felmondására. Erre egyébként az ORTT-nek a perben képviselt és az FM1 Zrt. által is mindenben osztott álláspontja szerint egyébként sincs jogi lehetőség.

Tekintettel arra, hogy az FM1 Zrt. tulajdonosai által létrehozott konzorcium és az FM1 Zrt. a pályázati eljárás és a műsorszolgáltatási szerződés megkötése során mindig és mindenben a jogszabályi előírásoknak és a pályázati kritériumoknak megfelelően járt el, az FM1 Zrt. az elsőfokú ítéletnek a felperesi keresetnek helyt adó része ellen fellebbezéssel élt. Az ítélet ellen az ORTT is fellebbezett.

2010. január 18-tól 2 évig - a NeoFM részéről további 1 év automatikus hosszabbítási lehetőséggel - a három megszokott műsorvezetővel (Boros Lajos, Bochkor Gábor és Voga János) a NeoFM reggeli műsorsávjában az elmúlt évek leghallgatottabb rádióműsora, a Bumeráng jelentkezik. A reggeli időszáv jelentősége kiemelkedően fontos a rádiós piacon. A Bumeráng az elmúlt években folyamatos piacvezetőként, heti 3-3,5 millió hallgatót szórakoztatott, ami a 14 évesnél idősebb (a hallgatottságmérésbe bevont) lakosság mintegy 40 százalékát jelenti. A reggeli műsor a reklámbevételek tekintetében is meghatározó, hiszen piaci tapasztalatok azt mutatják, hogy az itt elért hallgatószám generálja a hirdetési árbevétel közel 60 százalékát az országos rádiókban, annak ellenére, hogy a műsor csak 4 órát tesz ki a napi 24 órás adásmenetből. A régi-új műsor megindulásán túl a NeoFM ezzel egyidejűleg véglegessé vált teljes műsorstruktúrájának és zenei kínálatának kialakulásával lezárult a NeoFM felállításának és beindításának intenzív szakasza. Egyúttal az EMG országos kereskedelmi rádióval kapcsolatos tevékenységének jellege is megváltozott, ekkortól a NeoFM és az EMG többi

márkájának együttműködésén alapuló üzemeltetési és értékesítési tevékenységre, a „sales house” üzleti modell megvalósítására helyeződött a hangsúly.

A Superbrands Program keretében 2009-ben is odaítélték a legjobb fogyasztói márkáknak járó díjakat. A 14 tagú, független marketing- és kommunikációs szakemberekből álló bizottság döntésének értelmében a korábbi Coolbrands díjazást követően a radiocafé 98.6 2009-ben kiérdemelte a Superbrands minősítést is. Mindez egyértelmű visszaigazolása a 2008-ban végrehajtott megújításnak, amely a rádió programszerkezetét érintette.

Ezzel az EMG második márkája vált Superbranddó, hiszen a Pesti Est hosszú ideje minden évben elnyeri ezt az elismerést.

Az FM1 Zrt. műsorszolgáltatási szerződésének megkötését közvetlenül megelőzően - a pályázati felhívás előírásának megfelelően a pályázat részeként tett nyilatkozat és az ORTT-hez később intézett kérelemre hozott ORTT döntés alapján - a radiocafé Kft. aláírta azt a megállapodást, amely a radiocafé 98.6 műsorszolgáltatási szerződését közös megegyezéssel megszünteti. Amennyiben 2010. május 3-ig a pályázati nyertességgel kialakult összeférhetetlenség - azonos érdekkörnek nem lehet egyszerre befolyásoló részesedése egy országos és egy körzeti rádióban - a Médiatörvénynek megfelelő módon kiküszöbölésre kerül, a radiocafé 98.6 műsorszolgáltatási szerződésének megszüntetése hatályát veszti. Ez a kétoldalú megállapodás megfelel a pályázati felhívás és a Médiatörvény rendelkezéseinek és szellemének, és egyúttal biztosítja a médiapiaci befektetések értékének megőrzését is.



A Sziget Kft. akvizíciója kapcsán (melyet, illetve melynek átalakítását a *Sziget Kft. akvizíció* című alfejezet részletesen bemutat) kiemelés érdemel, hogy 2009. november 6-án megszületett a jogerős ítélet a Sziget Kft-vel szemben a Budapest Főváros IV. kerület Újpest Önkormányzata felperes által birtokháborítás megszüntetése iránt indított perben. A másodfokú bíróság hatályon kívül helyezte az elsőfokú bírósági ítéletét és a pert megszüntette. Ezzel a másodfokon eljáró Fővárosi Bíróság elfogadta a Sziget Kft-nek már a több évig húzódó elsőfokú eljárásban is felhozott és mindvégig következetesen fenntartott eljárásjogi kifogásait és érveit, miáltal a Sziget Kft. az ellene indított peres eljárást (amelyben az Önkormányzat arra irányuló kérelmet terjesztett elő, hogy a Sziget Kft. este 10 és reggel 6 óra között ne tarthasson zenés és egyéb műsoros rendezvényeket az Óbudai-sziget területén) jogerősen megnyerte. (Sajtóértesülések szerint a felperes az ügyben felülvizsgálati kérelmet nyújtott be a Legfelsőbb Bírósághoz.)

A perbeli siker mellett a Sziget Kft. évek óta az engedélyezett határértéket meghaladó zajkibocsátást megakadályozó hangerőszabályozó és hangszigetelő berendezéseket és felszereléseket alkalmaz, a 2009-es Sziget Fesztiváltól kezdve már a szabadtéri színpadokon és sátras koncerthelyszíneken kívül is minden, zenét adó programhelyszínen (pl. vendéglátóhelyek).

A 2009-es Sziget Fesztivál zárásával véget ért a Sziget Kft. nyári fesztiválszervező munkája, őstől a cég a 2010-es rendezvényeket készíti elő. A 2009-es szezon rendezvényei (T-Home Gyerek Sziget, VOLT Fesztivál, Balaton Sound, Félsziget Fesztivál, Zene a Rasszizmus ellen, Sziget Fesztivál) mintegy 400 millió forintos rendezvényszintű (overhead nélküli) eredményt termeltek, ami jól mutatja, hogy a Sziget Kft. üzleti modellje a gazdasági válság körülményei között is működőképes. A Sziget Kft-t jelenleg a VOLT Fesztivál és a Balaton Sound eredményének 50 százaléka illeti meg.

Az üzleti modell szélsőséges üzleti és gazdasági környezetben való működőképessége biztató képet mutat a (normalizálódó) jövőre nézve. 2013-ra, a Sziget Kft. akvizíció zárásának évére megalapozott célkitűzés a 800 millió forint körüli EBITDA elérése. Ekkorra az econet.hu Nyrt. és részvényesei a Sziget Kft. 75 százalékát birtokolják majd, összesen legfeljebb mintegy 5 milliárd forintnyi mindenkor teljesítményfüggő vételár (melyből 1,1 milliárd forint már kifizetésre került) ellenében, melyet csökkent majd a Sziget Kft-től évente kapott osztalék összege. Így a magyarországi piacvezető fesztiválszervező cég felvásárlása - a kapott osztalékok mértékétől függően - 6,5-7,5-szeres EBITDA szorzón történik majd.



2009 elejére befejeződött az indoor reklámeszközök optimalizálási folyamata, így a portfólióban immár egy hatékonyan értékesíthető eszközhálózat áll rendelkezésre. A cégcsoporton belüli hatékonyabb

működés érdekében, az EMG az év végére összevonta a Pesti Est és az országos Est Lapok logisztikai feladatait az indoor eszközök kihelyezésének és karbantartásának feladataival.



2009. november 1-jén megkezdte működését az Est Music, amely az EMG koncertszervezési (booking) üzletága.

Az Est Music a magyar zenei klubélet fellendítése, a koncertfellépések népszerűsítése érdekében jött létre. Célja a magas színvonalú programszervezés támogatása, tehetségek felfedezése és „színpadhoz segítése”, az igényes és minőségi magyar előadók támogatása, továbbá a programszervezők kommunikációjának támogatása az EMG igen széles és ismert médiatermékei segítségével.

Az Est Music által kizárólagos booking-megbízással képviselt zenekarok és művészek a magyar zenei élet több szegmensét fedik le, mindegyikük kiemelkedő minőséget képvisel a saját területén.



Az EMGOnline üzletágának elemei a 2009. évben átlagosan heti 1,5 millió körüli látogatót regisztráltak. Ezzel párhuzamosan a 2008-as szintnél valamivel magasabb bevételeket generáltak. Az üzletág legfontosabb eseményeként mégis a második negyedév elején bejelentett megállapodás ténye értékelhető, amely szerint a második negyedévtől az Est Media Group értékesíti a Facebook bannereit Magyarországon.

A világ legnépszerűbb közösségi oldala, a Facebook egy ideje magyar nyelven is elérhető. Az interaktív, szórakoztató funkciókkal gazdagított hálózat egyre feljebb kerül a magyar internet használók által frekvenciált honlapok rangsorában: eddig több mint 850 ezer hazai felhasználó csatlakozott a több százmilliós nemzetközi közösséghez, és a tábor napról-napra dinamikusan növekszik. Az iwiw jelentős konkurenciát kapott a Facebook személyében. Az EMG portfóliójában a Facebook ezért kiemelt jelentőséggel bír. A Facebook felületei a jelen gazdasági körülmények között minden hirdető számára egyértelműen vonzó megoldást nyújtanak az ár/érték arány szempontjából is. Az értékesítési szerződés keretében az EMG olyan addicionális árbevételt könyvel el, amely a teljes Online üzletág súlyát növeli a médiapiacra.

Az eMusic Kft., amely az econet.hu Média Üzletágán belül üzemel, jogvédett zene- és mozgóképletöltést lehetővé tévő DRM (Digital Rights Management) és kapcsolódó értékesítési alkalmazások fejlesztésével, illetve licenzbeadásával foglalkozik. Ezen tevékenységi kör keretében - egyebek mellett - üzemeltetési és fejlesztési szolgáltatásokat nyújtott piacvezető on-line médiaszolgáltatóknak. Az eMusic Kft. által 2006. november 30-án Songo márkanév alatt indított internetes zeneáruház több mint 40 ezer regisztrált felhasználóval rendelkezik, köszönhetően a több mint 750 ezer zeneszámat elérő zenei kínálatának. A 2008-ban elindult negatív világgazdasági események sajnos kihatottak a zeneáruház működésére is, a forgalom az előző év azonos időszakához képest csökkenő tendenciát mutatott. Ezt a hatást némiképp kompenzálták az év végi ünnepek által generált eladások.

Az EMGOnline „Aktív TV3.0” megnevezésű projektje az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében a vállalati innováció ösztönzése körében 2009 tavaszán kiírt pályázaton 2009. október végén 94.794.750 forint összegű vissza nem térítendő támogatást nyert el. A támogatás igénybevétele a későbbi időpontban megkötendő támogatási szerződés alapján, a projekt két éves időtartama alatt kerülhet sor. Az „Aktív TV3.0” projekt célja egy ügyvezetett Home Theatre PC (HTPC) keretrendszer innovatív továbbfejlesztése és az EMGOnline tartalmi szolgáltatásaihoz való igazítása, ennek keretében pedig a HTPC rendszer és a WEB2.0 alkalmazások integrálása, a felhasználói felület általánosabbá tétele és az alkalmazott hardver hatékonyságának növelése. A HTPC rendszerek egyesítik a web és a TV lehetőségeit, ezzel új piaci lehetőségeket is nyitnak (például webes kattintás alapú mérés a TV-reklám megjelenés esetében, illetve célzott reklám kiszolgálás). A HTPC rendszer lehetővé teszi a nemlineáris és interaktív tévét is. A megvalósítandó fejlesztéssel egy olyan, magyar viszonyok között is elérhető árú és felhasználóbarát termék kívánunk létrehozni, mellyel webes hozzáférés alapon kiváltható a kábel-TV előfizetés, és amelyre a nappaliban lévő összes szórakoztató funkció telepíthető. A termék sikeres létrehozása és bevezetése esetén egy újabb, reklámok rendkívül hatékony, akár személyre szabott elhelyezésére is alkalmas platformhoz jutnánk, amivel kiegészíthetnénk a meglévő média-portfóliónkat. Az ilyen platformon közvetített reklám - célzott jellegénél fogva - magasabb áron volna kínálható a hirdetőknél. Mindezek miatt média fókuszú társaságként is érdemes felvállalni a technológiai

fejlesztéssel járó fokozott kockázatokat, megkísérelve ezzel az adott szűk területen működő reklámszolgáltató vállalkozások közé kerülni.



2009 április végétől szüneteltetésre került az EST.TV Magazin kiadása. A döntés oka az volt, hogy ugyan a magazin a 2008 tavaszi indulás után komoly sikereket ért el a terjesztés optimalizálása és az olvasószám növelése terén, azonban a reklámpiaci tendenciák kedvezőtlen alakulása miatt az investíciós időszak várhatóan nagymértékben elhúzódott volna. Az EST.TV Magazin „reklámfüggősége” - ingyenes kiadványként - igen komoly volt, ugyanakkor a heti 150 ezer példányban nyomtatott kiadvány megjelentetésének szüneteltetése szignifikáns költségmegtakarítást jelent az EMG számára.

Ezzel párhuzamosan a magazin kiadásának szüneteltetése lehetővé tette, hogy a költségmegtakarítás mellett, a már ismert, és a válság ellenére is relatív jól működő médiatermékekre több erőforrást allokáljunk, és a Pesti Est, az Est Lapok, valamint az online portfólió tekintetében már korábban, a szükséges változtatásokra és fejlesztésekre koncentráljunk. Mindezek keretében 2009 júniusától mind kivételében, mind tartalmi elemeiben megújult a Pesti Est és Est Lapok lapcsaládja, melyet hamarosan követ majd a kapcsolódó online portfólió (est.hu és tematikus aloldalai) megújulása is.

A megújítás eredményeképpen a Pesti Est és a hozzá tartozó Est Lapok olvasottsága - hosszú idő után - ismét szignifikáns növekedésnek indult. A lapok együttes olvasottsága az év második felére 400 ezer fő körül stabilizálódott. A megújuláshoz kapcsolódóan az előállítás állandó költségei - mind szerkesztőségi, mind gyártási oldalon - csökkentek.

2009 februárjától Fidelio Est néven jelenik meg a korábbi Fidelio Sűgő, az EMG és a Fidelio Média 65-35 százalékos tulajdonában álló közös prémium kulturális programmagazinja. A lap 2007-ben a korábbi két piacvezető kulturális-művészeti programmagazin, a Pesti Est Sűgő és a Fidelio Magazin összeolvadásával jött létre. A havonta 112-128 színes oldalon megjelenő, országsszerte 50 ezer példányban terjesztett kiadvány 2009-ben is - hasonlóan az elmúlt évekhez - piacvezető pozícióban működött és pozitív üzleti eredménnyel zárt. A 2009-es év eseményei közül említést érdemel az is, hogy a Fidelio Sűgő számos különszámot is megjelentetett. A névváltoztatás célja, hogy a kiadvány még szorosabban integrálódjon az EMGPrint portfólióba.

2009. március 13-án, a Szabad Sajtó Napja alkalmából rendezett ünnepségen a Fővárosi Önkormányzat Csengery Antal-díjjal tüntette ki a Pesti Est programmagazint. A díj azon újságírók és szerkesztőségek munkáját ismeri el, akik a fővárost érintő hírekről hosszú időn át magas színvonalon és hitelesen adtak tájékoztatást a sajtóban.

2009-ben a szokásosnak mondható nyári fesztivál különszámok területén lényeges változás volt, hogy a Sziget Fesztivál idegen nyelvű programfüzeteit a Pesti Est helyett a szintén az EMGPrint portfólióba tartozó Time Out Budapest adta ki. Ezen a téren a 2008 decemberi induláshoz képest komoly sikerként könyvelhető el, hogy a nyári turista szezon során sikerült „break even” szintre hozni a Time Out Budapest magazint, azaz ekkor a lapba akvirált reklámbevételek teljes mértékben fedezték a lapkiadás közvetlen költségeit.

Emellett 2009 decemberében megjelent a Time Out Budapest magyar nyelvű kiadásának próbaszáma is, amely 2010 februárjától szintén havilapként, 15 ezer példányos megjelenéssel üzemel. Már a lap próbaszámának eladásai is bizakodásra adnak okot (több mint 2 ezer eladott áruspéldány), nem véletlenül: egy olyan szegmensben (urbánus kulturális tartalom) jelenik meg a nemzetközi márka, amelyben igen kevés versenytársa van a magyarországi sajtópiacon.

A Time Out Budapestet kiadó D-E-G Kft. és az országos Est Lapokat kiadó franchise partnerünk, az Est Lapok Kft. együttműködésének eredményeképpen 2010 márciusától indul a Time Out Pécs. A kiadvány a Pécs 2010 Európa Kulturális Fővárosa programsorozat kapcsán került létrehozásra és az idei év során 10 alkalommal jelenik majd meg. A fejlesztés az Est Lapok több mint 10 éves helyismeretére, a Time Out brand nemzetközi ismertségére és a külföldi látogatói igények terén meglévő tapasztalataira alapult.

A Média Üzletág eredményei

Az előző év gyakorlatától (összesített adatok bemutatása) eltérően az alábbiakban a Média Üzletág szintjén konszolidált adatokat mutatunk be. Ennek oka az, hogy a tavalyi bázisidőszakként szolgált 2007-es év vonatkozásában (ahol az egyes portfólió elemek különböző időpontokban és ütemben kerültek a Média Üzletágba) még nem álltak rendelkezésre konszolidált adatok.

2. Ábra: A Média Üzletág konszolidációba bevont cégeinek 2008Q1-Q4 (Q1/Q2/Q3/Q4) és 2009Q1-Q4 (Q1/Q2/Q3/Q4) egyedi számviteli nyilvántartásaiból levezetett IFRS szerinti, a Média Üzletág szintjén konszolidált adatsorainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2008Q1-Q4				2009Q1-Q4			
Árbevétel	3 176 145				2 024 702			
Üzemi eredmény	191 969				-516 468			
Értéksökkenés	69 168				104 652			
EBITDA	261 137				-411 816			
Adózott vállalkozási eredmény	50 085				-445 634			
Megnevezés / E Ft	2008Q1	2008Q2	2008Q3	2008Q4	2009Q1	2009Q2	2009Q3	2009Q4
Árbevétel	326 792	722 245	737 201	1 389 907	243 129	583 557	393 195	804 821
Üzemi eredmény	-157 859	85 765	-8 812	272 875	-383 216	-43 927	-27 856	-61 469
Értéksökkenés	14 624	14 960	18 415	21 169	20 702	29 319	27 214	27 417
EBITDA	-143 235	100 725	9 603	294 044	-362 514	-14 608	-642	-34 052
Adózott vállalkozási eredmény	-164 792	28 019	-42 210	229 068	-371 270	-45 461	-47 580	18 677

* a jobb összehasonlíthatóság érdekében a 2008-as adatokat megfeleltettük az econet.hu Nyrt. konszolidált számviteli politikájának az utólagosan adott és kapott pénzügyileg rendezett engedmények elszámolási rendje tekintetében 2008. év végétől érvényesített alkalmazási gyakorlatának

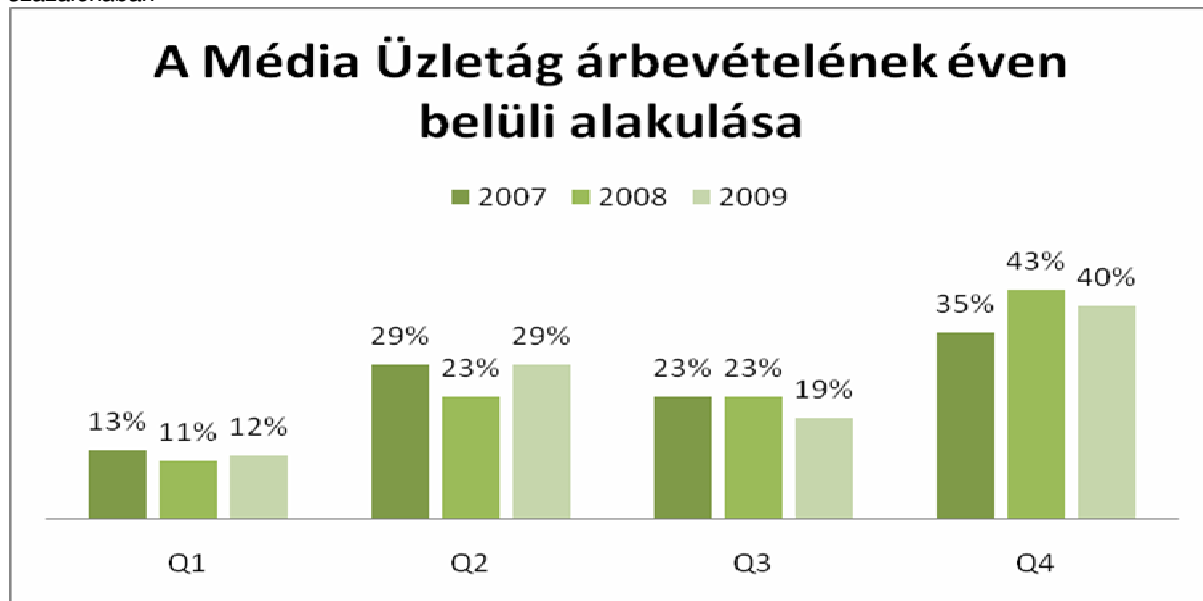
A Q4 a hirdetési piac ciklikussága miatt általában az év legerősebben teljesítő negyedéve. A 2009-es árbevételi adatok alakulása ugyanakkor nem függetleníthette magát a rendkívül rossz makrogazdasági folyamatoktól (GDP 6,3 százalékos csökkenése a 2008-as évihez képest, ami a lakossági fogyasztás visszaesésén keresztül fokozottan sújtja a hirdetési ágazatot). Így összességében a 2009Q1-Q4 árbevételi adat 36 százalékkal kisebb, mint az előző év azonos időszakában, alapvetően a gazdasági válság reklámpiaci hatásai miatt. A reklámköltségek visszaesésének hatása a nemzetközi piacokon is látható, pl. az Axel-Springer konzern 7 európai országban - köztük hazánkban is - jelenlévő Nemzetközi Print Üzletágában 2009-ben szintén 36 százalékos reklámárbevétel csökkenés mutatkozott.

A 2009Q4 árbevételében az újonnan beindult NeoFM mintegy másfél hónapi árbevételi adatai (a kereskedőháza eső bevételrész nélkül) csak 74 millió forintot tesznek ki, a pályázati eljárás kapcsán kialakult átmenetileg bizonytalan piaci helyzetnek betudhatóan (lásd *A Média Üzletág piaci környezete* című alfejezet *A broadcast (rádiós) piac* című pontját). Összehasonlításképpen, a reklámköltségek szempontjából csúcsidőnek számító év végi időszakban (ebben a negyedévben jelentkezik az egész évi árbevétel mintegy 40 százaléka) elért fentiek szerinti árbevétellel szemben a NeoFM a 2010. január 1. és február 15. közötti közel azonos hosszúságú - bár reklámköltési szempontból az év legrosszabb részében (ebben a negyedévben jelentkezik az egész évi árbevétel mintegy 12 százaléka) lévő - időszakában - a kereskedőháza eső bevételrész nélkül - 80 millió forintot meghaladó árbevételt hozott.

A TNS Media Intelligence mérései szerint a teljes magyar hirdetési piac (napilap, folyóirat, indoor, közterület, online, rádió, mozi, kábeltévé, televízió) 2009-ben a GDP visszaesésénél nagyobb mértékben, 7,4 százalékkal csökkent 2008-hoz képest, ezen belül a magazinpiac 20 százalék feletti, a rádiós piac 14 százalékos, az indoor hirdetési piac pedig több mint 40 százalékos visszaesést könyvelhetett el. Az online hirdetési piac 2008-ban még csaknem 50 százalékkal, 2009-ben már csak alig 15 százalékkal tudott nőni. Az egész piac átlagát pedig javította a legnagyobb szeletet képviselő országos televíziós piac, amely csak minimális mértékben esett vissza. Ezek az adatok nem az egyes hirdetési felületek által nyújtott kedvezmények után kialakuló tényleges - a listaáraknál lényegesen alacsonyabb - bevételeken alapulnak, hanem a megjelent hirdetések listaárával számolnak (lásd *A Média Üzletág piaci környezete* című alfejezetet).

Historikusan látszik, hogy a mindig gyenge első negyedéves és lassan javuló-hullámzó év közbeni teljesítmény után a Média Üzletág végső soron az év utolsó hónapjaiban realizálja az árbevétel és a profit legjelentősebb részét.

3. Ábra: A Média Üzletág historikus negyedévenkénti árbevételi adatai az adott év teljes árbevételének százalékában



A 3. Ábra szerinti 2007-08-as tendencia a 2009-es válságévben is jól követhető, azaz a ciklikusság - 2009-ben jelentősen alacsonyabb nominális árbevétel mellett - továbbra is a Média Üzletág jellemzője.

A 2008Q1-Q4-ről 2009Q1-Q4-re az üzemi eredmény, az EBITDA és az adózott eredmény az árbevétel csökkenésénél nagyobb arányban romlott, amihez alapvetően az ugyanilyen tendenciát mutató 2009Q1-es adatok járultak hozzá. Jó hír viszont, hogy 2009Q4-ben az üzemi eredmény, az EBITDA és az adózott eredmény adatok a NeoFM beindításának mintegy 75-85 millió forintos eredményrontó hatásától megtisztítva és a negyedévi árbevétel jelentős csökkenése ellenére is már újra pozitív tartományba kerültek (üzemi eredmény: 24,5 millió forint, EBITDA: 51,5 millió forint, adózott eredmény: 92 millió forint). Ez alapvetően annak tudható be, hogy ekkorra már megmutatkoztak a költségcsökkentő és hatékonyságnövelő intézkedések hatásai.

4. Ábra: A Média Üzletág konszolidációba bevont cégeinek 2009Q1, 2009Q2, 2009Q3 és 2009Q4 egyedi számviteli nyilvántartásaiból levezetett IFRS szerinti, a Média Üzletág szintjén konszolidált adatsorainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1	2009Q2	2009Q3	2009Q4
Árbevétel	243 129	583 557	393 195	804 821
Üzemi eredmény	-383 216	-43 927	-27 856	-61 469
Értékcsökkenés	20 702	29 319	27 214	27 417
EBITDA	-362 514	-14 608	-642	-34 052
Adózott vállalkozási eredmény	-371 270	-45 461	-47 580	18 677

A 4. Ábra a 2009Q1-Q4-es adatok 2009Q1/2009Q2/2009Q3/2009Q4-es megbontását mutatja. Ebből látható, hogy a költségszint (Árbevétel mínusz Üzemi eredmény) a 2009Q1-ben még egyáltalán nem tartott lépést az árbevétel előző évihez képesti csökkenésével. A helyzet év közben fokozatosan javult és a 2009Q4-re a NeoFM beindításának eredményrontó hatása kiszűrésével az árbevétel újra - mintegy 24,5 millió forinttal - meghaladta a költségszintet. Összességében a 2009-es évben - a NeoFM beindítása hatásainak kiszűrésével - az átlagos negyedévi költségszint (598 millió forint) mintegy 150 millió forinttal volt alacsonyabb a 2008-as hasonló adatnál (746 millió forint).

A reklámpiaci körülmények drámai mértékű megváltozása ellenére az EMG a 2009Q4-ben - a NeoFM hatásainak kiszűrésével - kismértékben ugyan, de javította az év korábbi részének eredményeit. Ugyanakkor az adózott eredmény a Sziget Kft. teljesítményének év végi megjelenésével és egy, az EST.TV Magazin szüneteltetése okán történt mintegy 61 milliós leírás ellenére a NeoFM hatásainak kiszűrése nélkül is javult. Az elkövetkező időszakban további költségcsökkentő lépéseket kell végrehajtani és egyébként is szigorú költséggazdálkodással arra kell törekedni, hogy az eredményesség tovább javuljon. Természetesen ennek során figyelemmel kell lenni arra, hogy az eddig kialakított média-portfóliónk későbbi fejlődési és növekedési lehetőségei is fenntarthatóak maradjanak. A korábbi időszakhoz képest a 2010-es év adatait az árbevétel tekintetében milliárdos nagyságrendű növekedésben megtestesülő, az eredményesség tekintetében pedig - figyelemmel arra, hogy

bevezető évről van szó - jelenleg még pontosan nem megbecsülhető módon befolyásolják majd az országos kereskedelmi rádió és kereskedőházának adatai is.

A reklámpiac historikus ciklikussága - amint azt a fenti 3. Ábra is mutatja - válságévben is jelentkezik, így az a 2010-es évre is prognosztizálható, azonban a hirdetői aktivitás és ezen keresztül az időszakról időszakra történő volumen-változás mértéke pontosan nem jelezhető előre. A hirdetői aktivitás változatlansága - a válság realgazdasági elhúzódása - esetére az EMG 2010-es minimum programja az, hogy az éves költségint az éves árbevétel ne haladja meg.

A nemzetgazdaság 2009-es rossz teljesítménye sajnos nem ad okot különösebb pozitív várakozásokra, ugyanakkor az egész évi adatok szerint (Nemzeti Médiaanalízis) a vásárlóerő csökkenésével párhuzamosan a fizetős sajtótermékeknél megfigyelhető csökkenő olvasottság a legfőképpen ingyenes termékekből álló EMG-portfólió mért részében éppen ellenkező hatással, az olvasószám növekedésével járt, ami a felületeinket hirdetői szempontból értékesebbé és ezért hatékonyabban értékesíthetővé teszi. A NeoFM elindulása szintén az EMG egész média-portfóliójának hirdetői szempontból történő felértékelődését eredményezheti.

A kedvezőtlen rövidtávú kilátások ellenére látnunk kell, hogy az EMG média-portfóliója és a médiapiac a válság utáni időszakra és hosszabb távon is értékes lehetőségeket hordoz. Ezek kihasználásában az eddig felépített brandek, tudásbázis és a megszerzett tapasztalatok az EMG-nek kivételes helyzetet biztosíthatnak (pl. NeoFM). Ennek okán az EMG alapvető célja az, hogy a válság után talpon maradók közül kiemelkedve áramvonalas és ütőképesebb médiavállalatként folytathassa piaci növekedését.

A Média Üzletág piaci környezete

A Média Üzletág konszolidációba teljes körűen bevont cégeinek és azok termékeinek legfőbb bevételi forrása a reklámok értékesítéséből és egyéb marketing, illetve szponzorációs tevékenységből ered. A 2008-as év végén jelentős megtorpanás volt érezhető a megváltozott világgazdasági környezet reklámköltségekre gyakorolt hatása miatt, amely a teljes hazai médiapiacra érezte hatását. Mindezen negatív folyamatok a 2009-es évben tovább erősödtek, érezhetően visszavetve a teljes reklám-, és ezáltal a médiapiac teljesítményét.

A teljes reklámpiac listaáras bevételeinek alakulása jól mutatja az ágazatban tapasztalható válsághatásokat: amíg a teljes piac listaáras reklámköltsége 2008-ban több mint 8 százalékkal nőtt az előző évhez képest, addig ugyanez a szám 2009-ben 7,4 százalékos csökkenést mutatott. Ha figyelembe vesszük, hogy a médiainfláció (listaárak változása) meghaladta a 10 százalékot is, akkor jól látszik, hogy valójában ennél komolyabb visszaesésről beszélhetünk.

Mindezek mellett érdemes megemlíteni, hogy a válság egyik érezhető hatása az is, hogy a hirdetők egyre nagyobb kedvezmények mellett szeretnék hirdetési felületeket vásárolni, így könnyűszerrel becsülhető, hogy a teljes, televíziós költséket is tartalmazó reklámpiac visszaesése a 15-25 százalékot, míg a televíziós költsékek nélküli reklámpiac visszaesése a 30-40 százalékot is elérhette a 2009-es évben.

A magazinpiac

A magazinpiac egyértelműen az egyik vesztese a válságnak. Amíg a listaáras bevételek 2008-ban még - a már akkor is szerénynek mondható - 3,6 százalékkal nőttek 2007-hez képest, addig 2009-ben ez a szám már 20 százalék feletti csökkenést mutat. A listaáras bevételek csökkenése kevesebb eladott felületet mutat, és ez indukálja a fent említett alacsonyabb értéken történő értékesítést is.

Az Est piaci részesedése az ingyenes programmagazinok piacán folyamatosan 60 százalék feletti volt, és ezt a pozícióját 2009-ben is megőrizte. Ez a teljes sajtópiacból 5 százalék körüli piaci részesedést jelent (a listaáras bevételi adatok alapján).

Az online piac

Az online a legdinamikusabban fejlődő szegmense a médiapiacnak. Újabb és újabb szereplők indulnak a piacon, erőteljes a szegmentálódás. Ennek köszönhetően azonban a régebbi szereplők bevételeinek növekedése évek óta lassul. Szintén komoly csapást mért rájuk a reklámköltségek szűkülése, 2009-ben a listaáras növekedés visszaesése a ténylegesen realizált árbevétel szintjén valójában már komoly csökkenésbe fordult, mely akár a 18-20 százalékot is elérhette. 2008-ban több mint 50 százalékkal nőtt a listaáras bevétele az online médiának. Ezzel szemben 2009-ben a növekedés alig 15 százalék volt az előző évhez képest, ami történelmi mélypont az online szegmensben. Mivel a mért médiumok köre is dinamikusan bővül, érdemes tehát az új belépők nélkül is megnézni a változásokat, így 11,4 százalékos csökkenés tapasztalható! Az online piacot is elérte tehát a válság, azonban az új belépőkkel együtt (de csak velük) még képes a növekedésre.

Az indoor piac

Az indoor piac listaáras bevételei 2008-ban még közel 60 százalékkal nőttek. Ez a szám azonban 2009-re jelentősen visszaesett, ekkor több mint 40 százalékos csökkenést könyvelt el a szegmens. Ez az óriási mértékű változás a kiesett szereplőknek köszönhető, ha ezek bevételeit nem vesszük figyelembe, akkor a csökkenés mértéke 25 százalék körüli, amely még így is magasnak tekinthető. A drasztikus változás elsődleges oka, hogy a médiatervekből nem ritkán teljesen kimarad az indoor, valamint minden más „ambient média”-ként számon tartott felület.

A broadcast (rádiós) piac

A rádiós piac listaáras bevételei 2008-ban majd 20 százalékkal nőttek az előző évhez képest. A 2009-es év azonban már 14 százalékos csökkenést hozott. Ez a csökkenés azonban csak részben a válság hatása, a hirdető, reklámozók természetesen realizálták a két országos frekvencián végbement változásokat, így sokan szegmensben kívül kerestek megoldást (nem rádiós megjelenésekkel).

A magyarországi rádiós piacot - a közrádió adóit leszámítva - két országos, néhány kvázi országos hálózatba kapcsolódott, több körzeti és sok helyi rádióadó jelenti. A rádiós reklámtorta legnagyobb szeletét a két országos kereskedelmi adó viszi el, a maradékon a többi szereplő osztozik. A NeoFM a korábbi legnagyobb szereplő frekvenciáin kezdte meg működését. Célunk, hogy a NeoFM minél hamarabb elérje és stabilan megtartsa a piacvezető pozíciót.

A két korábbi országos kereskedelmi rádió kiesésével és az új belépőkkel megváltozott rádiós piacon 2010 januárjától a korábbi naplós módszer helyett hibrid adatfelvételi módszerrel történik a hallgatottság mérése. Ezt a mérési módszert a médiavásárló ügynökségeket képviselő Magyar Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége (MAKSZ) is támogatásáról biztosította. A korábbi országos kereskedelmi adók 2009. november 18-i megszűnésétől kezdődött átmeneti időszakban a rádióadók és a MAKSZ tagjai által hivatalos adatszolgáltatásként elfogadott Ipsos-GfK hallgatottsági adatbázisában a két új országos adóra vonatkozólag nem tettek közzé külön adatokat. Ugyanakkor ebben az időszakban több, nem elfogadott módszerrel végzett felmérés eredményei is napvilágot láttak, amelyek a piacnak az országos frekvenciák hátrányára történő átrendeződéséről számoltak be. Ezeket az eredményeket az első ízben 2010 januárjára vonatkozólag közzétett Ipsos-GfK „hivatalos” hallgatottsági mérés csak lényegesen kisebb mértékben igazolta vissza. Fontos megjegyezni azt is, hogy a NeoFM véglegesnek tekinthető műsorstruktúrája csak 2010 januárjának második felétől állt fel, így annak hallgatottságáról első ízben a jelen gyorsjelentés közzétételét követően megjelenő 2010. februári adatok fognak teljesen hiteles képet adni.

Sziget Kft. akvizíció

2008. január 23-án a 2007. november 27-én megkötött üzletrész adásvételi szerződésben meghatározott 1,1 milliárd forintos vételár megfizetésével az EMG megszerezte a Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft. 26 százalékát.

Az EMG 2008. december 18-án kölcsönös szándéknyilatkozatot kötött a Szigerta Kft-vel (a Sziget Kft. eladójával), továbbá Lobenwein Norberttel és Fülöp Zoltánnal, melynek alapján az érintett felek 2009. február 11-én megkötötték azon szerződéseket és megállapodásokat, amelyek a Sziget Kft. megvásárlásáról 2007. november 27-én létrejött üzletrész adásvételi szerződésben szabályozott akvizíciós folyamat egyes feltételeinek módosítását eredményezik.

A módosított ügylet célja, hogy biztosítsa azt, hogy egyfelől a Sziget Kft. az eddigi 50 százalék helyett 100 százalékban legyen a soproni VOLT Fesztivál és a zamárdi Balaton Sound rendezvény tulajdonosa, másfelől pedig a Sziget Kft. EMG általi megvásárlása után is fennmaradjon a menedzsment érdekltsége a cég jövőbeni minél eredményesebb működésében. Ez utóbbi cél úgy valósul meg, hogy az eredeti eladó (a Gerendai Károly és Takács Gábor érdekltségében álló Szigerta Kft.) és a Lobenwein Norbert és Fülöp Zoltán érdekltségében álló Volt Invest Kft. mindösszesen 25 százalék erejéig hosszú távon is a Sziget Kft. tulajdonosai maradnak.

A módosított akvizíciós tranzakció következő lépésére, a Sziget Kft-ben történő 51 százalékot elérő részesedésszerzésre 2009. május 8-ig kerülhetett volna sor, azonban a felek 2009. május 8-án az ügyletre vonatkozó szerződéseket újból módosították.

A módosítás értelmében a 2009. május 8-án esedékes mintegy 1,3 milliárd forintos, illetve 2009. szeptember 30-án esedékes mintegy 150 millió forintos, összesen mintegy 1,45 milliárd forintos készpénzben fizetendő vételárak kamatmentes megfizetésének esedékessége 2010. október 15-re változik.

A Sziget Kft-vel, a VOLT Fesztivállal és a Balaton Sound Fesztivállal szembeni eredményelvárások a 2009-es év tekintetében nem érvényesülnek. A 2009-es eredményelvárásoknak ennek megfelelően 2010-ben, a további évek

eredményelvárásainak pedig egy-egy évvel később kell teljesülniük. Ez összességében azt jelenti, hogy a teljes akvizíciós folyamat az eredetileg tervezetthez képest 1 évvel később, 2013-ban zárulhat majd le.

Figyelemmel arra, hogy a 2009-es évben eredményelvárások nem kerülnek alkalmazásra, a 2009-es év után vételár fizetési kötelezettség sem keletkezik. Az idei évről a fentiek szerint 2010. október 15-re módosult fizetési határidőt követően legkésőbb a 2010-es év eredményelvárásai teljesülésének függvényében 2011 tavaszán kell majd az eladók részére kifizetést teljesíteni.

Az EBITDA elvárások és a fizetési kötelezettségek megváltozott alakulását az alábbi táblázatok mutatják be.

5. (A) Ábra: EBITDA elvárások alakulása

	2009	2010	2011	2012	2013
a 2009. február 11-én módosult akvizíciós folyamat szerinti EBITDA elvárás (Mft-ban)	501,2	597,8-672,8	680-780	780 felett	
a 2009. május 8-án módosult akvizíciós folyamat szerinti EBITDA elvárás (Mft-ban)		501,2	597,8-672,8	680-780	780 felett

A fenti 5. (A) Ábra szerinti adatokból a VOLT Fesztivállal és a Balaton Sound Fesztivállal szembeni 2010-es és 2011-es eredményelvárások (átlagosan évi 324 millió forintos EBITDA) 10 százalékon felüli túlteljesítése esetén ezen fesztiválok eladói a 2009. május 8-i módosítás szerint további - nagyságrendileg nem lényeges összegű - prémium vételárra válhatnak jogosulttá.

5. (B) Ábra: fizetési kötelezettségek alakulása évenként

	2009	2010	2011	2012	2013
a 2009. február 11-én módosult akvizíciós folyamat szerinti fizetési ütemezés (Mft-ban)	1662,25	798,25	398,4	1070,6	0
a 2009. május 8-án módosult akvizíciós folyamat szerinti fizetési ütemezés (Mft-ban)	211	1451,25	798,25	398,4	1070,6

Amint az az 5. (B) Ábrából is látható, 2009-ben 211 millió forint kerül kifizetésre, ez azonban nem pénzbeli teljesítést jelent, hanem - a korábban megállapodottak szerint - a VOLT Fesztivál és Balaton Sound Fesztivál tulajdonosai részére vételár részként átadásra kerülő 1 millió darab, 211 forintos elszámolóárú econet.hu részvényt takarja.

A fentiekben részletezett változtatások értelemszerűen az EMG-nek a Sziget Kft-ben történő részesedés-szerzését is érintik, az alábbiak szerint:

5.(C) Ábra: részesedés-szerzési ütemezés

	2009	2010	2011	2012	2013
a 2009. február 11-én módosult akvizíciós folyamat szerinti részesedés-szerzési ütemezés	51%	63%	69%	75%	75%
a 2009. május 8-án módosult akvizíciós folyamat szerinti részesedés-szerzési ütemezés	26%	51%	63%	69%	75%

Abban a nem várt esetben, ha 2010. október 15-ig nem kerülne kifizetésre az akkor esedékes mintegy 1,45 milliárd forintos vételár, az akvizíciós folyamat megállna, és az eladók az ügylet meghiúsulása miatt kompenzációra válnának jogosulttá. A kompenzáció mértéke nagyságrendileg megegyezne a meg nem fizetett 1,45 milliárd forintos összegnek a korábbi szerződéses rendszerben megállapított mértékű, 2009. május 8. és 2010. október 15. közötti időszakra számított késedelmi kamatával, mely egyébként kifizetés esetén egyáltalán nem lenne érvényesíthető. A kompenzáció legnagyobb részét nem pénzbeli volna, hanem a jelenlegi Sziget Kft. 12,5 százalékos mértékű részesedésének átadásából állna, azaz az akvizíciós folyamat nem várt meghiúsulása esetén az EMG részesedése a Sziget Kft-ben 13,5 százalékra csökkenne.

Az akvizíciós folyamat tehát összességében akként változik, hogy annak teljes lezárása 2012-ről 2013-ra tolódik, a 2009. év pedig mind az eredményelvárások, mind az EMG-t terhelő fizetési kötelezettségek szempontjából figyelmen kívül marad. Ezen felül a 2008-as év alapján járó vételár, illetve a VOLT Fesztivál és a Balaton Sound Fesztivál kezdő vételárának pénzbeli része (összesen mintegy 1,45 milliárd forint) tekintetében a kamatmentes fizetési határidő 2009. május 8-ról és szeptember 30-ról 2010. október 15-re változik.

Azáltal, hogy a 2009-es válságév a tranzakció szempontjából kimarad, azaz sem a teljesítmény-elvárások, sem a fizetési kötelezettségek tekintetében nem számít, továbbá, hogy a 2009-ben esedékes vételár-részeket majd másfél évvel később kell kamatmentesen megfizetni, az econet.hu Nyrt. lényeges potenciális terhektől mentesül. A módosítás lehetővé teszi, hogy a forrásbevonásra kedvezőbb körülmények között és az econet.hu Nyrt. érdekeinek jobban megfelelő, rugalmasabb módon kerülhessen sor, egy viszonylag tág, csaknem egy éves időhatáron belül. Ezzel elkerülhetjük a magas kamatokból és az esetlegesen a Sziget Kft. teljesítményéből nem fedezhető törlesztő részletekből adódó veszélyeket, illetve nem kényszerülünk viszonylagosan alacsony áron történő részvénykibocsátásra vagy kedvezőtlen feltételek melletti közvetlen, az EMG-be történő tőkebevonásra sem.

Fontos kiemelni, hogy mind az EMG, mind az eladók elsőrendű fontosságú célja továbbra is a tranzakció teljes megvalósítása. Ezt a célt szolgálja a 2009. május 8-i módosítás is, amely kölcsönös érdekek mentén olyan feltételeket teremt, hogy a világgazdasági válság ellenére is mindkét oldal minél kedvezőbb körülmények között tudja zárni az ügyletet.

A fentiekben részletezett módosítást követő idei fesztiválszezon biztató fejleményeket hozott, hiszen a rendezvények (T-Home Gyerek Sziget, VOLT Fesztivál, Balaton Sound, Fél-sziget Fesztivál, Zene a Rasszizmus ellen, Sziget Fesztivál) az előzetes kalkulációk szerint összességében 350-400 millió forint körüli eredményt termeltek, ami jól mutatja, hogy a Sziget Kft. üzleti modellje a gazdasági válság körülményei között is működőképes. A fesztiválok 2009-es pozitív mérlege a finanszírozói és tőkebefektetői körök számára is komoly indikációt adhat arra nézve, hogy ez a fajta média- és szórakoztató tevékenység minden egyéb (időjárás, közlekedés, stb.) kockázat ellenére is stabil és megbízható profittermelésre képes. Ezt a folyamatot a gazdasági környezet szempontjából normalizálódó 2010-es, már újból teljesítmény-elvárásokat hordozó év eredményei remélhetőleg tovább erősítik majd, segítve ezzel a kedvező feltételek mellett történő forrásbevonást.

III.2. Anyavállalat

Az *Anyavállalati események és eredmények* című alfejezetben az econet.hu Nyrt. és az irányítása alatt álló, konszolidációs körbe vont nem média jellegű befektetések eseményeiről és eredményeiről adunk tájékoztatást.

Az Anyavállalat eseményei

Az econet.hu Nyrt. - összhangban az új cégcsoport stratégiával - folytatja a cégcsoport strukturális, egypólusú médiavállalattá történő átalakítását. Ennek megfelelően anyavállalati szinten alapvetően média fókuszú vagyonkezelési tevékenység folyik. Ez a Média Üzletág, valamint az econet.hu Nyrt. 2007 előtt szerzett nem média jellegű befektetéseinek tulajdonosi irányítását és ellenőrzését foglalja magában. Itt zajlik a Média Üzletágat érintő stratégiai döntések meghozatala, a cégcsoport központi adminisztrációja és az esetleges akvizíciós tevékenység.

A Vagyonkezelő Üzletág a 2005. évi pályázati eredmények után 2008-ban ismét sikeresen pályázott. A Nemzeti Kutatási és Technológiai Hivatal (NKTH) által kiírt 2008. évi Nemzeti Technológia Program őszi pályázati felhívására a 2. alprogram (Versenyképes ipar) keretei között az econet.hu Nyrt. részvételével benyújtott projektjavaslat a 2008. november 10-én közzétett eredményhirdetés szerint mintegy 412 millió forint összegű vissza nem térítendő támogatást nyert el, melyből az econet.hu Nyrt-re 105 millió forint támogatási összeg esik. A támogatás igénybevétele a projekt mintegy két és fél éves időtartama alatt kerülhet sor. A projekt megvalósítása a jelen gyorsjelentéssel érintett időszakban is folyamatban volt.

A pályázó konzorciumban való részvétel során, illetve a pályázat elnyerésében szerepet játszott a Vagyonkezelő Üzletág elmúlt években felgyülemlett szakmai tapasztalata a grid technológia és a web-fejlesztés területén, továbbá a pályázati projekt megvalósítása során a Média Üzletág által üzemeltetett WEB2-es alkalmazások (pl. www.freeblog.hu, www.freevlog.hu, www.day.hu) felhasználhatósága. A pályázat megvalósítása során létrejövő alkalmazások és megoldások hosszabb távon elősegíthetik majd a Média Üzletág online eszközeinek hatékonyabb kihasználását is.

Az Anyavállalat eredményei

A 2009-es konszolidált eredményekhez az Anyavállalat csökkentő tétellel járult hozzá. Az időszaki adatokat az alábbi 6. Ábrán foglaljuk össze.

6. Ábra: Az Anyavállalat 2008Q1-Q4 (Q1/Q2/Q3/Q4) és 2009Q1-Q4 (Q1/Q2/Q3/Q4) IFRS szerint összesített adatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2008Q1-Q4				2009Q1-Q4			
Árbevétel	143 453				97 318			
Üzemi eredmény	-179 755				-281 515			
Értékcsökkenés	83 932				73 461			
EBITDA	-95 823				-208 054			
Adózott vállalkozási eredmény	-52 231				-254 855			
Megnevezés / E Ft	2008Q1	2008Q2	2008Q3	2008Q4	2009Q1	2009Q2	2009Q3	2009Q4
Árbevétel	27 805	23 006	28 266	64 376	21 580	16 071	18 456	41 211
Üzemi eredmény	-39 397	-58 568	-41 942	-39 848	-41 731	-81 929	-54 265	-103 590
Értékcsökkenés	22 344	22 437	20 015	19 136	18 694	18 866	18 722	17 179
EBITDA	-17 053	-36 131	-21 927	-20 712	-23 037	-63 063	-35 543	-86 411
Adózott vállalkozási eredmény	-38 491	-21 636	-17 981	25 877	-92 219	70 571	-40 259	-192 948

*Az árbevétel soron kimutatott adatokban a cégcsoporton belüli tranzakciók nem kerültek kiszűrésre, mivel ez a konszolidációs technika csak a teljes cégcsoport szintjén került megvalósításra

Az econet.hu Nyrt.-nél realizálódó árbevétel csökkenésének elsődleges oka az, hogy a cégközpont tevékenységében a stratégiának megfelelően a hangsúly a külső megrendelők felé történő szolgáltatásnyújtásról áthelyeződött az econet.hu cégcsoport számára végzett tulajdonosi irányítási és ellenőrzési tevékenységre, illetve az egyéb anyavállalati feladatok ellátására. Ez egyfelől a külső megrendelésekhez kapcsolódó költségek arányos csökkenésével járt, ugyanakkor azonban az intenzívebb tőzsdei jelenlétből, a cégcsoport méretnövekedéséből és ebből következően a megnövekedett irányító-ellenőrző feladatok ellátásából adódó adminisztratív és dologi jellegű költségek fajlagosan megnöttek, amik az üzemi és EBITDA eredmény sorokat terhelték. Ugyancsak itt jelentkeztek a különféle pályázatok megvalósítása során az önerőre fordított költségek. A 2009Q1-Q4 adózott vállalkozási eredményét egyedi tételek is befolyásolták. A gazdasági válság hatásai alól a nem média jellegű befektetések sem tudták kivonni magukat. Így csökkentő tételként jelentkezett az év végi részesedés értékelés során a külön nem értékelt részesedések után a saját tőke/jegyzett tőke arány változása alapján elszámolt - átlagosan 20 százalék körüli - értékvesztés. Ennek a társasági adó szempontjából figyelembe vehető része mintegy 220 millió forint. Eredménynövelő tételként jelentkezett viszont a Társaság 2,1 millió darab saját részvényre vonatkozó, 72,96 forintos átlagáron nyitott határidős pozíción elért mintegy 93 millió forintos nyereség, továbbá 130 millió forint körüli összegben az Externet Nyrt. részesedés - az év folyamán több részletben realizált 520 millió alapösszegű - vételárának a bekerülési árat meghaladó része.

Az Anyavállalat a folyó kiadások szempontjából - a cégcsoportban betöltött szerepénél fogva - elsősorban költséghely. Itt realizálódhatnak továbbá a kezelt vagyon gazdálkodásából, illetve az azzal való rendelkezésből eredő különféle előjelű események pénzügyi hatásai, mint például az árfolyamveszteségek, osztalékok és árfolyamnyereségek realizálása.

III.3. Konszolidált adatok

A 2008Q1-Q4 és 2009Q1-Q4 konszolidált mérlegadataiban a korábbi Telekommunikációs Üzletág adatai nem kerülnek feltüntetésre. Ennek oka, hogy az Externet Nyrt.-ben meglévő részesedés 2009Q2-ben értékesítésre került és emiatt a Társaság számviteli politikája szerint az Externet Nyrt. és leányvállalatai kikerültek a konszolidációs körből. Az időszaki adatok összehasonlíthatósága érdekében a 2008-as bázisidőszaki adatok is ennek figyelembe vételével kerülnek bemutatásra. A 2008Q1-Q4 adatok a Társaság számviteli politikája 2008-as megváltozásának - lásd A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA című Fejezet I. pontját - hatásait nem tükrözik.

7. Ábra: A 2008Q1-Q4 (Q1/Q2/Q3/Q4) és 2009Q1-Q4 (Q1/Q2/Q3/Q4) IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2008Q1-Q4				2009Q1-Q4			
Árbevétel	3 278 668				2 113 760			
Üzemi eredmény	14 550				-786 821			
Értékcsökkenés	144 564				159 771			
EBITDA	159 114				-627 050			
Adózott vállalkozási eredmény	-19 271				-680 794			
Megnevezés / E Ft	2008Q1	2008Q2	2008Q3	2008Q4	2009Q1	2009Q2	2009Q3	2009Q4
Árbevétel	438 143	691 704	703 522	1 445 299	260 110	600 097	409 586	843 967
Üzemi eredmény	-94 716	-20 506	-100 076	229 848	-422 195	-123 073	-79 307	-162 246
Értékcsökkenés	34 899	34 333	32 448	42 884	36 644	45 402	43 122	34 603
EBITDA	-59 817	13 827	-67 628	272 732	-385 551	-77 671	-36 185	-127 643
Adózott vállalkozási eredmény	-95 757	-40 352	-111 910	228 748	-455 967	27 849	-93 582	-159 094

A 2009Q1-Q4 árbevétele mintegy 36 százalékkal alacsonyabb, mint a 2008Q1-Q4-as adat, ami alapvetően a világgazdasági válság célcsoportot érintő, az előző alfejezetekben bemutatott hatásainak tudható be.

A 2008Q1-Q4-ről 2009Q1-Q4-re az üzemi eredmény, az EBITDA és az adózott eredmény az árbevétel csökkenésénél nagyobb arányban romlott, amihez alapvetően az ugyanilyen tendenciát mutató 2009Q1-es adatok, illetve a 2009Q4-ben jelentkezett NeoFM beindítási költségei és az év végi részesedés értékelés során a külön nem értékelt részesedések után elsősorban a saját tőke/jegyzett tőke arány változása alapján elszámolt értékvesztések járultak hozzá. Az adózott eredményt javította ezzel szemben a konszolidációba bevont társaságok elhatárolt veszteségeire jutó várhatóan megtérülő társasági adó, a Társaság saját részvényeire vonatkozó határidős pozícióján keletkezett nyereség, illetve az Externet Nyrt. részesedés értékesítése kapcsán realizált pénzügyi eredmény.

8. Ábra: A 2009Q1, 2009Q2, 2009Q3 és 2009Q4 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1	2009Q2	2009Q3	2009Q4
Árbevétel	260 110	600 097	409 586	843 967
Üzemi eredmény	-422 195	-123 073	-79 307	-162 246
Értékcsökkenés	36 644	45 402	43 122	34 603
EBITDA	-385 551	-77 671	-36 185	-127 643
Adózott vállalkozási eredmény	-455 967	27 849	-93 582	-159 094

A 8. Ábra a 2009Q1-Q4-es adatok 2009Q1/2009Q2/2009Q3/2009Q4-es megbontását mutatja. Ebből látható, hogy a költségszint (Árbevétel mínusz Üzemi eredmény) a 2009-es év első felében még egyáltalán nem tartott lépést az árbevétel előző évihez képesti csökkenésével. A helyzet az év második felében fokozatosan javult és összességében a 2009-es évben - a NeoFM beindítása hatásainak kiszűrésével - az átlagos negyedévi költségszint (687 millió forint) mintegy 130 millió forinttal volt alacsonyabb a 2008-as hasonló adatnál (816 millió forint).

A 2009-es év adataira jelentős hatással van az Externet Nyrt. részesedés értékesítése, melynek folytán az Externet Nyrt. banki terheivel kapcsolatos költségek, illetve az Externet Nyrt. esetleges veszteségei kikerülnek a konszolidációs körből. Ez természetesen az árbevételi adatokra is vonatkozik, így ezen a területen az Externet Nyrt. értékesítése átmeneti visszahúzódot okoz. Ez az átmeneti helyzet a NeoFM és kereskedőházának elindulásával újból árbevétel bővülésbe fordul, a Sziget Kft. 2010-es konszolidációs körbe kerülésével pedig a 2008-as árbevételt lényegesen meghaladó árbevétel lesz elérhető.

Az összességükben kedvezőtlen rövidtávú kilátások ellenére megerősítést adhat az a tény, hogy a Sziget Kft-re vonatkozó módosított ügylettel felszerelt Média Üzletág a legismertebb magyar brandeket birtokló médiavállalkozások egyike, ami 2009. november 19-én a NeoFM-el és kereskedőházával is kiegészült. A jelenlegi válsághelyzetet a Társaság minden valódi és látszólagos veszteség ellenére is előnyére fordíthatja, ha képes lesz arra, hogy áramvonalas és ütőképes médiavállalattá változzon. Ezzel egy üzletmenetében transzparens és könnyen áttekinthető, a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén egyedülként reprezentáló olyan célcsoportként működhetne, ahol az előállított érték mindenki számára hozzáférhető (olvasható, látható, hallgatható, látogatható), az üzleti döntések eredményei könnyen és gyorsan lemérhetőek. Ebből adódóan nem véletlenül népszerű a világ fejlettebb tőkepiacain a médiacégek tőzsdéi jelenléte.

IV. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei

Az éves rendes Közgyűlés 31/2009. (04. 29.) számú határozatával megújította és kismértékben módosította a Közgyűlés 34/2008. (04. 24.) számú határozatát, amely felhatalmazta a Társaság Igazgatóságát saját részvény vásárlására az econet.hu cégcsoportba tartozó gazdasági társaságoknál tervezett opciós részvényvásárlási program fedezetének biztosítása, továbbá a Társaság által tervezett további akvizíciók során vételár megfizetése, illetve a tőkeszerkezet optimalizálása céljából. A módosított szabályokat a közgyűlési határozatok között 2009. április 29-én közzétették.

Az Igazgatóság a fenti felhatalmazás alapján az abban foglalt célokból 2008. október 10. és 2009. február 19. között több részletben mindösszesen 210 darab (2.100.000 darab törzsrészvénynek megfelelő), 2009. márciusi lejáratú határidős vételi kontraktust nyitott, 72,96 forintos részvényenkénti átlagáron, melyeket előbb 2009. március 20-án 52,8 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. júniusi határidőre, 2009. június 18-án 57 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. szeptemberi határidőre, 2009. szeptember 18-án 63 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. decemberi határidőre, majd 2009. december 17-én 126 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. márciusi határidőre görgetett tovább. A tranzakciókra tőzsdei ügyletek keretében, az Equilor Befektetési Zrt. mint befektetési szolgáltató igénybevételével került sor.

A Társaság 2009. július 6-án megtartott rendkívüli közgyűlése elfogadta a *Bevezetés* című fejezetben már említett új cégcsoport stratégiát, amelyet a közgyűlési határozatok között még aznap közzétettünk. Az új stratégiának megfelelően megváltoztatásra került a Társaság cégneve is, a korábbi econet.hu Média, Telekommunikációs és Vagyonkezelő Nyilvánosan Működő Részvénytársaság elnevezés helyébe az econet.hu Média és Vagyonkezelő Nyilvánosan Működő Részvénytársaság elnevezés lépett.

A Társaság részvényei továbbra is a Budapesti Értéktőzsde Részvények „A” kategóriájában forognak, immár hatodik időszakban BUX-kosártagként, a BUMIX-kosárban való folyamatos részvétel mellett. A 2009Q1-Q3 átlagos napi forgalma nem, a 2009Q4 átlagos napi forgalma (az országos rádiós pályázat eredményhirdetését követően) viszont elérte a 100 millió forintot és így a részvény a jogszabályi meghatározás szerint jelenleg likvid értékpapírnak minősül. Az econet.hu részvény a forgalmi adatok alapján a likvid értékpapír besorolástól függetlenül is a BÉT legnagyobb forgási sebességű részvényeinek egyike.

A jelen gyorsjelentés közzétételét megelőzően, de már a beszámolási időszakot követően a Társaság rendkívüli közgyűlést tartott, amely 3/2010. (02. 01.) számú határozatával megújította az Igazgatóság 2009. december 31-én lejárt alaptőke-emelésre vonatkozó felhatalmazását. Az új felhatalmazás 2015. január 31-ig szól, az alaptőke-emelés összege névértéken egyetlen naptári évben sem haladhatja meg a megelőző év december 31-i alaptőke 100 százalékát. A felhatalmazás a korábbi részletszabályok fenntartása mellett az átváltoztatható kötvények kibocsátási szabályait is pontosította.

IV.1. Az Externet Nyrt. részesedés értékesítése

A Társaságnak a korábbi Telekommunikációs Üzletág központjául szolgáló Externet Nyrt-t érintő legjelentősebb időszaki döntése az econet.hu Nyrt. közvetett tulajdonában álló 76,83 százalékos Externet Nyrt. részesedés értékesítésére irányuló szerződés megkötése volt. A szerződéskötéshez az alábbi indokok vezettek.

A világgazdasági válság kedvezőtlen hatásai a 2008-as év végén vártnál jelentősebben érintették az econet.hu Nyrt-t. Az azóta elmélyült válság - ami a magyar gazdaság eleve fennálló strukturális problémái miatt hazánkban valamivel fokozottabban jelentkezik - mind a Média, mind a korábbi Telekommunikációs Üzletágunk területén az egész magyar gazdasághoz hasonló mértékű problémákat okozott annak ellenére, hogy azokat aktív költségcsökkentő és egyéb intézkedésekkel ellensúlyoztuk. A cégcsoportnak fel kellett készülnie arra is, hogy az idei év hátralévő részében az árbevételén felüli finanszírozáshoz juthasson. Ennek külső forrása bankhitel vagy a cégcsoportba történő tőkebefektetés lehet.

A cégcsoport 2007-08-as növekedése egyben a bankhitelek megtízszereződésével is járt (az állomány mintegy 100 millió forintról 1 milliárd forint körüli összegre nőtt). Ez a tény önmagában sem iparágilag, sem általában nem volt eltűzött a cégcsoport árbevételéhez és üzemi eredményéhez képest, azonban a tevékenységek az aktuális banki hitelezési környezetet és gyakorlatot figyelembe véve elérték az ésszerű feltételek mellett történő hitelhez jutási lehetőségek határát. Mindemellett a meglévő banki hitelek kamatfeltételei is egyre kedvezőtlenebbé váltak.

Ebben az időszakban még a jóval fejlettebb tőkepiacokon is megritkultak a részvénykibocsátások és a közvetlen tőkebefektetések száma is jelentősen csökkent, a megvalósult tranzakciók pedig alacsony árazás mellett mentek végbe. Ez a tendencia a magyar piacon sajnos fokozottan jelentkezett, ésszerűen nem volt feltételezhető, hogy a tevékenységeink kapcsán kiugróan egyedi és befektetői szempontból kivételes lehetőséget jelentő momentum nélkül (ilyen lehetett volna pl. a negyedik mobilszolgáltatóban való részvétel) a 2009-es év folyamán pótlólagos tőkét vonhassunk be.

A fentebb vázolt körülmények miatt a cégcsoport belső forrásait kellett erősíteni. A belső források növelésének kézenfekvő módja az árbevétel és az eredményesség növelése lehetett volna, azonban - amint azt *A Média Üzletág eredményei* című alfejezetben is bemutattuk - nem indulhattunk ki abból, hogy az idei év adatai elérjék a 2008-as szintet.

A belső források növelésének másik lehetséges módja egyes befektetéseink értékesítése volt. A korábbi Telekommunikációs Üzletág egyfelől az önálló tőzsdei bevezetéssel és működéssel felkészültebb volt az egyben történő értékesítésre, másfelől itt láttunk fokozottabb finanszírozási kockázatokat (pl. nagyobb banki hitelteher, lassuló piac és élesedő verseny, folyamatos technológiakövetési és egyben beruházási kényszer, szállítói kiszolgáltatottság, új piaci és technológiai folyamatok lassú lekövetése a szabályozási környezet terén), amelyek hatását a világgazdasági válság is tovább erősítheti. Az értékesítésre irányuló döntést erősítette továbbá, hogy az Externet Nyrt. cégmérete nem érte el a tőzsdei bevezetése óta kialakult piaci helyzetnek megfelelő optimális szintet. A bevezetés egyik fő célja az volt, hogy a kis és közepes méretű internetszolgáltatók piacán érdemben részt vehessünk a konszolidációs folyamatban, azonban ennek további feltételei a fentebb általánosságban is bemutatott szűkös tőke- és hitelforrások miatt kevésbé voltak adottak.

Ezzel szemben a médiapiac állandó növekedése (a válságévek kivételével) prognosztizálható volt, mert a piac fejlődése nem függ olyan fogyasztói plafonoktól, mint például a technikai lefedettség és technológiai fejlődés, hanem csak és kizárólag a teljes hirdetési piac volumene hat rá. Ilyen formán tehát, aki - bármilyen platformon - népszerű és/vagy hirdetési szempontból értékes terméket tud előállítani, az sikeres lehet, mindez nem beruházás, hanem szaktudás és piacismeret, illetve az ehhez kapcsolódó intuíció kérdése.

Az ingyenes médiatermékek előretörése jelzi a jövő médiájának irányát. A felhasználó számára ingyen hozzáférhető, színvonalas médiatartalom már évtizedek óta növekvő súllyal bír a médiapiacon (a tv, az internet előfizetési díja a fogyasztó szemszögéből elkülönül a tartalomtól). A Média Üzletágunk (EMG) ingyenes portfóliója előremutató és a válságon túllépve a további fejlődés és siker lehetőségét is hordozza. Az EMG már most is bevezetett és ismert, a véleményvezérek körében kimondottan népszerű brandeket tömörít. Az EMG igen gyorsan képes reagálni egy adott piaci változásra, körülményre, akár lényeges investíció nélkül is (jó példa erre a Facebook megállapodás), ráadásul ezen a piacon - a távközlési területén kialakult, nagy szereplőkkel lefedett piaccal szemben - könnyebben optimalizálható a cégméret a mindenkori piaci részesedés szintjére.

A 2009. május 11-én megkötött részvény adásvételi szerződés az Externet Nyrt-t finanszírozó Commerzbank Zrt. jóváhagyásával 2009. június 9-én lépett hatályba.

A tranzakció az Externet Nyrt. részvényeinek - meglehetősen illikvid piacon kialakult - tőzsdei áránál csak lényegesen alacsonyabb, - az azonnal és feltétel nélkül esedékes vételárreszt figyelembe véve - 520 millió forintot érte meg. Az ár kialakításánál lényeges körülményként jelentkezett, hogy az ügylet tárgyát képező részvények eladásával az econet.hu cégcsoport banki hitelterhei közel kétharmadától, valamint az ezekhez kapcsolódó Externet Nyrt. kapcsán vállalt háttérgaranciái alól is mentesült. Emellett a tranzakciós érték kialakítását nagyban befolyásolták az Externet Nyrt. tőzsdei bevezetése óta eltelt időszakban a távközlési és ezen belül különösen a szélessávú internet szolgáltatói szektorban kialakult nehézségek és megváltozott árazások, a globális pénz- és tőkepiaci helyzet hatásai, valamint - az előzőekben említett hatások által is befolyásoltan - az Externet Nyrt. üzleti és pénzügyi helyzete is.

A vevő a cég menedzsmentjét adó tulajdonosokkal, mint összehangoltan eljáró személyekkel együtt a vonatkozó jogszabályok szerint 2009. június 24-én nyilvános vételi ajánlatot kezdeményezett az Externet Nyrt. további, a piacon lévő mintegy 0,33 százalékos mértékű (21 ezer darab körüli) részvényeire, amelyet a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete 2009. október 19-i határozatával hagyott jóvá.

V. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai

A Társaság tevékenységével, illetve a részvényeibe való befektetéssel kapcsolatos főbb kockázati tényezők: a) a Társaság tevékenységére jellemző kockázatok, b) a részvénybefektetés általános kockázatai, c) az általános politikai kockázatok.

A Társaság tevékenységéhez kapcsolódó kockázatok értékelésekor a Társaság (média fókuszú) vagyonkezelési tevékenységéből kell kiindulni, amiből következően a Társaság befektetéseiként szereplő vállalatok, tehát a Média Üzletág és a nem média jellegű befektetések tevékenységéhez kapcsolódó kockázatokat kell figyelembe venni.

A Média Üzletág kockázatai közül az offline (print, indoor) média tevékenységnél a lakossági fogyasztás esetleges visszaesésének a hirdetési piacra gyakorolt általános hatását, illetve elsősorban a print média területén érezhető reklámpiaci visszaesést kell kiemelnünk. Az online médiapiac tekintetében pedig kockázati tényezőként jelentkezhet, hogy a piac bővülése ellenére a változás nem érinti egyenletesen az összes piaci szereplőt,

növekszik a verseny, illetve az internetes felhasználói szokások. Ennek következtében az ezt kiszolgáló alkalmazások az elmúlt évek során jelentős változáson mentek keresztül, amely természetesen kockázatként jelentkezhet az ebben a szegmensben kialakított üzleti modellek megvalósulása során, így érintheti a Társaság által kialakított online média-portfóliót és az ahhoz kapcsolódó tartalomszolgáltatásokat is. A médiatevékenységhez kapcsolódóan az előbbieken kiemelt általános kockázatokon túl a rádió műsorszolgáltatás eredményessége tekintetében kockázatként jelentkezik egyfelől az erős verseny, illetve a teljes szegmens gyenge reklámpiaci jelenléte, másfelől az esetleges, a médiapiac egyéb szegmensei javára történő, részben technológiai okokra, részben a fogyasztói szokások változására visszavezethető átrendeződések, továbbá a hallgatottság mérésére vonatkozó eljárások esetleges megváltozása is. Az új országos frekvencia kapcsán ki kell emelni a piacra lépés kockázatát; új név alatt induló adóként nem automatikus, hogy a korábban azonos frekvencián sugárzó adó által elért piaci részesedés azonnal elérhető vagy megőrizhető. Ugyancsak kockázatok jelentkezhetnek itt a sugárzott tartalommal kapcsolatos felelősség körében. A rendezvény szervezői tevékenységgel összefüggésben további kockázat adódhat egyebek mellett az esetleges kedvezőtlen időjárásból, közlekedési problémákból, egészségügyi krízishelyzetekből, a fellépők személyében rejlő okokból (betegség miatti lemondás, stb.), illetve jellemzően itt jelentkezhetnek árfolyamkockázatok is. A teljes Média Üzletág kapcsán kockázatként jelentkezhetnek a mindenkori médiaszabályozás olyan elemei, amelyek egyes médiaeszközök tulajdonosának más médiaeszközök tulajdonlására vonatkozó jogosultságát kizárják vagy feltételekhez kötik.

A 2009. november 19-én elindult országos kereskedelmi rádiós tevékenység körében kockázatként jelentkezik, hogy a vonatkozó pályázattal kapcsolatban egy vesztes pályázó pert indított az ORTT és az FM1 Zrt. ellen. A pernek a jelen gyorsjelentés közzétételének időpontja szerinti állását *A Média Üzletág eseményei* című alfejezet *EMGBroadcast* című pontjában részletesen bemutatjuk. Nem kizárt, hogy a pályázattal kapcsolatban további vesztes pályázók is per(ek)e)t indítanak.

A nem média jellegű befektetések tevékenységei közül kiemelendő a grid technológia alkalmazásához kapcsolódó kockázat, mivel az ilyen alkalmazásokkal kapcsolatos gyakorlat különösen Magyarországon, rendkívül ritka, így mint minden újszerű és előremutató technológia bevezetésénél és üzleti célú felhasználásánál jelentős kockázati tényezők állnak fenn.

A fenti rövid összefoglalás mellett ki kell emelni a jelenlegi világgazdasági válságkörnyezetből adódó bizonytalanságokból következő kockázatokat. Annak ellenére, hogy a napról napra formálódó gazdasági folyamatok végső, a Társaságot és piacait érintő hatásai még nem vagy nem teljes körűen ismertek, az egyes tevékenységek piaci környezetével foglalkozó fentebbi részekben röviden vázoljuk az ezzel kapcsolatos elgondolásainkat. Általános érvénnyel kijelenthető azonban, hogy a Társaság - minden más gazdálkodóhoz hasonlóan - jelentősen megváltozott piaci viszonyok közé került. A jelentősen megváltozott piaci viszonyok és körülmények magukban hordozhatják az értékelési szintek - esetlegesen átértékelési kötelezettséggel is járó - elmozdulásait, valamint a finanszírozhatóság és az előre nem számolható veszteségek kockázatát. Ezekon felül a gazdasági helyzet esetleges további romlása esetén fokozódhat a szerződéses partnerek nemfizetési kockázata, amely a megfelelő likviditás fenntartását veszélyeztetheti. A Társaság saját részvényekre vonatkozó határidős ügyletei miatt specifikus kockázatként jelentkezik a világgazdasági válságkörnyezetben az elmúlt időszakban tapasztalt tőkepiaci volatilitás is.

A Társaság tevékenységének legjobb tudomásunk szerint lényeges, az átlagos iparági környezetvédelmi kockázatot meghaladó kockázata nincs. Tevékenységünk során törekszünk a környezetvédelmi felelősségvállalásra; ennek jegyében egyebek mellett print kiadványaink legnagyobb része újrahasznosított papíron kerül kiadásra, a szabadtéri rendezvényeinken pedig a lehetőségekhez képest szelektív hulladékgyűjtést folytatunk.

Az econet.hu Nyrt. tevékenységével kapcsolatos általános és üzletági kockázati tényezőket részletesebben is bemutatta a 2008. április 17-én közzétett törzsrészvények tőzsdei bevezetéséhez készített összevont tájékoztató és hirdetmény, melynek közzétételét a PSZÁF E-III/20.427/2008. számú határozatával 2008. április 15-én engedélyezte.

VI. A Társaság rövid- és középtávú feladatai

Az econet.hu cégcsoportnak az új stratégiának megfelelően kialakított struktúrája leképezi a legfőbb tevékenységi ágazatokat, így az üzleti tevékenység:

- a Média Üzletágban, és
- az Anyavállalatnál (lásd III.2. alfejezet bevezető rész) folyik.

A rövidtávú feladatok körében nem feledkezhetünk meg arról, hogy az elmúlt évtizedekben példa nélküli világgazdasági válságban dolgozunk. A Média Üzletág és az Anyavállalat feladatait mindenkor ennek figyelembe vételével kell felülvizsgálni és elvégezni.

VI.1. Média Üzletág

A Média Üzletág központi cége az EMG, amely valamennyi média-befektetés tulajdonosaként előkészíti a Média Üzletágot érintő stratégiai döntéseket, kialakítja és végrehajtja az Üzletág üzletpolitikáját, továbbá működteti az integrált belső ellenőrzés rendszerét. Az EMG alá tartozó média-portfólió öt szervesen összetartozó és egy, jelenleg függetlenül működő (event) üzletágra tagolódik.

Rövidtávú feladat, hogy a 100 százalékban EMG tulajdonú - illetve az EMG által kötött megállapodás alapján hasznosított - termékekhez kapcsolódó tevékenységek a jelenleginél még kevesebb cégben valósuljanak meg.

Az EMG rövidtávú célja a világgazdasági válság negatív hatásainak kivédése. Közép- és hosszútávú stratégiai célkitűzése az, hogy a jelenlegi portfólióját egy még szélesebb alapokon nyugvó, több médiatípust lefedő, egységes irányítású, minél üzemgazdaságosabb működésű média-portfólióvá fejlessze.

Erre - a meglévő brandekre építve vagy ezeket kiterjesztve, illetve új brandek létrehozásával vagy megszerzésével - három módon nyílhat lehetőség:

- (a) akvizíciók útján,
- (b) saját vagy külső partnerrel közös termékfejlesztéseken keresztül (legutóbbi és fontos példa a saját termékfejlesztésre a NeoFM felállítás),
- (c) reklámértékesítési vagy kiadói képviselő ellátásával (erre a közelmúltban két példa is volt: a TimeOut Budapest megjelentetése, a facebook.com magyarországi reklámértékesítésének ellátása).

Az EMG média-portfóliójának gerincét a fogyasztó számára ingyenes termékek alkotják. Ez a szegmens - bár reklámpiaci kitettsége kétségtelenül nagyobb, mint a „fizetős” médiáé - hosszú távon is életképes és sikeres tud lenni, legyen szó akár elektronikus, akár nyomtatott vagy online médiáról.

Az EMGEvent üzletágában ezzel szemben - a Gyerek Sziget kivételével - a fizetős (jegyáras) modell érvényesül. Ebből adódóan itt állandó célunk az optimális (magas, de az egyes rendezvényeket nem túlterhelő, a szponzorok és egyéb hirdetők számára is értéket képviselő) látogatószám elérése. Ez egyrészt a közérdeklődésre számot tartó, színvonalas programok létrehozásával, másrészt a közösségi élmény feltételeinek megteremtésével lehetséges, ugyanakkor folyamatosan ellensúlyozni kell a jegyvásárlás ellen ható mindenkor változó körülményeket is (pl. 2009-es diákkedvezmény a Sziget Fesztiválra). Közép- és hosszútávon itt is célunk, hogy akár a magyar, akár más piacokon újabb, az előzőekben írtaknak megfelelő rendezvényeket hozunk létre, alapvetően a Sziget Kft-ben felhalmozott tapasztalatra és üzleti kapcsolatrendszerre alapozva.

Az eMusic Kft-vel a Média Üzletág jelen van a digitális szerzői jogkezelő és értékesítő rendszerek piacán, és a nemzetközi szinten is dinamikusan növekvő online zene és video tartalom értékesítés egyik meghatározó szereplőjévé válhat a régióban. Az eMusic Kft. által a www.songo.hu cím alatt működtetett zeneáruház sikerét az is mutatja, hogy befejeződött a zenei portfólió bővítésének első szakasza, amelynek eredményeképpen az összes nagy, nemzetközi zenei kiadó tartalma elérhetővé vált a felhasználók számára. Erre alapozva, a megfelelő pénzügyi, műszaki és jogi háttér megteremtése esetén az eMusic Kft. a Média Üzletág egyéb szereplőivel (elsősorban a NeoFM-mel) hangsúlyos együttműködést alakíthat majd ki.

Az EMG portfóliója - jelenlegi méretében is - mind célcsoportját, mind az előállítás módját tekintve szerves egységben működik. Célunk, hogy ez a rendszer a fentiek szerint egyre növekvő méretben és egyre növekvő mértékben legyen képes a médiatermékek igénybevevőit (olvasók, nézők, hallgatók, látogatók) értékes, érdekes, igényes és hiteles információkkal ellátni és szórakoztatni.

A fentiek megvalósulásával természetesen a média-portfólió hirdetési felületeinek értékesítése is hatékonyabban történhet, hiszen egyrészt a sajtóportfólióban az ingyenesség ténye, az event portfólióban pedig az érdeklődés mértéke lehetővé teszi a magas eléréseket egy-egy célcsoporton belül. Ezáltal a rendszer a magyarországi 15-39 éves fiatalokat egyedülállóan nagy tömegben és mégis jól pozícionálható eléréssel tudja megszólítani. Az EMG termékei így a hirdetők számára is értékes reklámesczközökként szolgálnak, ugyanakkor média- illetve event piaci súlyt is képviselnek.

Az EMG média-portfólió 2009. november 19-én új elemmel bővült. A NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádióadó a fogyasztók potenciális elérését még szélesebbé teszi mind területileg, mind korcsoportok és státusz szempontjából. A rádióadó az ország területének 81 százalékán fogható. Az ezen a frekvencián adó korábbi műsorszolgáltató hallgatótábora milliós nagyságrendű volt és szinte minden kor- és egyéb célcsoportot lefedett. Célunk, hogy a NeoFM minél hamarabb elérje és megtartsa a piacvezető pozíciót, emellett pedig gyorsan és zökkenőmentesen beillesztésre kerüljön az EMG média-portfóliójába és kiaknázásra kerülhessenek a különféle portfólió elemek közötti potenciális kölcsönös előnyök, mind a működés, mind az értékesítés során.

Természetesen egy országos rádió beindítása és működtetése a beruházási időszakban - a bevételek függvényében - a saját erőforrásainkon felüli további forrásbevonást igényelhet. A nyertes pályázatunkban ún. „sales house” vagy kereskedőház üzleti modellt alkalmaztunk, amely szerint a rádió reklámértékesítési és marketing tevékenysége az ahhoz kapcsolódó költségekkel együtt kiszervezésre kerül majd. Ennek megfelelően a rádiós és kapcsolódó tevékenységek már az első teljes évben milliárdos nagyságrendű árbevétele az EMG-ben fog megjelenni, ahová ez a kiszervezés történik. Fontos információ azonban, hogy a pályázat és az annak alapján megkötött műsorszolgáltatási szerződés szerint, ha a rádiós cég és a kereskedőház ún. kapcsolt vállalkozások (azonos érdekkörnek mindkettőben befolyásoló - 25 százaléknál nagyobb - részesedése van), akkor az árbevételük a 2011 júliusától fizetendő árbevétel arányos műsorszolgáltatási díj kiszámítása szempontjából összeadódik (addig a műsorszolgáltatási díj fix összegben került megállapításra). Ennek megfelelően előfordulhat, hogy az akkor vagy addig aktuálisan fennálló helyzet tükrében dönteni kényszerülünk majd, hogy melyik tevékenység végzését kívánjuk befolyásoló részesedéssel végezni. Egy ilyen döntés meghozatala során kiemelkedően és megkerülhetetlenül fontos szempont lenne, hogy bármilyen külső befektetőtárs bevonása esetén az FM1 Zrt. és az általa működtetett NeoFM az EMG média-portfóliójával mindenkor szerves, egymást erősítő tartalmi, illetve értékesítési egységben oly módon működhessen, hogy a teljes árbevétel és a kereskedőházi tevékenység eredménye a kizárólagos tulajdonunkban álló EMG-nél mint kereskedőháznál jelentkezzen. Az FM1 Zrt-ben a cég sikeres működésére közvetlen kihatással bíró menedzsment is kisebb ösztönző részesedést szerezhet majd, a későbbiekben megállapítandó mértékben és feltételekkel.

A Sziget Kft. akvizíciós folyamatának 2009. május 8-i módosítása a jelen fejezet bevezetőjében említett körülmények fényében alapvetően azt a célt szolgálja, hogy az EMG egy számára kedvezőbb időpontban és körülmények között zárhassa a Sziget Kft. akvizíciót. Azáltal, hogy 2009 tavaszán a cég mentesült egy, a méretéhez képest jelentős, majd másfél milliárd forintos azonnali forrásbevonási szükséglet alól, lehetővé vált, hogy az EMG - és ezen keresztül az econet.hu Nyrt. - egy áramvonalas és ütőképes mediavállalkozássá váljék. Ez a vállalkozás képes lehet majd egyrészt arra, hogy a válságidőszak után a meglévő tevékenységeit különösebb további investíció nélkül attraktív eredményesség mellett folytassa. Másrészt - az elkövetkező csaknem háromnegyed év során a lehető legkedvezőbb forrásbevonás mellett - képes lehet arra is, hogy a Sziget Kft. akvizíció folytatásával meghatározó szereplő legyen a hazai - és a Sziget Fesztivál révén - fontos szereplő legyen az európai fesztiválszervezési és event marketing piacon.

A Sziget akvizíció folytatásához és a portfólió növelését célzó tervek megvalósításához komoly támogatást adhat az anyavállalati háttér, amely a tőkepiaci jelenléttel az akvizíciós lehetőségek területén már az elmúlt években is jelentős hozzáadott értéket teremtett. A NeoFM-el felvértezett EMG már most is a hazai médiapiac egyik legnagyobb szereplője, célunk, hogy hosszú távon megőrizzük és megerősítsük ezt a pozíciót.

VI.2. Anyavállalat

Az új cégcsoport stratégia szerint az Anyavállalat nem média jellegű befektetéseiben esetében kiemelt feladat, hogy az azokkal kapcsolatos költségek és egyéb erőforrás-igények minél előbb megszűnjenek, lehetőséget teremtve ezzel arra, hogy az econet.hu Nyrt. tevékenysége is a Média Üzletágra összpontosulhasson. Ez a cél az ilyen jellegű befektetések értékesítésével, kiszervezésével vagy külső befektető partnerrel történő közös kezeléssel is megvalósítható. Eladás esetén előnyként jelentkezhet, hogy a befolyó bevételek erősítenék a Média Üzletág működését, ugyanakkor valószínűsíthető, hogy a jelenlegi gazdasági válságkörnyezetben akár a 2009-es év végi értékelés során kialakult könyvi értékeknél kedvezőtlenebb értékeltségi szinteken történő azonnali értékesítésekre kerülhetne csak sor. Tekintve azonban, hogy összességében fontosabb szempont a stabil likviditás, mint a nem média jellegű befektetések megőrzése, ezek felvállalhatóak, ha üzemi szintű költség- és egyéb erőforrás megtakarítást jelentenek. Mindezek érdekében fel kell gyorsítani a nem média jellegű befektetések értékesítését vagy egyéb hasznosítását. Emellett az egyes befektetések értékesítéséig vagy egyéb hasznosításáig is feladatként jelentkezik a költségek csökkentése.

VII. A Társaság főbb célkitűzései

A Társaság alapvető hosszútávú célja a részvényesi érték maximalizálása. Ez a cél a jelenlegi világgazdasági válság körülményei között alapvetően a részvényesi érték megőrzésén és a jövőbeni érték növelés lehetőségének megteremtésén keresztül érhető el. Ennek aktuális eszköze még az econet.hu Nyrt-hez hasonló növekedésorientált vállalatoknál is a konzervatív üzletpolitika. Ennek megfelelően a növekedésorientált működés a jelen helyzetben azt jelenti, hogy a cégcsoportot átmeneti visszahúzódnak mellett arra kell felkészíteni, hogy a válság elmúltát követő időszakban újra intenzív növekedési pályára állhasson. A visszahúzódnak természetesen nem jelenti a médiaszektorra, illetve a tőkepiaci körülmények között működő cégekre jellemző innovatív és intuitív szellemi munka elhagyását, hiszen ezek nagyban hozzájárultak például a rádiós és egyéb pályázataink vagy a Pesti Est megújításának sikeréhez.

A fenti, általános érvényű célkitűzések megvalósítása a jelenlegi, az elmúlt évtizedekben nem tapasztalt mélységű és hatású gazdasági válságkörnyezet körülményei között más eszköztárat igényelnek. A hosszú távú árbevétel, fedezet és nyereséesség növelése bizonyos esetekben és területeken akár rendhagyó lépésekkel is

járhat. Mindemellett a válság az egyes üzletágbeli piacokon jövőbemutató lehetőségeket is kínálhat, azonban elképzelhető, hogy ezek kihasználása csak más üzletágbeli piacok súlyának csökkentésével vagy az azokról való kivonulással lenne lehetséges.

A Társaság tevékenysége során a belső erőforrások maximális kihasználására, a válságot követő időszakra pedig az árbevétel, a fedezet és ezen keresztül a nyereségességnek először a válság előtti szintre, majd magasabbra növelésére törekszik. Emellett kiemelt cél a Média Üzletágban létrehozott vagy a jövőben létrehozandó, jellemzően immateriális javak (pl. szoftverek, kiadványokhoz kapcsolódó jogok, know-how-k, stb.) értékének megőrzése és növelése is, ami a Társaság cégértékében és a részvényesi értékben is közvetlenül megmutatkozik.

A fentieknek megfelelően a legismertebb, saját szegmensükben a piacvezetők közé tartozó magyar média brandek sokaságát birtokló econet.hu Nyrt. legfontosabb stratégiai célja az, hogy ezt a pozíciót megőrizze és megerősítse. Cél továbbá, hogy az econet.hu Nyrt. - amely a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén jelenleg egyedüliként reprezentáló cégcsoport -, üzletmenetében könnyen áttekinthetően működjön, ahol az előállított érték mindenki számára hozzáférhető (olvasható, látható, hallgatható, látogatható), az üzleti döntések eredményei lemérhetőek.

A piaci pozícióink megtartása és növelése „csak” intuíción és innováción már nem épülhet, mihamarabb - persze a mindenkori tőkepiaci helyzettől nem függetlenül - ismét képessé kell válnunk a tőkebevonásra. Erre akár a Társaság, akár a leányvállalatok szintjén sor kerülhet, a megfelelő piaci instrumentumok (részvény-, vállalati kötvény vagy átváltoztatható kötvény kibocsátása, stb.) nyújtotta lehetőségek minél optimálisabb kihasználásával.

Az econet.hu Nyrt. legtöbb médiabrandje mögött magyar sikertörténetek állnak, célunk, hogy a stratégiánk megvalósításával ezekre alapozva egy olyan újabb sikertörténetet hozunk létre, melyben a tőzsdén keresztül bárki részt vehet, azt magáénak érezheti.

A Társaság a 2010. évre tervszámokat nem tesz közzé, figyelemmel arra, hogy a gazdasági válságkörnyezetből adódó rendkívüli piaci bizonytalanság miatt a múltbéli adatokon alapuló becslésen túlmutató megalapozottságú tervek nem készülhettek, válságévre pedig becsült adatok közzétele a Társaság álláspontja szerint nem volna felelős magatartás.

A Társaság az elmúlt években megtett lépéseken kívül is a minél transzparensabb működésre törekszik, részben a befektetői kapcsolattartás fejlesztésével (pl. „üzemlátogatás” a Szigeten), részben a kötelezően közzéteendő információk körén túlmutató intenzív kommunikációs tevékenységgel.

Annak érdekében, hogy a növekvő árbevétel az eredményesség további növekedésével is járjon, a 2008. április 24-i Közgyűlésen elfogadásra került a Telekommunikációs Üzletág kivételével a leányvállalatokra is kiterjedő 5 éves menedzsment-ösztönző rendszer. Az ösztönző rendszer célja és alapja szintén a részvényesi érték növelése, a juttatások az árbevételi-, eredmény- és részvényárfolyam-célok elérésétől függenek.

A Társaság célkitűzéseinek elérését az is segíti, hogy a menedzsmentet a tágabb szakmai nyilvánosság körében is elismert személyek adják. A **MARKETING & MEDIA** (a Sanoma Budapest Kiadói Zrt. által megjelentetett szakmai folyóirat) 2009. május 26-án megjelent száma közzétette a magyar médiaipar 50 legbefolyásosabb emberének listáját, melyen szerepel Gerendai Károly úr, a Sziget Kft. ügyvezetője és Kádár Tamás úr, az EMG ügyvezetője és a Magyar Reklámszövetség elnökségi tagja, mindketten az econet.hu Nyrt. igazgatóságának tagjai is egyben. Gerendai Károly úr ezen felül 2008-ban megkapta az Ernst & Young rangos „az Év Üzletembere” díját is.

A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA

I. MÉRLEG

Felhívjuk a figyelmet, hogy a jelen gyorsjelentésben közzétett mérleg és eredménykimutatásban a korábbi Telekommunikációs Üzletág adatai nem kerülnek feltüntetésre. Ennek oka, hogy az Externet Nyrt.-ben meglévő részesedés 2009. második negyedévében értékesítésre került és emiatt a Társaság számviteli politikája szerint az Externet Nyrt. és leányvállalatai kikerültek a konszolidációs körből. Az időszaki adatok összehasonlíthatósága érdekében a 2008-as bázisidőszaki adatok is ennek figyelembe vételével (a Telekommunikációs Üzletág adatai nélkül) kerülnek bemutatásra, azonban maga az Externet Nyrt. részesedés értéke a megfelelő sorokon szerepel.

A mérlegfőösszeg közel megegyezik a bázisidőszakkal. Eszköz oldalon a forgóeszközök 17 százalékkal, az ingatlanok, ingók a termelésben pedig 115 százalékkal nőttek, a hosszú távú befektetések 18 százalékkal, az immateriális javak pedig 6 százalékkal csökkentek. Forrás oldalon a rövid lejáratú kötelezettségek 38 százalékkal nőttek, a hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek 52 százalékkal, a saját tőke pedig 11 százalékkal csökkent.

A konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok 2009. december 31-én: az econet.hu Nyrt., a GridLogic Kft., Betagrid Kft, Gridtech Kft., econet Invest Kft., Magyar Vendor Kft., EST Media Group Kft., EMERGING MEDIA GROUP Kft., Pesti Est Kft., Fénypont Kft., O-Zone Kft. radiocafé Kft., Tele EST Kft, valamint újonnan került bevonásra az FM1 Zrt. alakulásának napjával, míg a D-E-G Lapkiadó Kft. és a Fidelio EST Kft. 2009. december 31-i fordulónappal. Egy évvel korábban az említetteken túl a konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok voltak még az azóta értékesítésre került Externet Nyrt. és leányvállalatai, az ULTRAWEB Kft. és a VIVANET Kft. is. A többi, tartós befektetésként nyilvántartott társaság mérlegfőösszegét, saját tőkéjét, illetve árbevételét tekintve a konszolidációs szempontból „nem jelentős” kategóriába került. Ezek az Artigo Kft., EST INDOOR Kft., eMusic Kft., Est Pont Kft., PRO FUTURE Kft, Sziget.hu Zrt. (mely utóbbi két Társaság 2009. május 5-én a Magyar Vendor Kft-be történt beolvadással megszűnt) és a SANORG Kft. (amelynek tevékenysége a 2007. augusztusi akvizíciót követően az O-Zone Kft-be és a Pesti Est Kft-be integrálódott be).

Felhívjuk a figyelmet, hogy a 2008. évtől alkalmazandóan megváltozott a Társaság számviteli politikája az IAS 18 körében a bevételek, ezen belül az utólagosan adott és kapott pénzügyileg rendezett engedmények elszámolási rendje tekintetében. A változás lényege, hogy a korábbi években az Egyéb ráfordítások és veszteségek soron kimutatott ilyen adott engedmények nem kerülnek ezen a soron figyelembevételre, továbbá ezzel összhangban az ezeknek megfelelő összeggel az Értékesítés nettó árbevétele sor csökkentésre kerül. A korábbi években az Egyéb bevételek soron kimutatott ilyen kapott engedmények nem kerülnek ezen a soron figyelembevételre, továbbá ezzel összhangban az ezeknek megfelelő összeggel az Egyéb ráfordítások és veszteségek sor csökkentésre kerül. Mindezek nem érintik az Adózás előtti eredmény és az Adózott vállalkozási eredmény sorokat, eredményhatás hiányában pusztán az Üzleti tevékenység eredménye sor összegét befolyásolják, figyelemmel a média ágazat nemzetközileg kialakult gyakorlatára is.

Az itt említett változás alkalmazása a 2008. év végére - szemben az év közben közzétett gyorsjelentések gyakorlatával - olyan módon rögzült, hogy az érintett tételek - függően attól, hogy adott vagy kapott engedményről van szó - csak a pénzügyi rendezéskor kerülnek az Értékesítés nettó árbevétele vagy az Egyéb ráfordítások és veszteségek sorokon elszámolásra. Amennyiben valamely érintett engedmény pénzügyi elszámolására nem az adott üzleti éven belül kerül sor, úgy annak egyenlegében nulla összegű eredményhatása az engedmény felmerülése és a pénzügyi elszámolása üzleti évében ellenkező előjellel jelentkezik.

A mérleg és eredménykimutatás időszaki változásának bemutatására hivatott százalékos mutatószám a bázis időszaktól a tárgyidőszakig terjedő változást mutatja a bázis időszak százalékában.

1. ESZKÖZÖK

econet.hu Nyrt.				
KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)				
Ssz.	Megnevezés / E Ft	2008.12.31	2009.12.31	változás %
1 A	Forgóeszközök	2 454 830	2 869 287	17%
2 I.	Pénzeszközök	174 732	158 190	-9%
3 1.	Szabad rendelkezésű pénzeszközök	174 732	158 190	-9%
4 2.	Elkülönített pénzeszközök			
5 3.	Azonnal pénzé tehető, likvid értékpapírok			
6 II.	Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok	696 952	611 710	-12%
7 1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok			
8 2.	Eladásra szánt hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok	696 952	611 710	-12%
9 3.	Egyéb céllal tartott hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok			
10 III.	Követelések	1 582 645	2 099 227	33%
11 1.	Vevőkövetelések	672 386	912 327	36%
12 2.	Váltókövetelések			
13 3.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése	473 318	385 860	-18%
14 4.	Termékre és szolgáltatásra adott előlegek	1 732	63 249	3552%
15 5.	Letétek, óvadékok			
16 6.	Egyéb követelések	382 754	421 080	10%
17 7.	Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege	52 455	316 711	504%
18 8.	Folyamatban lévő kivitelezések ráfordításainak és bevételeinek pozitív egyenlege			
19 IV.	Készletek	501	160	-68%
20 1.	Késztermékek			
21 2.	Befejezetlen és félkész termékek			
22 3.	Növendék-, hízó- és egyéb állatok			
23 4.	Alap, segéd és üzemanyagok			
24 5.	Kereskedelmi áruk	501	160	-68%
25 V.	Halasztott ráfordítások			
26 B	Hosszú távú befektetések	1 746 479	1 423 941	-18%
27 I.	Értékpapírbefektetések	1 724 759	1 416 671	-18%
28 1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok			
29 2.	Egyéb céllal tartott hitel- és 20% alatti tulajdon viszonyt megtestesítő értékpapírok			
30 3.	Konszolidációba bevont vállalkozásokkal kapcsolatos befektetések	1 115 547	1 148 047	3%
31 4.	Befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsolt vállalkozásokba	609 212	268 624	-56%
32 II.	Befektetési alapokba történő befektetések			
33 III.	Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök	21 720	7 270	-67%
34 IV.	Hátrasorolt követelések			
35 V.	Tárgyi eszköz befektetések			
36 C	Ingatlanok, ingók a termelésben	79 894	171 960	115%
37 I.	Ingatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok	19 511	16 823	-14%
38 II.	Gépek, berendezések, járművek	56 486	81 624	45%
39 III.	Nagyértékű szerszámok			
40 IV.	Lízingelt eszközök	3 897	2 817	-28%
41 V.	Biológiai eszközök, természeti erőforrások			
42 VI.	Folyamatban lévő beruházások, felújítások		70 696	
43 D	Immateriális javak	4 037 411	3 789 252	-6%
44 I.	Kísérleti fejlesztés értéke			
45 II.	Vagyoni értékű és egyéb használati jogok (ingatlanhoz nem kapcsolódó jogok)	38 050	45 122	19%
46 III.	Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek	1 208 218	1 191 676	-1%
47 IV.	Üzleti vagy cégérték	2 791 143	2 552 454	-9%
48	Eszközök összesen	8 318 614	8 254 440	-1%

1.1. A **forgóeszközök** állománya mintegy 415 millió forinttal nőtt, melynek értékét több tényező az alábbiak szerint befolyásolta.

1.1.1. A **pénzeszközök** állománya a fordulónapon mintegy 158 millió forintot tett ki, mely 9 százalékos csökkenés a bázis időszakhoz képest.

1.1.2. A **rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok** összetétele nem változott, míg értéke 12 százalékkal csökkent az év végi részesedés értékelés során a részesedésekre elszámolt értékvesztések miatt.

1.1.3. A **követelések** mintegy 33 százalékos növekedése a **vevőkövetelések**, a **termékre és szolgáltatásra adott előlegek**, az **egyéb követelések** és a **halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege** állományának jelentős bővülésének tudható be, melyet valamelyest ellentételezett a **részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelései** értékének a csökkenése.

1.1.3.1. A vevőkövetelések 36 százalékkal nőttek.

1.1.3.2. A **részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelései** 18 százalékkal csökkentek. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni kötelezettségei.

1.1.3.3. A **termékekre és szolgáltatásokra adott előlegek** sor összege 61 millió forinttal nőtt.

1.1.3.4. Az **egyéb követelések** 10 százalékkal növekedtek. Ezen a soron került kimutatásra a konszolidációs körbe tartozó társaságok adó- és egyéb követelései, továbbá a cégcsoportnál nyújtott dolgozói kölcsönök és azok kamatai is.

1.1.3.5. A **halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege** állománya 504 százalékkal nőtt, ami a konszolidációba bevont társaságok elhatárolt veszteségeire jutó várhatóan megtérülő társasági adót tartalmazza.

1.1.4. A **Készletek** állománya 68 százalékkal csökkent.

1.2. A **hosszú távú befektetések** volumene 18 százalékkal csökkent.

1.2.1. Az **értékpapírbefektetések** közül a **konszolidációba bevont vállalkozásokkal kapcsolatos befektetések** soron lett kimutatva a 2008. év végével először equity módszerrel (nem teljes körű bevonás) konszolidált Sziget Kft. 26 százalékos részesedésének értéke. Ezen sor bázis adatát mintegy 15 millió forinttal felfelé korrigáltuk, mivel a Sziget Kft. saját tőke változásából ránk jutó rész a tavalyi évben a konszolidált számok helyett a közvetlen tulajdonos EST Media Group Kft. egyedi számai között került kimutatásra (lásd az 1.1.3.2. pont). A **befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsolt vállalkozásokba** sor értékének csökkenését egyes leányvállalatoknak a Magyar Vendor Kft-be történt beolvadása, az év végi részesedés értékelés során a részesedésekre elszámolt értékvesztések, valamint a 2009. december 31-i fordulónappal első alkalommal a konszolidációba bekerült leányvállalatoknak a korábban ezen a soron kimutatott könyv szerinti értékének a kivezetése okozta. A bázisidőszaki adatban ezen felül - a 2009-es értékesítés miatt - megjelenik az Externet Nyrt. könyvi értékének egy része is.

1.2.2. A **hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök** legnagyobb részét a cégcsoport társaságainak székhelyeiül szolgáló ingatlanok bérleti szerződéseikhez kapcsolódó - az időközbeni szerződés hosszabbításakor alacsonyabb összegben megállapított - kauciók adják ki.

1.3. Az **ingatlanok, ingók a termelésben** volumene 115 százalékkal nőtt. Az **ingatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok**, valamint a **lízingelt eszközök** értéke volumenében nem jelentős mértékben csökkent, amit bőven ellensúlyozott a **gépek, berendezések, járművek** soron időközben aktivált eszközök, valamint a **folyamatban lévő beruházások, felújítások** értéke. Utóbbi növekedését az újonnan indított országos kereskedelmi rádió stúdiójának a fordulónapon még folyamatban lévő beruházása generálta.

1.4. Az **immateriális javak** értéke a bázisidőszakhoz képest kis mértékben, azonban a 2009. I. negyedévhez képest az Externet-csoport konszolidációs körből való kikerülése miatt mintegy 1,6 milliárd forinttal csökkent, elsősorban a **vagyoni értékű és egyéb használati jogok** és az **üzleti vagy cégérték** sorokon. A **vagyoni értékű és egyéb használati jogok** a bázisidőszakhoz képest 19 százalékkal bővültek. A **vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek** értéke 1 százalékkal, míg az **üzleti vagy cégérték** 9 százalékkal csökkent. Az **üzleti vagy cégérték** soron kerültek kimutatásra az EST Media Group Kft-nél és leányvállalatainál - a hasonló, relatíve alacsony induló befektetéssel magas piaci értéket eredményező tevékenységű média cégek esetében szokásos módon - a saját tőkájükön felül kimutatott nyilvántartási értékek is.

2. FORRÁSOK

econet.hu Nyrt.					
KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2008.12.31	2009.12.31	változás %
49	E	Rövid lejáratú kötelezettségek	1 758 236	2 427 320	38%
50	1.	Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból	485 973	935 118	92%
51	2.	Váltótartozások			
52	3.	Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök	417 329	759 344	82%
53	4.	Kapott előlegek, előrefizetések	107 585	291 346	171%
54	5.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei	356 023	36 028	-90%
55	6.	Halasztott bevételek	117 426	87 430	-26%
56	7.	Halasztott adótartozások			
57	8.	Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek	273 900	318 054	16%
58	F	Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek	66 792	31 958	-52%
59	1.	Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök		19 953	
60	2.	Tartozások kötvénykibocsátásból, átváltoztatható kötvények			
61	3.	Lízingtartozások	646	2 022	213%
62	4.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei	18 953		-100%
63	5.	Egyéb hosszú lejáratú kötelezettségek	1 727		-100%
64	6.	Hátrasorolt kötelezettségek			
65	7.	Várható jövőbeni kötelezettségek	45 466	9 983	-78%
66	G	Saját tőke	6 493 586	5 795 162	-11%
67	I.	Jegyzett tőke	4 950 000	4 950 000	
68	II.	(-) Visszavásárolt részesedések könyv szerinti értéke			
69	III.	A részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon	2 443 086	2 443 086	
70	IV.	Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény	-975 835	-1 617 185	-66%
71	V.	Piaci értékelési különbözetek			
72	VI.	Külső tulajdonosok részesedése	76 335	19 261	-75%
73		Források összesen	8 318 614	8 254 440	-1%

2.1. A rövid lejáratú kötelezettségek 38 százalékkal nőttek, összetételük megváltozott.

2.1.1. A kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból állománya 92 százalékkal nőtt.

2.1.2. A rövid lejáratú hitelek és kölcsönök értéke 82 százalékkal nőtt. Az állomány egyrészt a Média Üzletághoz tartozó konszolidációs körbe bevont társaságok által igénybe vett bankhiteleket, másrészt a portfólióban lévő cégek által felvett egyéb rövid lejáratú kölcsönöket foglalja magában.

2.1.3. A kapott előlegek, előrefizetések állománya 171 százalékkal nőtt, az itt megjelenő összeg a 2010-es évben fog árbevételben realizálódni.

2.1.4. A részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei mintegy 320 millió forinttal csökkentek, főként a bázisidőszakban itt kimutatott, az Externet Nyrt. felé fennálló kötelezettségek rendezése miatt. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni rövid lejáratú követeléseik.

2.1.5. A halasztott bevételek soron pályázati elszámoláshoz kapcsolódó illetve egyéb, későbbi években elszámolható bevételek tételei kerültek kimutatásra.

2.1.6. A rövid lejáratú egyéb kötelezettségek állománya 16 százalékkal nőtt.

2.2. A hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek állománya 52 százalékkal csökkent.

2.2.1. A hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök soron főként a Fénypont Kft. külső tulajdonosa által a társaság számára korábban biztosított hosszú lejáratú kölcsön került kimutatásra, ami korábban a részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei között került kimutatásra.

2.2.2. A lízingtartozások volumene mintegy 1 millió forinttal nőtt. Csökkenést idézett elő a lízingtartozások 2010-ben esedékes törlesztő részlete, amit ellensúlyozott az újonnan bevont Fidelio EST Kft-ben fennálló lízingtartozás.

2.2.3. A részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei csökkenését a már fentebb említett, a hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök sorra történő átsorolás okozta.

2.2.4 Az egyéb hosszú lejáratú kötelezettségek értékének csökkenése egy kaució visszafizetésének tudható be.

2.2.5. A várható jövőbeni kötelezettségek értéke 78 százalékkal csökkent, köszönhetően a korábban képzett céltartalékok felhasználásának.

2.3. A saját tőke a bázisidőszakhoz képest 11 százalékkal csökkent, ezt nagyrészt az **eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény** soron kimutatott tárgyidőszaki negatív eredmény idézte elő. A **jegyzett tőke** nem változott. A korábbi alaptőke-emelések során a névértéken felüli ázsió a **részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon** soron került kimutatásra.

2.3.1. A **külső tulajdonosok részesedése** soron a konszolidációba bevont társaságok külső tulajdonosaira jutó eredmények és a rájuk jutó tulajdoni részesedések vannak kimutatva.

II. EREDMÉNYKIMUTATÁS

econet.hu Nyrt.					
KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYKIMUTATÁS (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2008.12.31	2009.12.31	változás %
1	+	Értékesítés nettó árbevétele	3 278 668	2 113 760	-36%
2	+/-	Aktivált saját teljesítmények	176 499	24 009	-86%
3	-	Anyagjellegű ráfordítások	2 701 555	2 278 584	-16%
4	-	Személyi jellegű ráfordítások	594 498	486 235	-18%
5	-	Értékcsökkenési leírás	144 564	159 771	11%
6	=	Üzleti tevékenység eredménye	14 550	-786 821	-5508%
7	+	Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei	70 961	355 457	401%
8	+	Egyéb bevételek és nyereségek	172 545	113 613	-34%
9	-	Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei	79 050	555 122	602%
10	-	Egyéb ráfordítások és veszteségek	234 653	123 467	-47%
11	=	Adózás előtti eredmény	-55 647	-996 339	-1690%
12	-	Jövedelemadó	-33 422	-307 012	-819%
13	=	Szokásos vállalkozási tevékenység eredménye	-22 225	-689 327	-3002%
14	+/-	Megszűnő tevékenység eredménye			
15	-	Jövedelemadó			
16	=	Megszűnő tevékenység adózott eredménye			
17	+/-	Számviteli politika változás kumulált hatása			
18	-	Jövedelemadó			
19	=	A számviteli politika változásainak adózott eredménye			
20	-	Külső tulajdonosokra jutó érdekelttség	-2 954	-8 533	-189%
21	=	Adózott vállalkozási eredmény	-19 271	-680 794	-3433%
22		Egyszerű EPS korrekciók nélkül (Ft / db)	-0,3969	-13,7534	-3365%
23		- ebből: üzleti eredményre jutó:	0,2997	-15,8954	-5404%
24		- ebből: szokásos vállalkozási tevékenység eredményére jutó:	-0,4577	-13,9258	-2942%
25		- ebből: megszűnő tevékenység eredményére jutó:			
26		- ebből: számviteli politika változásainak eredményére jutó:			

3.1. Az *értékesítés nettó árbevétele* a tárgyidőszakban 2.114 millió forint volt, amelynek értéke a konszolidációba teljes körűen bevont társaságok tevékenységéből a konszolidációs körön kívülről származó árbevételeket tartalmazza.

3.2. Az *aktivált saját teljesítmények* értékét a Pesti Est megújításához kapcsolódó know-how tette ki.

3.3. Az *anyagjellegű ráfordítások* 16 százalékkal csökkentek, elsősorban az általános költségcsökkentés és az átszervezésekből adódó hatékonyság javulás miatt. A *személyi jellegű ráfordítások* a megváltozott gazdasági helyzet miatti költségcsökkentési programnak köszönhetően - a státuszok megszüntetésével járó egyszeri kifizetések ellenére - 18 százalékkal csökkentek.

3.4. Az *üzleti tevékenység eredménye* mintegy 800 millió forinttal kevesebb az előző évihez képest, alapvetően a 2008-tól kialakult pénzügyi- és gazdasági világválság okán beszűkült reklámpiac, illetve 10 százalékot meghaladó mértékben az országos kereskedelmi rádió (Neo FM) beindításának 2009-re eső költségei miatt. A Média Üzletág és az Anyavállalat teljesítményének részletesebb elemzését az ÜZLETI JELENTÉS rész III. *Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konszolidált eredmények* című fejezete tartalmazza. Az ott írtakon túl itt csak annyit emelünk ki, hogy a Média Üzletág teljesítménye jellemzően a reklámpiaci költségek ciklikusságát követi. Ez azt jelenti, hogy miután a költségek legnagyobb része minden évben március-június, de leginkább az október-december hónapokra koncentrálódik, egy adott üzleti negyedév (a gazdasági válságkörnyezet nélkül is jellemzően erősen veszteséges Q1 és szolid veszteséget mutató Q3 vagy a válságmentes években jellemzően szolid eredményeket hozó Q2 és a jellemzően erősen nyereséges Q4) eredményességéből önmagában nem adódik következtetés az egész évi teljesítményre. A Média Üzletág a fentiekben jelzett válságkörülmények ellenére és részben az év második felére beért költségcsökkentő

intézkedések hatására a Q4-ben - a NeoFM beindításának hatásaitól megtisztítva - 90 millió forintot meghaladó pozitív adózott eredményt mutatott.

3.5. A pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei, illetve a pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei sorok főként az adott és kapott kamatokat, árfolyamnyereségeket, árfolyamveszteségeket és értékvesztéseket tartalmazták, összhatásukat nagyban befolyásolták az Externet eladása kapcsán, illetve a saját részvényekre vonatkozó határidős vételi pozíciókra elszámolt árfolyamnyereség, valamint az év végi részesedés értékelés során a részesedésekre - a külön nem értékelt részesedések esetén elsősorban a saját tőke/jegyzett tőke arány változása alapján - elszámolt értékvesztések. Az egyéb bevételek és nyereségek, illetve az egyéb ráfordítások és veszteségek sorokon szerepelnek egyfelől a tárgyi eszköz értékesítések, céltartalék felhasználások és a pályázati bevételek, másfelől egyes adó- és adójellegű kötelezettségek (pl. IPA, kulturális járulék, termékdíj), követelésekre elszámolt értékvesztések és tárgyi eszköz értékesítésekhez kapcsolódó könyvi érték kivezetések. Az itt említett négy eredményrészlet összhatása a bázisidőszakhoz képest - elsősorban az elszámolt értékvesztések miatt - mintegy 140 millió forinttal kedvezőtlenebb.

Összességében Társaságunk 2009. év IV. negyedéves IFRS szerint konszolidált, nem auditált adózott vállalkozási eredménye -680,794 millió forint volt, melyhez nagyrészt a 2009. év I. negyedévének 455,967 millió forintos vesztesége járult hozzá.

A Tpt. 57. § (1) bekezdésének megfelelően kijelentjük, hogy a szabályozott információk nyilvánosságra hozatalának elmaradásával, illetve félrevezető tartalmával okozott kár megtérítéséért a kibocsátó felel.

A gyorsjelentésben szereplő változásokon felül a tulajdonosi szerkezettel, a részvényekhez fűződő jogokkal, a Társaság alkalmazottaival és szervezetével kapcsolatos egyéb lényeges változások - legjobb tudomásunk szerint - nem következtek be, illetve az időközben bekövetkezett változásokról (tulajdonosi szerkezet, stb.) a társaság külön tájékoztatásokat tett közzé.

Kijelentjük, hogy a jelen gyorsjelentés a valóságnak megfelelő, független könyvvizsgáló által nem auditált adatokat és állításokat tartalmaz, nem hallgat el olyan tényeket, amelyek a kibocsátó helyzetének megítélésére szempontjából jelentőséggel bír. Kijelentjük továbbá, hogy az alkalmazható számviteli előírások alapján a legjobb tudásunk szerint elkészített, a jelen gyorsjelentésben közzétett pénzügyi kimutatások valós és megbízható képet adnak a Társaság és a konszolidációba bevont vállalkozások eszközeiről, kötelezettségeiről, pénzügyi helyzetéről, valamint nyereségéről és veszteségéről, valamint azt is, hogy a jelen gyorsjelentésben közzétett üzleti jelentés megbízható képet ad a kibocsátó és a konszolidációba bevont vállalkozások helyzetéről, fejlődéséről és teljesítményéről, ismertetve a főbb kockázatokat és bizonytalansági tényezőket.

A jelen gyorsjelentésben foglaltak nem adnak teljes képet az econet.hu Nyrt. tevékenységéről és a jövőben tervezett lépéseiről, sem a Társaság és Üzletágai eredményeiről, terveiről, piacairól, a tevékenységet érintő kockázatokról és egyéb körülményekről. A jelen tájékoztatás a jövőre vonatkozó kijelentéseket is tartalmaz. Azon megállapítások, melyek nem múltbeli eseményekre vonatkoznak (azaz a véleményünkre és várakozásainkra vonatkozó kijelentések), jövőre vonatkozóak. Ezen kijelentések a jelenlegi terveken, becsléseken és előrejelzéseken alapulnak, tehát nem lenne helyes ezen kijelentésekre a kellő mértékű meghaladó módon támaszkodni. A jövőre vonatkozó kijelentések azon időpontbeli állapoton alapulnak, amelyben ezen állítások elhangzanak, a Társaság nem vállal kötelezettséget arra nézve, hogy a kijelentések bármelyikét új információk vagy jövőbeli események alapján a továbbiakban nyilvánosan frissítse, módosítsa.

A jelen gyorsjelentésben szereplő, illetőleg megjelenített, védjegytalalom alatt álló szöveges vagy képi megjelölések minden esetben a védjegyjogosult tulajdonát képezik. Azok bármilyen felhasználása kizárólag a vonatkozó védjegyjogosult engedélyével történhet.

A társaság 2009. évi IV. negyedéves gyorsjelentése teljes terjedelmében megtekinthető 2010. március 10-től a társaság székhelyén (1117 Budapest, Hauszmann Alajos u. 3.) és honlapján (www.econet.hu), valamint a BÉT honlapján (www.bet.hu).

econet.hu Nyrt. Adatlapok

Társaság neve:	econet.hu Nyrt.	Telefon: 371-2100
Társaság címe:	1117 Bp. Hauszmann A. u. 3.	Telefax: 371-2101
Ágazati besorolás:	Vagyonkezelés	
Beszámolási időszak:	2009.01.01.-2009.12.31.	
Befektetői kapcsolattartó:	Leskó Nóra	E-mail: nlesko@econet.hu

Pénzügyi kimutatásokhoz kapcsolódó adatlapok

PK2. Konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaságok

Név	Törzs/Alaptőke	Tulajdoni hányad (%)	Szavazati jog ¹	Besorolás ²
BetaGrid Kft.	3 000 000	85,3%	85,3%	L
D-E-G Lapkiadó Kft.	500 000	80%	80%	L
econet.hu Nyrt.	4 950 000 000	100%	100%	L
econet Invest Kft.	515 000 000	100%	100%	L
EST Media Group Kft.	2 340 480 000	100%	100%	L
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	506 000 000	100%	100%	L
Fénypont Kft.	3 120 000	75%	75%	L
Fidelio EST Kft.	3 000 000	65%	65%	L
FM1 Zrt.	5 000 000	100%	100%	L
GridTech Kft.	3 000 000	85,3%	85,3%	L
GridLogic Kft.	925 000 000	100%	100%	L
Magyar Vendor Kft.	169 000 000	100%	100%	L
O-ZONE International Kft.	3 000 000	75%	75%	L
Pesti Est Kft.	200 000 000	100%	100%	L
radiocafé Kft.	3 000 000	100%	100%	L
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft.	20 000 000	26%	26%	T
Tele EST Kft.	153 500 000	100%	100%	L

¹ A konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaság közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog.

² Teljes (L); Közös vezetésű (K); Társult (T)

Konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaságok saját tőke táblája (adatok eFt-ban)

	¹	2008	2009 ²	Y/Y	2008Q4	2009Q3 ²	2009Q4 ²	Q/Q	Y/Y
BetaGrid Kft.	L	159 698	134 472	-15,8%	159 698	141 167	134 472	-4,7%	-15,8%
D-E-G Lapkiadó Kft. ³	L	n/a	-53 054	n/a	n/a	n/a	-53 054	n/a	n/a
econet.hu Nyrt.	L	6 718 888	6 296 952	-6,3%	6 718 888	6 548 639	6 296 952	-3,8%	-6,3%
econet Invest Kft.	L	881 071	762 404	-13,5%	881 071	838 086	762 404	-9,0%	-13,5%
EST Media Group Kft.	L	2 274 037	2 193 127	-3,6%	2 274 037	1 853 174	2 193 127	18,3%	-3,6%
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	L	511 166	516 884	1,1%	511 166	516 896	516 884	0,0%	1,1%
Fénypont Kft.	L	81 783	73 598	-10,0%	81 783	75 749	73 598	-2,8%	-10,0%
Fidelio EST Kft. ³	L	n/a	29 310	n/a	n/a	n/a	29 310	n/a	n/a
FM1 Zrt. ⁴	L	n/a	-89 549	n/a	n/a	n/a	-89 549	n/a	n/a
GridTech Kft.	L	146 216	119 913	-18,0%	146 216	126 818	119 913	-5,4%	-18,0%
GridLogic Kft.	L	982 876	983 607	0,1%	982 876	983 822	983 607	0,0%	0,1%
Magyar Vendor Kft.	L	165 526	90 868	-45,1%	165 526	140 097	90 868	-35,1%	-45,1%
O-ZONE International Kft.	L	44 081	48 365	9,7%	44 081	87 691	48 365	-44,8%	9,7%
Pesti EST Kft.	L	329 090	144 323	-56,1%	329 090	314 968	144 323	-54,2%	-56,1%
radiocafé Kft.	L	53 161	-47 071	-188,5%	53 161	27 673	-47 071	-270,1%	-188,5%
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft. ⁵	T	281 982	406 982	44,3%	281 982	n/a	406 982	n/a	44,3%
Tele EST Kft.	L	-40 015	-155 603	-288,9%	-40 015	-60 257	-155 603	-158,2%	-288,9%

¹ Teljes (L); Közös vezetésű (K); Társult (T)

² a tárgy időszaki adatok nem auditáltak

³ első bevonás időpontja: 2009.12.31.

⁴ a társaság 2009Q4-ben alakult

⁵ a saját tőke adat tartalmazza a tárgy időszakban jóváhagyott osztalékot is

Pénzügyi kimutatásokhoz kapcsolódó adatlapok

PK3. Mérleg (egyedi)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

	Igen	Nem			
Auditált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Konzolidált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Számviteli elvek*	Magyar	<input checked="" type="checkbox"/>	IFRS	<input type="checkbox"/>	Egyéb <input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	<input checked="" type="checkbox"/>	EUR	<input type="checkbox"/>	Egyéb	<input type="checkbox"/>
Egység*	1 000	<input checked="" type="checkbox"/>	1 000 000	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

econet.hu Nyrt.					
MÉRLEG 'A' változat ESZKÖZÖK					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2008.12.31	2009.12.31	változás %
1	A	BEFEKTETETT ESZKÖZÖK	6 181 735	5 909 841	-4%
2	I.	IMMATERIÁLIS JAVAK	129 548	113 910	-12%
10	II.	TÁRGYI ESZKÖZÖK	20 626	16 002	-22%
18	III.	BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK	6 031 561	5 779 929	-4%
27	B	FORGÓESZKÖZÖK	1 108 721	1 373 497	24%
28	I.	KÉSZLETEK			
35	II.	KÖVETELÉSEK	496 408	830 858	67%
43	III.	ÉRTÉKPAPÍROK	535 708	516 787	-4%
49	IV.	PÉNZESZKÖZÖK	76 605	25 852	-66%
52	C	AKTÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK	101 754	31 662	-69%
56		ESZKÖZÖK ÖSSZESEN:	7 392 210	7 315 000	-1%
econet.hu Nyrt.					
MÉRLEG 'A' változat FORRÁSOK					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2008.12.31	2009.12.31	változás %
57	D	SAJÁT TŐKE	6 718 888	6 296 952	-6%
58	1.	JEGYZETT TŐKE	4 950 000	4 950 000	0%
61	2.	TŐKETARTALÉK	2 443 086	2 443 086	0%
62	3.	EREDMÉNYTARTALÉK	-644 394	-674 198	-5%
67	4.	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-29 804	-421 936	-1316%
68	E	CÉLTARTALÉKOK			
72	F	KÖTELEZETTSÉGEK	474 081	851 390	80%
73	7.	HÁTRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK			
77	8.	HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	2 373	168	-93%
86	F	RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	471 708	851 222	80%
98	G	PASSZÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK	199 241	166 658	-16%
102		FORRÁSOK ÖSSZESEN:	7 392 210	7 315 000	-1%

PK3. Mérleg (konszolidált)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

	Igen	Nem		
Auditált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Konszolidált*	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Számviteli elvek*	Magyar	<input type="checkbox"/>	IFRS	<input checked="" type="checkbox"/>
			Egyéb	<input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	X	EUR		Egyéb	
Egység*	1 000	X	1 000 000			

	Bázisidőszak	Tárgyidőszak
Befektetett eszközök	5 863 784	5 385 153
Immateriális javak	4 037 411	3 789 252
Tárgyi eszközök	79 894	171 960
Befektetett pénzügyi eszközök	1 746 479	1 423 941
Forgóeszközök	2 454 830	2 869 287
Készletek	501	160
Eszközök összesen	8 318 614	8 254 440
Saját tőke	6 493 586	5 795 162
Jegyzett tőke	4 950 000	4 950 000
Hosszú lejáratú kötelezettségek	66 792	31 958
Rövid lejáratú kötelezettségek	1 758 236	2 427 320
Források összesen	8 318 614	8 254 440

PK4. Eredménykimutatás (egyedi)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt eredményadatokat kötelesek feltüntetni:

	Igen	Nem			
Auditált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Konzolidált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Számviteli elvek*	Magyar	<input checked="" type="checkbox"/>	IFRS	<input type="checkbox"/>	Egyéb
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	X	EUR		Egyéb	
Egység*	1 000	X	1 000 000			

econet.hu Nyrt.					
EREDMÉNYKIMUTATÁS ÖSSZKÖLTSÉG 'A'					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2008.12.31	2009.12.31	változás %
3	I.	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	158 568	97 318	-39%
6	II.	AKTIVÁLT SAJÁT TELJESÍTMÉNYEK ÉRTÉKE			
7	III.	EGYÉB BEVÉTELEK	36 813	25 548	-31%
14	IV.	ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	202 837	277 723	37%
18	V.	SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	19 957	19 591	-2%
19	VI.	ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS	33 225	23 073	-31%
20	VII.	EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	10 895	16 315	50%
22	A	ÜZEMI TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE	-71 533	-213 836	-199%
33	VIII.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK BEVÉTELEI	82 468	177 399	115%
41	IX.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK RÁFORDÍTÁSAI	46 155	394 129	754%
42	B	PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE	36 313	-216 730	-697%
43	C	SZOKÁSOS VÁLLALKOZÁSI EREDMÉNY	-35 220	-430 566	-1123%
44	X.	RENDKÍVÜLI BEVÉTELEK	1 839 905	10 024	-99%
45	XI.	RENDKÍVÜLI RÁFORDÍTÁSOK	1 834 489	585	-100%
46	D	RENDKÍVÜLI EREDMÉNY	5 416	9 439	74%
47	E	ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	-29 804	-421 127	-1313%
49	F	ADÓZOTT EREDMÉNY	-29 804	-421 936	-1316%
52	G	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-29 804	-421 936	-1316%

PK4. Eredménykimutatás (konszolidált)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt eredményadatokat kötelesek feltüntetni:

	Igen	Nem	
Auditált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Konszolidált*	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Számviteli elvek*	Magyar	<input type="checkbox"/>	IFRS <input checked="" type="checkbox"/> Egyéb <input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	X	EUR		Egyéb	
Egység*	1 000	X	1 000 000			

	Bázisidőszak	Tárgyidőszak
Értékesítés nettó árbevétele	3 278 668	2 113 760
Üzleti eredmény (EBIT)	14 550	-786 821
Pénzügyi tevékenység nettó eredménye	-70 467	-209 519
Adózás előtti eredmény	-55 647	-996 339
Adózott eredmény	-19 271	-680 794

PK6. Mérlegen kívüli jelentősebb tételek

Az econet.hu Nyrt. és a konszolidációs körébe vont egyes társaságok különböző biztosítékokat (készfizető kezesség, vagyont terhelő zálogjog, üzletrészeket terhelő zálogjog, jogon alapított zálogjog, inkasszós jog) nyújtottak a beszámolási időszakban a cégcsoportba tartozó egyes társaságok különféle kötelezettségei biztosítékaként.

5%-ot meghaladó részesedéshez, szavazati jogokhoz és saját részvényállományhoz kapcsolódó adatlapok a 2009. december 31-i állapot szerint

RS1. Tulajdonosi struktúra, a részesedés és szavazati arány mértéke

Tulajdonosi kör megnevezése	Teljes alaptőke						Bevezetett sorozat					
	Tárgyév elején (2009.01.01.)			Időszak végén (2009.12.31.)			Tárgyév elején (2009.01.01.)			Időszak végén (2009.12.31.)		
	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db
Belföldi intézményi/ társaság	33,75	33,75	16706713	27,66	27,66	13691119	33,75	33,75	16706713	27,66	27,66	13691119
Külföldi intézményi/ társaság	14,47	14,47	7160729	6,46	6,46	3199091	14,47	14,47	7160729	6,46	6,46	3199091
Belföldi magánszemély	51,21	51,21	25351054	65,39	65,39	32366260	51,21	51,21	25351054	65,39	65,39	32366260
Külföldi magánszemély	0,57	0,57	281504	0,49	0,49	243530	0,57	0,57	281504	0,49	0,49	243530
Munkavállalók, vezető tisztviselők ³												
Saját tulajdon												
Államháztartás részét képező Tulajdonos ⁴												
Nemzetközi Fejlesztési Intézmények ⁵												
Egyéb												
ÖSSZESEN	100	100	49500000	100	100	49500000	100	100	49500000	100	100	49500000

¹ Tulajdoni hányad.

² A Kibocsátó közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog. Ha a tulajdoni hányad és a szavazati jog megegyezik, csak a tulajdoni hányad oszlopot kell kitölteni és benyújtani/közzétenni a tény feltüntetése mellett.

³ A dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 98 százalékos tulajdonában álló Canongate Investments Kft. 2009. december 31-én a Társaságban 3.729.882 darab részvényt rendelkezett. Ezek a részvények a „belföldi intézményi/társaság” soron szerepelnek. A Canongate Investments Kft. 432 darab (4.320.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2010. júniusi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik. A szintén dr. Balázs Csaba 98 százalékos ellenőrzése alatt álló Stirling Investments Kft. 293 darab (2.930.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2010. júniusi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik.

⁴ Pl.: ÁPV Rt., TB, Önkormányzat, 100%-os állami tulajdonban álló vállalatok, stb.

⁵ Pl.: EBRD, EIB, stb.

Az adatok a tőkepiacról szóló 2001. évi CXX. törvény szerinti tulajdonosi megfeleltetés alapján kerültek elkészítésre, azzal hogy a részvénykönyv nem feltétlenül tükrözi a megfeleltetés szerinti tulajdonosi struktúrát, mivel a hatályos jogszabályok szerint a részvényesek jogosultak a részvénykönyvbe való bejegyzésük mellőzését, vagy a részvénykönyvből való törlésüket kérni.

RS2. A saját tulajdonban lévő részvények mennyiségének (db) alakulása a bevezetett sorozatra vonatkozóan

	Résztesedés (december 31.)		Résztesedés	
	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)
Társasági szinten	0 ¹	0 ¹		
Leányvállalatok ²	0	0		
Összesen	0	0		

¹ A Társaság 2008. október 10. és 2009. február 19. között összesen 210 darab (2.100.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) határidős vételi kontraktust nyitott, amelyek lejáratá 2010. március. A kontraktusok zárása esetén ez a bevezetett részvénytársaság (és egyben a teljes alaptőke) 4,24 százalékának felelne meg.

² Konzolidációba bevont társaságok.

RS3. Az 5%-nál nagyobb Tulajdonosok felsorolása, bemutatása (2009. december 31-én) a bevezetett sorozatra (49.500.000 darab részvény) vonatkozóan¹

Név	Letétkezelő (igen/nem)	Mennyiség (db)	Résztesedés (%) ²	Szavazati jog (%) ^{2,3}
OTP Bank Nyrt.	Nem	7 250 096 ⁴	14,65	14,65
Canongate Investments Kft. ⁵	Nem	3 729 882	7,54	7,54
Gerendai Károly, Takács Gábor, Szigerta Invest Kft. ⁶	Nem	3 350 347	6,77	6,77
Balco Holding B.V.	Nem	2 849 131	5,76	5,76

¹ A Kibocsátó az 5 százaléknál nagyobb tulajdonosairól a 2010. február 1-i közgyűlésére 2010. január 25-i fordulónappal készített tulajdonosi megfeleltetés alapján 2010. február 2-án külön bejelentést tett közzé.

² Két tizedes jegyre kerekítve kell megadni.

³ A Kibocsátó közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog.

⁴ Ezen mennyiségből – az OTP Bank Nyrt. 2009. december 18-i bejelentésére is figyelemmel – 7.250.000 darab törzsrészvény megvásárlására nem befektetési céllal, hanem befektetési szolgáltatási tevékenység keretében, ügyfél részére nyújtott szolgáltatás céljából került sor (lásd ⁵).

⁵ A Canongate Investments Kft. 98 százalékban dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök ellenőrzése alatt áll. A Canongate Investments Kft. 432 darab (4.320.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2010. júniusi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik, amelyek az OTP Bank Nyrt. mint befektetési szolgáltató közreműködésével kerültek megnyitásra. A szintén dr. Balázs Csaba 98 százalékos ellenőrzése alatt álló Stirling Investments Kft. 293 darab (2.930.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2010. júniusi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik, amelyek az OTP Bank Nyrt. mint befektetési szolgáltató közreműködésével kerültek megnyitásra. Ezen kontraktusok zárásával dr. Balázs Csaba közvetlenül 10.979.882 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénnyel fog rendelkezni, amellyel befolyása az econet.hu Nyrt.-ben a jelenlegi 7,54 százalékos mértékről 22,18 százalékra fog növekedni, azzal, hogy szavazati jogot a 20 százalékos mértéket meghaladó rész után nem gyakorolhat.

⁶ Összehangoltan eljáró személyekként.

Vezető állású személyekhez, stratégiai alkalmazottakhoz kapcsolódó adatlapok a 2009. december 31-i állapot szerint

TSZ2. Vezető állású személyek, és a Kibocsátó működését befolyásoló (stratégiai) alkalmazottak

Jelleg ¹	Név	Beosztás	Megbízás kezdete	Megbízás vége/megszűnése	Saját részvény tulajdon (db)
IT	Dr. Balázs Csaba	IT elnök	2008.04.24	2014.04.28	0 ²
IT	Bencze György	-	2008.04.24	2014.04.28	54 100 ³
IT	Kis Andor	-	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Bedő Balázs	-	2009.04.29	2014.04.28	0
IT	Bányász Péter	Pénzügyi igazgató	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Fenyő György	-	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Gerendai Károly	-	2008.04.24	2014.04.28	1 233 929 ⁴
IT	Kádár Tamás	-	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Lévay Örs	-	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Dr. Rosner Gábor	IT alelnök	2008.04.24	2014.04.28	0
FB	Bakos Bálint	-	2008.04.24	2014.04.28	0
FB, AB	Forró Zoltán	-	2008.04.24	2014.04.28	0
FB, AB	Hutiray Gyula	-	2009.07.06.	2014.04.28	0
FB, AB	Szabó Attila	-	2008.04.24	2014.04.28	0
Saját részvény tulajdon (db) Ö S S Z E S E N:					1 288 029

¹ Stratégiai pozícióban lévő alkalmazott (SP), Igazgatósági tag (IT), Felügyelő Bizottsági tag (FB), Audit Bizottság tagja (AB), Igazgatótanács tag (ITT)

² A dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 98 százalékos tulajdonában álló Canongate Investments Kft. 2009. szeptember 30-án a Társaságban 3.729.882 darab részvényt rendelkezik. A Canongate Investments Kft. 432 darab (4.320.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2010. júniusi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik. A szintén dr. Balázs Csaba 98 százalékos ellenőrzése alatt álló Stirling Investments Kft. 293 darab (2.930.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2010. júniusi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik.

³ Bencze György a Társaságban a 2010. március 3-i közzététel szerint 2010. március 2-án 36.600 darab törzsrészvényt rendelkezik.

⁴ Gerendai Károly igazgatósági tag 2009. december 31-én a Társaságban 1.233.929 darab törzsrészvényt rendelkezik. Gerendai Károly, Takács Gábor, valamint a Gerendai Károly 65 százalékos és Takács Gábor 35 százalékos irányítása alatt álló Szigerta Invest Vagyonkezelő Korlátolt Felelősségű Társaság – összehangoltan eljárónak minősülő személyekként – 2009. december 31-én együttesen 3.350.347 darab részvényt rendelkezik, amelyek része a Gerendai Károly tulajdonában álló, fentebb jelzett részvénytulajdon is.

Az econet.hu Nyrt 2009. évének főbb eseményei:

2009.12.30	BÉT/econet honlap	Közgyűlési meghívó
2009.12.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.12.18	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről és befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról
2009.12.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató peres eljárásról
2009.12.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.12.14	BÉT/econet honlap	Tájékoztató peres eljárásban való részvételtől
2009.12.02	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a "Time Out" programmagazin magyar nyelvű kiadásának indulásáról
2009.12.01	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.11.24	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.11.19	BÉT/econet honlap	2009. III. negyedéves gyorsjelentés
2009.11.18	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedés bejelentéséről
2009.11.18	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.11.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.11.13	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az országos kereskedelmi rádiófrekvenciákkal kapcsolatos peres eljárásról
2009.11.13	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.11.11	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.11.09	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.11.06	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. pernyertességéről
2009.11.04	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az országos rádiós pályázattal kapcsolatos szerződéskötésről
2009.10.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.10.29	BÉT/econet honlap	Tájékoztató pályázati eredményéről
2009.10.29	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.10.28	BÉT/econet honlap	Tájékoztató országos rádiós pályázat eredményéről
2009.10.19	BÉT/econet honlap	Tájékoztató közgyűlési határozatok cégbírósi bejegyzéséről
2009.09.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.09.28	BÉT/econet honlap	Tájékoztató országos rádiós pályázat benyújtásáról
2009.09.23	BÉT/econet honlap	Alapszabály
2009.09.23	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyvek
2009.09.18	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.09.16	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.08.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a társaságban történt befolyásszerzés, illetve annak megszűnése tárgyában
2009.08.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.08.26	BÉT/econet honlap	2009. I. féléves jelentés
2009.08.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a közgyűlési határozatok cégbírósi bejegyzéséről
2009.08.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2009.08.10	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv
2009.08.10	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv
2009.08.10	BÉT/econet honlap	Alapszabály
2009.07.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.07.28	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2009.07.22	BÉT/econet honlap	Tájékoztató társasági eseményről

2009.07.21	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.07.20	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.07.13	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2009.07.06	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2009.07.02	BÉT/econet honlap	Hutiray Gyula szakmai önéletrajza
2009.07.02	BÉT/econet honlap	Közgyűlési előterjesztés a cégcsoport stratégiáról
2009.07.02	BÉT/econet honlap	Előterjesztések kiegészítése
2009.06.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.06.19	BÉT/econet honlap	Előterjesztések
2009.06.19	BÉT/econet honlap	Közgyűlési meghívó kiegészítése
2009.06.18	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.06.09	BÉT/econet honlap	Tájékoztató leányvállalati részesedés értékesítéséről kötött szerződés hatálybalépéséről
2009.06.05	BÉT/econet honlap	Közgyűlési meghívó
2009.05.29	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.05.19	BÉT/econet honlap	2009. I. negyedéves gyorsjelentés
2009.05.13	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.05.11	BÉT/econet honlap	Tájékoztató leányvállalati részesedés értékesítéséről és egyéb társasági eseményekről
2009.05.08	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. akvizíciós folyamatának újabb eseményeiről
2009.05.04	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.05.04	BÉT/econet honlap	Az 5%-ot meghaladó részesedéshez, szavazati jogokhoz és saját részvényállományhoz kapcsolódó adatlapok
2009.04.29	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az igazgatósági és felügyelő bizottsági tagok tulajdonában lévő részvényekről
2009.04.29	BÉT/econet honlap	Bedő Balázs önéletrajza
2009.04.29	BÉT/econet honlap	Éves jelentés
2009.04.29	BÉT/econet honlap	Jelentés a könyvvizsgálat végrehajtásáról
2009.04.29	BÉT/econet honlap	Felelős társaságirányítási jelentés és nyilatkozat
2009.04.29	BÉT/econet honlap	A 2009. április 29-én tartott éves rendes megismételt közgyűlésének érdemi határozatai
2009.04.23	BÉT/econet honlap	Tájékoztató leányvállalati részesedés tervezett értékesítéséről
2009.04.16	BÉT/econet honlap	Előterjesztés a 2009. április 29-én 10 órakor a Társaság székhelyén tartandó Közgyűlésre
2009.04.03	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.03.27	BÉT/econet honlap	Közgyűlési meghívó
2009.03.20	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.03.16	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.03.13	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.03.02	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.02.24	BÉT/econet honlap	2008. IV. negyedéves gyorsjelentés
2009.02.19	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.02.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.02.11	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. akvizíciójának átalakítására vonatkozó szerződések megkötéséről
2009.02.02	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.01.29	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. akvizíciójának átalakítására vonatkozó szándéknyilatkozat módosításáról
2009.01.26	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.01.23	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.01.22	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.01.21	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.01.20	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.01.16	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.01.14	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről

2009.01.12	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.01.09	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.01.08	BÉT/econet honlap	Tájékoztató leányvállalatok átalakulásáról
2009.01.05	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról

Budapest, 2010. március 10.



dr. Balázs Csaba
econet.hu Nyrt.