

az econet.hu Média és Vagyonkezelő Nyrt.

**2010. III. negyedéves IFRS szerint konszolidált,
nem auditált gyorsjelentése**

2010. november 19.

TARTALOMJEGYZÉK

TARTALOMJEGYZÉK	2
ÜZLETI JELENTÉS	3
I. Összefoglaló	3
II. Bevezetés	5
III. Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konzolidált eredmények	6
III.1. Média Üzletág	6
A Média Üzletág eseményei	6
A Média Üzletág eredményei	12
A Média Üzletág piaci környezete	15
Sziget Kft. akvizíció	17
III.2. Anyavállalat	19
Az Anyavállalat eseményei	19
Az Anyavállalat eredményei	20
III.3. Konzolidált adatok	21
IV. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei	22
IV.1. Részvény adatok	23
V. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai	24
VI. A Társaság rövid- és középtávú feladatai	25
VI.1. Média Üzletág	25
VI.2. Anyavállalat	26
VII. A Társaság főbb célkitűzései	27
A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA	28
I. Mérleg	28
1. Eszközök	29
2. Források	31
II. Eredménykimutatás	33
ADATLAPOK	35

ÜZLETI JELENTÉS

Az econet.hu Nyrt. stratégiai célja a Média Üzletág megerősítése, több piaci részterületen markáns pozíciók biztosításával. A társaság a válság ideje alatt megszerzett új értékesítési felületek révén egy több területet lefedő, ismert és piacvezető márkákat és termékeket magában foglaló portfólióval jelen a gazdasági fellendüléskori reklámpiacon, melynek növekedése a válság elmúltával a jövőben is prognosztizálható. Fejlődésére elsősorban a teljes hirdetési piac volumene hat, így a hirdetési szempontból értékes termékek és felületek képesek biztosítani a társaság sikerét, mely nem csak beruházás, hanem szaktudás és piacismeret kérdése is.

Az econet.hu Nyrt. Média Üzletágának értékesítési portfóliója a válság ideje alatt tovább bővült. Egyrészt a print területen, másrészt az elektronikus médiában az országos kereskedelmi rádióval, melyek a további fejlődés és siker lehetőségét is hordozzák. A 2010-es év végétől a Társaság tevékenységében az EMG tulajdonosi részvételével működő médiatermékek mellett a tulajdonosi érintettség nélküli médiatermékek részére nyújtott szolgáltatások is hangsúlyosan megjelennek. A többpólusú - print, online, rádiós, rendezvény elemeket tartalmazó - média-portfólióval, illetve a sales house tevékenység alá bevonásra kerülő egyéb termékekkel ennek megfelelően a társaság az egész országot eléri. Az econet.hu által képviselt lapok olvasótáborra közel egymillió fős, a résztulajdonában lévő országos kereskedelmi rádiót a harmadik negyedévben átlagosan naponta több mint 1,1 milliónyian hallgatták, az online oldalakat hetente több mint 1,5 milliónyian látogatják, az indoor reklámeszközök több ezer helyen vannak jelen, a fesztiválokon pedig minden évben sokszázezren kapcsolódnak ki. Az elért közönség magas létszáma és - az egyes termékeken keresztül jól behatárolható - elérése a hirdetők számára is hatékony lehetőségeket kínál.

Az econet.hu Nyrt. a magyar médiapiac egyik jelentős szereplője, ugyanakkor nem vonhatta ki magát az iparágra jellemző piaci környezet alól. Mára elérte azt a méretet, ahol a fogyasztási kedv növekedéséhez kapcsolódó hirdetési kiadások élénkülése már további fejlődési lehetőségeket hordoz. Bár a reklámpiacon a hirdetői bizonytalanság 2010. első kilenc hónapjában is érezhető volt, az econet.hu árbevétele ebben az időszakban jelentős mértékben emelkedett.

I. Összefoglaló

- A társaság értékesített média-portfóliójának sikeres kibővítése eredményeként 2009 első kilenc hónapjához képest 2010 azonos időszakában **az árbevétel több mint 1,25 milliárd forinttal a duplájára nőtt**. A növekedés a bázisévi számban még nem szereplő NeoFM-nek, EXIT magazinnak, Fidelio Estnek és Time Out Budapestnek, valamint a bázisévi számban csak kisebb mértékben szereplő Facebook reklámértékesítésnek tudható be, illetve kisebb részben hozzájárult ehhez az EMGPrint ún. Custom Publishing szegmense (különszámok) javuló teljesítménye is.
- Az árbevétel növekedésével párhuzamosan a portfólió bővülés miatt megnövekedett ugyan a csoport költségszintje is, mindemellett **az üzemi eredmény illetve az EBITDA is mintegy 33 százalékkal javult a bázisidőszakához képest**.
- Az adózott eredmény több egyszeri tétel hatására mintegy 220 millió forinttal csökkent. A 2010Q1-Q3 időszakban a csökkenést alapvetően két, a radiocafé Kft. értékesítéséhez kapcsolódó egyszeri tétel okozta. Egyfelől az üzletész értékesítésénél jelentkező 50 millió forintos veszteség, másfelől a nem bizonyosan bekövetkező gazdálkodási eseményektől és a körzeti frekvencia újbóli elnyerésétől függő vételárreszekre (mintegy 150 millió forint) megképzett 100 százalékos céltartalék. A bázisidőszakban emellett szerepel az Externet Nyrt. részesedés akkori értékesítésének pozitív eredményhatása is. **Az egyszeri tényezők hatásait kiszűrve az 1-9. hónapok üzleti tevékenysége az adózott eredménytartalom jelentős, 19 százalékos mértékű, majd 100 millió forintos javulását mutatja** (lásd az alábbi 1/A. Ábrát).

1/A. Ábra: A 2009. és 2010. évi 1-9 hónapok IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb eredmény adatainak és ugyanezen időszakoknak a bázisidőszaki és a jelen beszámolási időszaki egyszerű tételektől megtisztított mérlegadatainak összehasonlítása

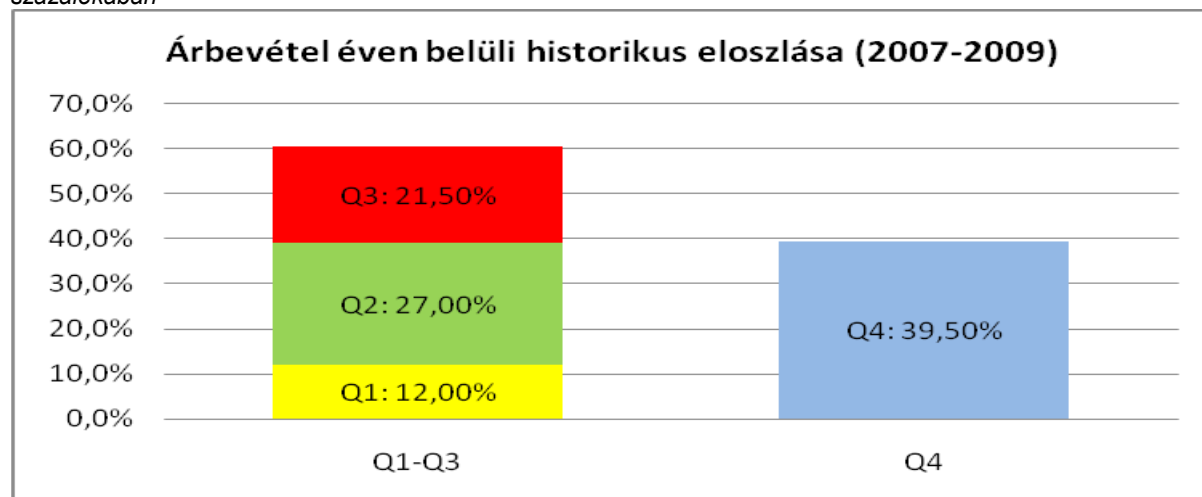
Megnevezés / E Ft	2009Q1-Q3	2010Q1-Q3	Változás(%)	2009Q1-Q3	2010Q1-Q3	Változás(%)
Árbevétel	1 255 093	2 516 161	100%	1 255 093	2 516 161	100%
Üzemi eredmény	-596 106	-399 008	33%	-596 106	-399 008	33%
Értékcsökkenés	115 864	109 743	-5%	115 864	109 743	-5%
EBITDA	-480 242	-289 265	40%	-480 242	-289 265	40%
Adózott vállalkozási eredmény	-384 797	-607 247	-58%	-508 334 ¹	-409 747 ²	19% ^{1,2}

¹ Externet Nyrt. részesedés eladásának eredményhatásától tisztított adatok

² radiocafé Kft. eladásának eredményhatásától tisztított adatok

A médiapiac szezonalitása miatt a társaság árbevételének megoszlásában jelentkező ciklikusság hatását mutatják a korábbi évek alábbi adatai, melyet némileg tompítani fog az országos kereskedelmi rádiós tevékenység értékesítési árbevétele. A historikusan jellemzően gyengébb első félévben, illetve a reklámpiacon szokásosan gyengébb harmadik negyedévben is sikerült idén egy erősebb növekedést elérni, s a megnövekedett értékesítési portfólióban a negyedik negyedévben hasonló tendencia várható, mely időszakban az éves árbevétel jelentős hányada - a tapasztalatok szerint közel 40 százaléka - realizálódik.

1/B. Ábra: A Média Üzletág historikus (2007-09) átlagos negyedéves árbevételi adatai az egész éves árbevétel százalékában



Balázs Csaba, az econet.hu Nyrt. elnök-vezérigazgatója a 2010 1-9. hónapok eredményeiről:

„A válság időszakában végrehajtott üzletfejlesztési erőfeszítések és az egyes piaci szegmensekben megindult mérsékelt növekedésnek köszönhetően a társaság árbevétele ebben a negyedévben is jelentősen emelkedett. A piaci környezet lassanként kiszámíthatóbbá válik, és a korábbi évek médiapiaci szezonálisát is figyelembe véve kijelenthető, hogy 2010 utolsó három hónapjában is folytatódni fog csoportunk árbevételének növekedése. A portfólióink gerincét adó márkáink magyar sikertörténetekre épülnek, melyek a válságot átvészelve megtartották olvasói, hallgatói, illetve fogyasztói bázisukat, így megerősödve kerülhetnek be a jövőben a fogyasztás fellendülésével párhuzamosan újraépülő médiaértékesítési tervekbe. Célunk, hogy az újraépülő piacon megnövekedett jelenlétünkkel az árbevétel emelkedésével párhuzamosan az eredménytartalom javulása is érezhető legyen befektetőink számára.”

II. Bevezetés

Az econet.hu Nyrt. 2009. július 6-i Közgyűlése által elfogadott új cégcsoport 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.

Az új stratégia az egyetlen Média Üzletágon belül is is leképezi az előzőek egyik fontos elemét, a több lábbon állás szükségességét. A Társaság korábban eltérő jellegű üzletágak tulajdonlása és irányítása révén kereste piaci helyét. 2009-től azonban a több lábbon állás azt jelenti, hogy a médiapiacra kell széles, több területet lefedő, ismert és piacvezető márkákat és termékeket magában foglaló portfólióval jelen lenni.

A médiapiac állandó növekedése (a válságévek kivételével) prognosztizálható, 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 egyik irányát. A felhasználó számára ingyen hozzáférhető, színvonalas médiatartalom már évtizedek óta növekvő súllyal bír a médiapiacra (a tv, az internet előfizetési díja a fogyasztó szemszögéből elkülönül a tartalomtól). A Média Üzletágunk (EMG) legnagyobb részt 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.

A 2010-es év második felétől a Társaság tevékenységében nagyobb hangsúlyt kapnak az EMG tulajdonosi részvétele nélkül működő médiatermékek részére nyújtott szolgáltatások, elsősorban az értékesítés területén (sales house tevékenység).

Többpólusú média-portfóliókkal, illetve az általunk értékesített vagy a várhatóan a jövő év elejétől a sales house tevékenység alá bevonásra kerülő egyéb termékekkel ennek megfelelően az egész országot elérjük. A tulajdonunkban álló, illetve az egyéb - a jövő évtől - általunk képviselt lapoknak megjelenésenként majd egymillió olvasótábora van, a résztulajdonunkban lévő országos kereskedelmi rádiót a harmadik negyedévében átlagosan naponta több mint 1,1 milliónyian hallgatták, online oldalainkat hetente több mint 1,5 milliónyian látogatják, indoor reklámeszközeinkkel több ezer helyen vagyunk jelen, fesztiváljainkon pedig minden évben sokszázezen kapcsolódnak ki. Az olvasók, hallgatók, látogatók és vendégek nagyszámú, ugyanakkor az egyes termékeinken keresztül jól behatárolható elérése a hirdetőik számára is hatékony lehetőségeket kínál.

Az econet.hu Nyrt. az elmúlt években a magyar médiapiac egyik jelentős szereplőjévé vált. Ez egyben azt is jelenti, hogy nem vonhatjuk ki magunkat az iparágra jellemző, az elmúlt évben és várhatóan idén is kedvezőtlen piaci környezet alól. Ugyanakkor azonban elértük azt a méretet, ahol a válság a fogyasztási kedv és ezen keresztül a hirdetési kiadások visszaesése ellenére is már növekedési lehetőségeket hordozhat. Ezekre lehet példa az estkonyvek.hu és az estbiztositas.hu együttműködés, illetve a várhatóan 2011-ben elinduló törzsvásárlói és fizetőkártya szolgáltatásunk. A fejlődéshez a Társaság - a magyar médiapiacra egyedüli - tőkepiaci jelenléte is hozzáadott értéket adhat.

III. Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konszolidált eredmények

III.1. Média Üzletág

A Média Üzletág eseményei

Az Est Media Group Kft. a 2010-es tevékenységét - a 2008-ban végrehajtott szervezeti és szerkezeti változások eredményeképpen - az egységes portfólió-értékesítés és üzemeltetés jegyében végezte. A portfólió öt szervesen összetartozó és egy függetlenül működő event üzletágra tagolódik (a radiocafé 98.6 és a Facebook nincs tulajdonosi és üzemeltetési hatókörünkben, kizárólag a reklámfelületeik értékesítését végezzük, a NeoFM pedig 25 százalékos rész tulajdonunkban van, üzemeltetésében 2010. augusztus 6-tól nem veszünk részt):



2009-ben 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 megszólalt a NeoFM, amely a legnagyobb lefedettséggel rendelkező országos kereskedelmi rádiócsatorna. Az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) által kiírt pályázat 2009. október végi elnyerése után alig több mint 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 rádióadót működtető FM1 Zrt. az alakuláskor még 100 százalékos tulajdonunkban volt, majd 2010 augusztusában a cégben lévő részesedésünk 25 százalékra csökkent, ugyanakkor a rádió reklámidejének kizárólagos értékesítési joga a műsorszolgáltatási jog teljes időtartamára az EMG hatóköre alatt maradt. 2010 első kilenc hónapjában a csatorna a kereskedelmi szempontból legfontosabb reggeli időszámban, az Ipsos/GfK hallgatottsági adatai alapján piacvezető szerepet ért el a hallgatói részesedés területén.

A reklámpiaci tendenciák negatív hatásai 2010. III. negyedévében is érezhetőek voltak, a rendszerváltozás óta nem tapasztalt visszaesés nehéz helyzetbe hozta a magyarországi médiavállalkozásokat. A hirdetői bizonytalanság, a reklámra fordított összegek jelentős mértékű csökkenése folytatódott, áthúzódott 2010-re is, nem csak az EMG portfóliójában, hanem a teljes magyar médiapiacban. A legutóbbi hónapok makrogazdasági szabályozási eseményei (pl. különadók bevezetése) esetlegesen a reklámbüdzsék további átmeneti csökkenését hozhatják magukkal.

Az EMG éppen ezért még a tavalyi évben olyan megújítási folyamatokat, belső fejlesztéseket, és ezzel egyidejűleg igen jelentős költségcsökkentő intézkedéseket vezetett be, amelyek hatása 2010 I-III. negyedévében is érezhető volt.

Az EMG emellett törekszik arra is, hogy a gazdasági válság hatásai által formálódó-koncentrálnó piacon adódó lehetőségeket kihasználja. Az alábbiakban négy - két kisebb és két nagyobb jelentőségű -, az egyes lentebb részletezett üzleti események közé nem sorolható ilyen lépést mutatunk be.

Az EMG 2010. június 29-én az EMG szerződést kötött a KÖNYVLAVOR Kft-vel az EMG tulajdonában álló www.estkonyvek.hu domain jövőbeli hasznosításáról. A szerződés értelmében a KÖNYVLAVOR Kft. a www.estkonyvek.hu internetes cím alatt saját költségén online könyvruházat hozott létre és üzemelteti azt. A domain használatba adása, illetve az EMG média-portfóliójában nyújtott marketing felületek biztosítása fejében az EMG a rendszeren keresztül elért árbevételből részesedést kap. A www.estkonyvek.hu könyvruház várhatóan a nyár végén tesztüzemmel indult, ősztől pedig éles üzemben várja a megrendeléseket. A szerződésben lefektetett üzleti modell szerint az EMG kockázatot nem visel, a nyújtott szolgáltatásaiért cserébe minden értékesítés után fix százalékos jutalékot kap majd. Az idei évben ebből a tevékenységből lényeges árbevétel nem várható.

Az EMG a beszámolási időszakot követően, 2010 novemberének első hetében megállapodást kötött a LIBRA Biztosítási Alkusz Kft-vel üzleti együttműködés folytatásáról. A megállapodás alapján a www.estbiztositas.hu internetes cím alatt a LIBRA Kft. saját költségén, „estbiztositas.hu” márkanév alatt, online biztosítás-alkuszi weboldalt hozott létre és üzemelteti azt. A szolgáltatás a kezdeti időszakban csak kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás és CASCO megkötésére terjed ki, a tervek szerint a későbbiekben más biztosítási típusokra (pl. utazási- és lakásbiztosítások) is kiterjesztésre kerül. Az együttműködés keretein belül az EMG biztosítja a domain használatát, az EST védjegyet, továbbá marketing eszközeit felhasználva népszerűsíti az oldalt. A LIBRA Kft. végzi a weboldal fejlesztését, üzemeltetését, valamint teljes felelősséggel kiszolgálja az oldalról érkező megbízásokat. A domain használatba adása, illetve az EMG média-portfóliójában nyújtott marketing felületek biztosítása fejében az EMG a rendszeren keresztül elért árbevételből részesedést kap.

Jelentősebb esemény ugyanakkor az, hogy az EMG 2010. augusztus 6-án megállapodást kötött a Geomédia Kiadói Zrt-vel, amelynek értelmében EMG Sales House Korlátolt Felelősségű Társaság cégnév alatt, az EMG 74 százalékos és a Geomédia 26 százalékos részesedéssel, közös leányvállalatot hoznak majd létre. A vállalat ügyvezetője előreláthatólag Kádár Tamás, az EMG ügyvezető igazgatója lesz. A cég teljes körűen az econet.hu Nyrt. konszolidációs körébe fog tartozni.

Az EMG Sales House Kft. megalakulása után kizárólagos és hosszú távú szerződések keretei között fokozatosan átveszi majd az EMG és a Geomédia portfóliójában lévő médiatermékek hirdetéseinek értékesítését. Az így kialakuló értékesítési egység az EMG jelenlegi portfóliójához képest - a NeoFM napi szintű 1,1millió hallgató elérésén túl - az egyebek mellett a nagy múltú Szabad Földdel kiegészült print területen is megközelíti majd a megjelenésenkénti milliós olvasótábor.

A két tulajdonos médiavállalkozás termékköreit az EMG Sales House Kft. egyfelől jellegük (broadcast, indoor, online vagy print) szerint csoportosított értékesítési egységekbe fogja szervezni másfelől az EMG-ben már kialakult és megszokott portfólió-értékesítési rendszerben értékesíti majd azokat. Ezáltal - és mivel a két portfólió értékesítési szempontból előreláthatóan jól kiegészíti majd egymást - a nagyobb portfólió az eddigi külön-külön történt értékesítésnél több és vonzóbb hirdetési lehetőséget kínálhat majd a hirdetők részére. Ez egyben az EMG Sales House Kft. hirdetési tömegvonzási képességét is növeli majd, egy szélesebb portfólióra a hirdető vagy az azt képviselő ügynökség jobban tud tervezni, illetve abban többet tud költeni.

A két komplementer tevékenységű magyar médiacég értékesítési összefogása elősegítheti az árbevételük növekedését és piaci pozícióik erősödését is. Az EMG Sales House Kft. árbevétele az eddig az EMG-nél jelentkező hirdetési árbevételnél a Geomédia termékek csatlakozása miatt a várakozások szerint magasabb lesz. Ez az árbevétel - és a nagyobb volumenű értékesítési eredményén keresztül - reményeink szerint eredményt is növelő hatás az econet.hu Nyrt. konszolidált számaiban is megjelenik majd, az értékesítési tevékenység fokozatos átvétele miatt először a 2011-es évben.

Az EMG és a Geomédia megállapodtak abban is, hogy megvizsgálják annak lehetőségét, hogy együttműködésüket újabb, a két erős print portfólió miatt elsősorban a gyártási és tartalom előállítási területekre is kiterjesszék, hogy a fentiekben leírt árbevétel növekedést elősegítő folyamatok mellett a párhuzamosságok kiszűrésével elérhető, illetve a mennyiségi növekedésből (pl. nyomdai megrendelések harmonizációja) adódható költségcsökkentő hatásokat is kiaknázhassák.

Jelentős eseményként könyvelhető el, hogy az EMG a beszámolási időszakot követően, 2010. november 15-én kölcsönös szándéknyilatkozatot kötött a a METACOM Holding Zártkörűen Működő Részvénytársasággal üzleti együttműködés folytatásáról. A kölcsönös szándéknyilatkozat alapján a felek 2010. december 31-ig, 50-50 százalékos részesedésük mellett közös társaságot alapítanak, amely a tervek szerint új típusú törzsvásárlói és fizetőkártya szolgáltatásokat fog létrehozni és működtetni. A rendszerrel megcélzott - elsősorban aktív fiatal - közönség egy kedvezményrendszert nyújtó szolgáltatáscsomaghoz jut majd, amely egyebek mellett szórakozóhelyeken, ruházati boltokban, koncertszervezőknél, utazási irodáknál, valamint webes partnereknél lesz érvényesíthető. A szolgáltatás tervezett bevezetési ideje 2011 eleje. Az együttműködés keretein belül az EMG

médiaportfólióját és marketing eszközeit felhasználva népszerűsíti a szolgáltatást, valamint a sales house tevékenysége révén értékesítési tevékenységet is végez majd, míg a METACOM Holding Zrt. egy leányvállalata fogja biztosítani a szolgáltatás technológiai és működési hátterét. A METACOM referenciái között kiemelés érdemel a készpénzmentes fizetési megoldást nyújtó Metapay kártya, amely az idei évben Heineken Balaton Sound és a Sziget Fesztiválokra mutatkozott be, néhány nap alatt 15 ezer feletti felhasználót és több mint 100 ezer tranzakciót generálva. Az együttműködés illeszkedik a nemrégiben létrejött más együttműködések (estkonyvek.hu, estbiztositas.hu) sorába, ahol az EMG marketing ereje és márkaismertsége támogatja az EMG fő üzleti tevékenységén kívül eső értékesítést. A jelen esetben ugyanakkor az EMG - tekintve, hogy a célközönség megegyezik a hagyományos termékeink célközönségével - az üzemeltető társaságban való közvetlen részvétel nélkül nagyobb mértékben (nem pusztán jutalék-alapon) kerül majd bevonásra az üzleti tevékenységbe, ami egyúttal arra is lehetőséget adhat, hogy a kialakításra kerülő rendszer működési eredményén felül annak üzleti értékéből is részesedhessen.



Az EMGBroadcast üzletág területén 2010 I-III. negyedévében az FM1 Zrt. által üzemeltetett NeoFM piaci pozíciójának megerősítése, a rádió hatékony működésének kialakítása, a piacvezető pozíció eléréséhez szükséges körülmények megteremtése volt az első számú prioritás.

Ennek körében 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 már az első negyedév végi adatok alapján újra piacvezető márkája a magyarországi rádiós piacnak.

A régi-új műsor elindulásán 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 2009. őszi országos rádiós frekvencia pályázatra kidolgozott sales house modell szerint a rádiós tevékenység árbevétele és eredménye két cégnél jelenik meg. Ezek egyike a kizárólagos értékesítési joggal rendelkező sales house társaság, amelynél a rádiós tevékenység teljes árbevétele, illetve az értékesítési tevékenység eredménye is megjelenik, és amely az értékesítési és egyéb oda kiszervezett feladatok jutalékainak és egyéb költségeinek levonásával, árbevétellel látja el a rádióüzemeltető céget. A másik cég a rádióüzemeltető társaság, amelynél a rádiós tevékenység közvetlen költségei jelentkeznek és szolid, de biztos megtérülést (az állampapírokat kissé meghaladó hozamot) hordoz. A rádiós frekvenciáért fizetendő műsorszolgáltatási díj alapja 2011 második felétől - szemben az addigi fix összegű díjjal - a megelőző évi rádiós árbevétel lesz. A rádiós árbevétel szempontjából be kell majd számolni a sales house árbevételét is, ha a rádióüzemeltető társaságban és a sales house-ban azonos személybefolyásoló - 25 százalékot meghaladó - részesedéssel rendelkezik. Emiatt az üzleti ésszerűség és célszerűség azt kívánta meg, hogy a potenciálisan kevesebb árbevétellel és kisebb eredményességgel bíró rádióüzemeltető cégben csökkentsük részesedésünket.

Ennek megfelelően a végleges sales house modell kialakításának első lépéseként az EMG 2010. augusztus 6-án - a cég 700 millió forintos feltőkésítését követően - az FM1 Zrt-ben meglévő 100 százalékos részesedéséből 75 százalékot 530.000.000,-Ft-os vételáron a Székely Gábor magánbefektető 95 százalékos részvételével erre a célra létrehozott FM1 FRIENDS Kft. részére értékesített. A vételár 2010. augusztus 19-ig teljesítésre került és ezzel az érintett részvénycsomag tulajdonjoga is a vevőre szállt. Az FM1 Zrt. operatív vezetésében is változás történt, 2010. augusztus 6-tól a vezérigazgatói feladatokat Székely Gábor látja el.

A tranzakciót szabályozó szerződés szerint az országos rádiós frekvencia kizárólagos reklámértékesítési joga a műsorszolgáltatási jogosultság teljes időtartamára az EMG csoportnál maradt. Ez a fentiekben írtak szerint azt jelenti, hogy a rádiós árbevétel és az értékesítési tevékenység eredménye teljes egészében megjelenik majd az econet.hu konszolidált számaiban. A kizárólagos értékesítési jogosultság ugyanakkor azt is lehetővé teszi, hogy a NeoFM kereskedelmi alapon a média-portfóliónk egyéb elemeivel továbbra is szerves és egymást erősítő tartalmi, illetve értékesítési egységben működhessen.

A NeoFM a 2010 I-III. negyedévi hallgatottsági adatok alapján (Ipsos/GfK) a legtöbb területen fej-fej mellett halad a másik országos kereskedelmi rádióval, míg a kereskedelmi szempontból legfontosabb reggeli műsorsávban több havi mérés szerint is elérte és megtartotta a piacvezető pozíciót, marketing-kampányai, műsorpolitikája és zenei kínálata révén vezető helyet szerzett a kereskedelmi rádiós piacon. Mindemellett eleget tett az ORTT felé benyújtott eredeti pályázati vállalásainak is, azaz igen magas, 35 százalékos arányban sugároz magyar zenét, ami nem csak a rádiós piacnak, de a teljes magyar zenei életnek is kedvező.

Az ORTT tavaly október végi 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 ítélt 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 azzal igazolhatta, ha ő maga, vagy a benne befolyásoló részesedéssel rendelkező műsorszolgáltatási tevékenységet végzett.)

Az elsőfokú ítélet ellen mind a felperes, mind az alperesek fellebbezést nyújtottak be. A másodfokon eljáró Fővárosi Ítéletábrla 2010. július 14-én az elsőfokú ítélet helyben hagyása mellett mind az ORTT és az FM1 Zrt. alperesek, mind a Sláger Rádió Zrt. felperes fellebbezési kérelmeit elutasította és a Sláger Rádiót - az első fokon megítélt mintegy 7 millió forinton felül - mintegy 3 millió forint másodfokú perköltség megfizetésére kötelezte.

A másodfokú ítéletnek az FM1 Zrt. által hasznosított országos rádiós frekvencia birtoklása és működtetése tekintetében nincs közvetlen hatása. A jogerőssé vált elsőfokú ítélet ugyanis azt is kimondta, hogy a polgári bíróság nem kötelezheti az ORTT-t az FM1 Zrt. műsorszolgáltatási szerződésének felmondására. Erre egyébként az ORTT-nek a perben képviselt és általunk is mindenben osztott álláspontja szerint egyébként sincs jogi lehetőség.

A másodfokú ítélet kihirdetését követően változott a médiaszabályozás is: a média hatóság egy esetleges pályázati szabálytalanság esetén a már megkötött műsorszolgáltatási szerződést csak abban az esetben mondhatja fel azonnali hatállyal, ha a pályázati szabálytalanság kizárólag a műsorszolgáltatónak volt felróható. A NeoFM frekvenciájának pályáztatása kapcsán indult perben hozott jogerős ítéletből egyértelműen kiderül, hogy - az egyébként az alperesek által vitatott - szabálytalanság magából a pályázati kiírásból ered, azaz az a műsorszolgáltatónak egyáltalán nem róható fel.

Annak ellenére, hogy a jogerős ítélet a NeoFM működését a fentiek szerint nem érinti, az FM1 Zrt. az első-másodfokú döntésnek a felperesi keresetnek helyt adó részével szemben felülvizsgálati kérelmet nyújtott be. Ennek elvi alapja az, hogy az FM1 Zrt. tulajdonosai által létrehozott konzorcium és az FM1 Zrt. mind a pályázati eljárás, mind pedig a műsorszolgáltatási szerződés megkötése során mindig és mindenben a jogszabályi előírásoknak és a pályázati kritériumoknak megfelelően járt el.

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 megszüntette. A megállapodás ugyanakkor tartalmazta azt a kitételt is, hogy 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. 2010. április 29-én az EMG értékesítette a radiocafé Kft-t, így az előzőekben írt összeférhetetlenségi helyzet megszűnésével a radiocafé 98,6 közkezdvelt adása továbbra is hallható maradt. Az értékesítést megelőzően az FM1 Zrt-nek az addig a radiocafé Kft. tulajdonában volt 75 százalékos részvénycsomagja az EMG-hez került,

amely így időlegesen - a fentebb részletesen bemutatott 2010 augusztusi tranzakcióig - a NeoFM 100 százalékos közvetlen tulajdonosává vált. Az értékesített radiocafé Kft. üzletrész vételára több jövőbeli fejleménytől függően legfeljebb 200 millió forint lehet. A vételár mintegy 50 százaléka különféle gazdálkodási események függvényében 2011-ig válik esedékessé és kerülhet megfizetésre, míg a fennmaradó mintegy 50 százalék megfizetése kizárólag attól függ, hogy a radiocafé a 2012-ben lejáró budapesti regionális rádiós frekvenciáját meg tudja-e újítani a 2011-ben esedékes újrapiályázaton.



A Sziget Kft. akvizíciója kapcsán (melyet, illetve melynek átalakítását a *Sziget Kft. akvizíció* című alfejezet részletesen bemutat) kiemelést 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) másodfokon megnyerte. Ugyanakkor a felperes az ügyben felülvizsgálati kérelmet nyújtott be a Legfelsőbb Bírósághoz, amely a jelen gyorsjelentés közzétételének napján kézhez vett végzésével a másodfokon eljáró Fővárosi Bíróság végzését hatályon kívül helyezte és a másodfokú bíróságot az érdemi eljárás lefolytatására utasította. Ennek megfelelően a Fővárosi Bíróság az ügyben 2011. február 4. napjára tárgyalást tűzött ki. Említést érdemel ebben a körben, hogy egyfelől már az elsőfokú ítélet sem hozott olyan döntést, amely a Sziget Fesztivál megrendezését érdemben befolyásolta volna, másfelől a rendezvényen 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). Megjegyzendő az is, hogy a Sziget Kft. akvizíciójára vonatkozó szerződések értelmében a per főtárgyában történő pervesztés esetére elállási jogunk van, melynek gyakorlása esetén az addig kifizetett vételárak visszajárának. Mindemellett megítélésünk szerint a per újbóli folyamatba tétele a rendezvény megtartását érdemben továbbra sem befolyásolja, emellett a perben a jövőben is mindent megteszünk az eredményes védekezés érdekében.

Augusztus végén zárult le a 2010-es nyári fesztiválszezon. A fizetős rendezvényeken (StarGarden Fesztivál, VOLT Fesztivál, Heineken Balaton Sound, Sziget Fesztivál és kísérőrendezvényei, Fél-sziget Fesztivál) majd 700 ezer látogató vett részt és összességükben pozitív eredményt hoztak.

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 lehet a 800 millió forint körüli EBITDA elérése. Ekkorra az econet.hu Nyrt. és részvényesei a Sziget Kft. 75 százalékát birtokolhatják majd, összesen legfeljebb mintegy 5 milliárd forintnyi mindenkor teljesítményfüggő vételár (melyből 1,1 milliárd forint már kifizetésre került) ellenében, melyet csökkenthet 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.

A modell működőképességét mutató további pozitív fejlemény, hogy a 2010-es Sziget Fesztiválnak a Vodafone Magyarország Zrt. személyében a Dreher mellett újabb főszponzora is volt. A Vodafone támogatási döntésében jelentős szerepet játszott, hogy a Sziget egyike a - külföldön is - legismertebb magyar márkáknak, a Sziget Fesztivál pedig mára igazi „hungarikummá” vált. Fontos tényező volt ezen túl az is, hogy a Fesztiválon többszázezer, az újdonságok iránt fogékony látogató szólítható meg.

Az üzleti modellt erősíti továbbá az is, hogy a Sziget Kft. nem csak évről-évre megrendezi a megszokott rendezvényeit, hanem a magyar fesztiválpiacon fejlődésében is élen jár. A cég idén két jelentős újítással is jelentkezett: a Sziget Fesztiválon mobiltelefonos percalapú jeggyel, illetve a készpénzmentes és gyorsabb fizetést lehetővé tévő Balaton Sound és Sziget-kártyával.

A Sziget Kft. több évi keresés után talált egy új, tengerparti rendezvényre alkalmas helyszínt. Ezzel megnyílhat a lehetőség, hogy a marosvásárhelyi Fél-sziget Fesztivál után egy újabb külföldi rendezvény kerüljön lebonyolításra, amelyre a tervek szerint a horvát tengerparton, az isztriai félszigeten kerülhetne sor. Amennyiben a rendezvény megvalósításának jogi és üzleti feltételei előállnak, 2011-ben megrendezésre is kerülhet. A tervezett rendezvény részben a helyi, részben a régiós (olasz, szlovén, osztrák) közönséget, részben az ott nyaraló turistákat célozná meg programkínálatával.

Kockázatként jelentkezik, hogy amennyiben az EMG részéről 2010. november 29-ig nem kerülne kifizetésre a Sziget Kft. megvásárlását célzó tranzakció szerint akkor esedékes mintegy 1,45 milliárd forintos vételár, az akvizíciós folyamat megállna, és az eladók az ügylet megghiúsulása 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. november 29. közötti időszakra számított késedelmi kamatával, amely 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 megghiúsulása esetén az EMG részesedése a Sziget Kft-ben 13,5 százalékra csökkenne.



Befejeződött az indoor reklámeszközök optimalizálási folyamata, így a portfólióban immár egy hatékonyan értékesíthető eszközhálózat áll rendelkezésre. A cégcsoporton belüli hatékonyabb működés érdekében, az EMG 2009 végére összevonta a Pesti Est és az országos Est Lapok logisztikai feladatait az indoor eszközök kihelyezésének és karbantartásának feladataival. Az EXIT akvizícióhoz kapcsolódóan az indoor eszközök üzemeltetését is átvettük.



2009. IV. negyedévében kezdte meg működését az Est Music, amely az EMG koncertszervezési (booking) üzletága. Ide került emellett az online zeneértékesítési tevékenységünk is.

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 Est Music a 2010-es év első kilenc hónapjában 140 sikeres koncertet, fellépést szervezett az általa képviselt zenekaroknak.

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 1 millió zenezámot elérő zenei kínálatának. A 2008-ban elindult negatív világgazdasági események sajnos továbbra is kihatnak a zeneáruház működésére is, a forgalom az előző év azonos időszakához képest csökkenő tendenciát mutat.



Az EMGOnline üzletágának elemei a 2010. év III. negyedévében átlagosan heti 1,5 millió körüli látogatót regisztráltak. Az üzletág területének fontos eseménye volt, hogy 2010. március 31-én megújult az est.hu programajánló honlap, majd 2010 júniusától az eco.hu oldal - a cégcsoport legrégebbi online felülete - is új kontösben köszönti a látogatókat.

Az EMGOnline egyik hangsúlyos elemeként 2009 áprilisától az EMG értékesíti a Facebook reklámfelületeit Magyarországon.

A világ legnépszerűbb közösségi oldala, a Facebook magyarországi felhasználóinak száma 2010 harmadik negyedévére átlépte az 1,5 milliós határt is. A felhasználói tábor várhatóan ezután is napról-napra dinamikusan növekszik majd. 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 EMGOnline üzletág súlyát növeli a médiapiacra.

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 2011 végéig megvalósítandó fejlesztéssel egy olyan, magyar viszonyok között is elérhető árú és felhasználóbarát terméket kívánunk létrehozni, mellyel webes hozzáférés alapon kiváltható a kábel-TV előfizetés, és amelyre a nappaliban lévő összes szórakoztatási 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 júniusától mind kivitelében, mind tartalmi elemeiben megújult a Pesti Est és Est Lapok lapcsaládja. A megújuláshoz kapcsolódóan az előállítás állandó költségei - mind szerkesztés, mind gyártási oldalon - csökkentek.

A megújítás eredményeképpen a Pesti Est és a hozzá tartozó Est Lapok olvasottsága - hosszú idő után - ismét szignifikáns növekedésnek indult. A lapok együttes olvasottsága 2009 második felére 400 ezer fő körül stabilizálódott. Az EXIT-tel kiegészült programmagazin-családunk lapjait Budapesten hetente majd 350 ezren, országosan pedig közel 600 ezren olvassák.

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 elindult a Time Out Pécs. A kiadvány a Pécs 2010 Európa Kulturális Fővárosa programsorozat kapcsán került létrehozásra és az idei év során 10 alkalommal jelenik 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.

Az EMG 2010. április 13-án jelképes, 100 ezer forintos áron 20 százalékos részesedést szerzett a KJ Publishing Kiadói Korlátolt Felelősségű Társaságban. A KJ Publishing abból a célból került megalapításra, hogy a Sanoma Budapest Kiadói Zrt-vel az „EXIT” című programmagazin átvétele tárgyában 2010. március 16-án aláírt kötelező erejű Term Sheet megvalósításában részt vegyen. A KJ Publishing 2010. április 14-én a Sanoma Budapesttel aláírta az EXIT és az ahhoz kapcsolódó eszközök és vagyoni értékű jogok (lapengedély, védjegyek, exit.hu domain) átruházására vonatkozó szerződést, illetve kifizette a vételár első, mintegy 50 százalékos részletét. A szerződés alapján az EXIT-et a 2010. április 21-i lapszámtól kezdődően a KJ Publishing adja ki. A szerződés zárására - a nagyobb számú kapcsolódó szerződéses pozíciók (marketing együttműködések, lelőhelyekre vonatkozó területhasználati szerződések, stb.) és eszközök (pl. laptartó állványok) technikai átadás-átvételével és a vételár második részletének megfizetésével - 2010. június 14-én került sor.

A Média Üzletág eredményei

Az alábbiakban bemutatjuk a Média Üzletág szintjén konszolidált időszaki adatokat. A 2009Q1-Q3-as számok nem tartalmazzák az akkor még a konszolidációba be nem vont Fidelio Est Kft. és a D-E-G Lapkiadó Kft. (Time Out Budapest kiadója) adatait, valamint kiszűrésre kerültek azokból a konszolidációs körből időközben kikerült radiocafé Kft. számai. 2010 augusztusában kikerült a konszolidációs körből az FM1 Zrt., így az országos kereskedelmi rádiós tevékenység csak az EMG-nél mint sales house-nál megjelenő árbevétel és az EMG költségei között az FM1 Zrt. részére a reklámidőért fizetett ellenérték formájában jelenik meg.

2/A. Ábra: A Média Üzletág konszolidációba bevont cégeinek 2009Q1-Q3 és 2010Q1-Q3 egyedi számviteli nyilvántartásaiból levezetett IFRS szerinti, a Média Üzletág szintjén konszolidált adatsoraik összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1-Q3	2010Q1-Q3	Változás
Árbevétel	1 205 181	2 497 716	1 292 535
Üzemi eredmény	-426 530	-301 123	125 407
Értékcsökkenés	67 931	72 624	4 693

EBITDA	-358 599	-228 499	130 100
Adózott vállalkozási eredmény	-360 717	-519 270	-158 553

2009Q1-Q3-ról 2010Q1-Q3-ra az árbevétel több mint kétszeresére nőtt. Ez alapvetően a bázisévi számban még nem szereplő NeoFM-nek, EXIT magazinnak, Fidelio Estnek és Time Out Budapestnek, valamint a bázisévi számban csak kisebb mértékben szereplő Facebook reklámértékesítésnek tudható be, illetve kisebb részben hozzájárult ehhez az EMGPrint ún. Custom Publishing szegmense (különszámok) javuló teljesítménye is. Az árbevétel növekedésével párhuzamosan megnövekedett a költségszint (árbevétel csökkentve az üzemi eredmény összegével) is, hiszen értelemszerűen itt jelent meg a konszolidációs körön kívülre kifizetett reklám-ellenérték (NeoFM, EXIT, Facebook, radiocafé 98.6). Mindemellett az üzemi eredmény, illetve az EBITDA is mintegy 30 százalékkal javult a bázisidőszakához képest.

Az adózott eredmény ugyanakkor 158 millió forinttal csökkent, ami két egyszeri tételnek tudható be: a radiocafé Kft. üzletrész értékesítése a 2007-es bekerüléskori értékéhez képest egyrésztől 50 millió forintos veszteséggel járt, másrésztől a nem bizonyosan bekövetkező gazdálkodási eseményektől, illetve a körzeti frekvencia újbóli elnyerésétől függő vételárrészekre (mintegy 150 millió forint) a Társaság számviteli politikája értelmében automatikusan 100 százalékos céltartalékot képeztünk. Ha a számokat ezektől a hatásoktól megtisztítjuk, az adózott eredmény a megelőző év azonos időszakához képest 39 millió forintos növekedést mutat (lásd a 2/B. Ábrát).

2/B. Ábra: A Média Üzletág konszolidációba bevont cégeinek 2009Q1-Q3 és a radiocafé Kft. eladásának egyszeri hatásaitól megtisztított 2010Q1-Q3 egyedi számviteli nyilvántartásaiból levezetett IFRS szerinti, a Média Üzletág szintjén konszolidált adatsorainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1-Q3	2010Q1-Q3	Változás
Árbevétel	1 205 181	2 497 716	1 292 535
Üzemi eredmény	-426 530	-301 123	125 407
Értékcsökkenés	67 931	72 624	4 693
EBITDA	-358 599	-228 499	130 100
Adózott vállalkozási eredmény	-360 717	-321 770	38 947

* radiocafé Kft. eladásának eredményhatásától tisztított adatok

A javuló adatok mellett a gazdasági válság reklámpiacra gyakorolt hatásai még mindig érezhetőek. A kedvezőtlen makrogazdasági folyamatok (a 2010. III. negyedévben a szezonálisan és naptárhatással kiigazított adatok szerint az előző negyedévhez viszonyítva csupán 0,8 százalékkal növekvő GDP) nyilván nem segítik majd elő a lakossági fogyasztás gyors növekedését. A reklámköltségek visszaesésének hatása a nemzetközi piacokon is látható, pl. az Axel-Springer konszern 9 európai országban - köztük hazánkban is - jelenlévő Nemzetközi Print Üzletágában 2010 I-III. negyedévében a 2009-es bázisidőszakkal megegyező körben 3,6 százalékos reklámárbevétel csökkenés mutatkozott.

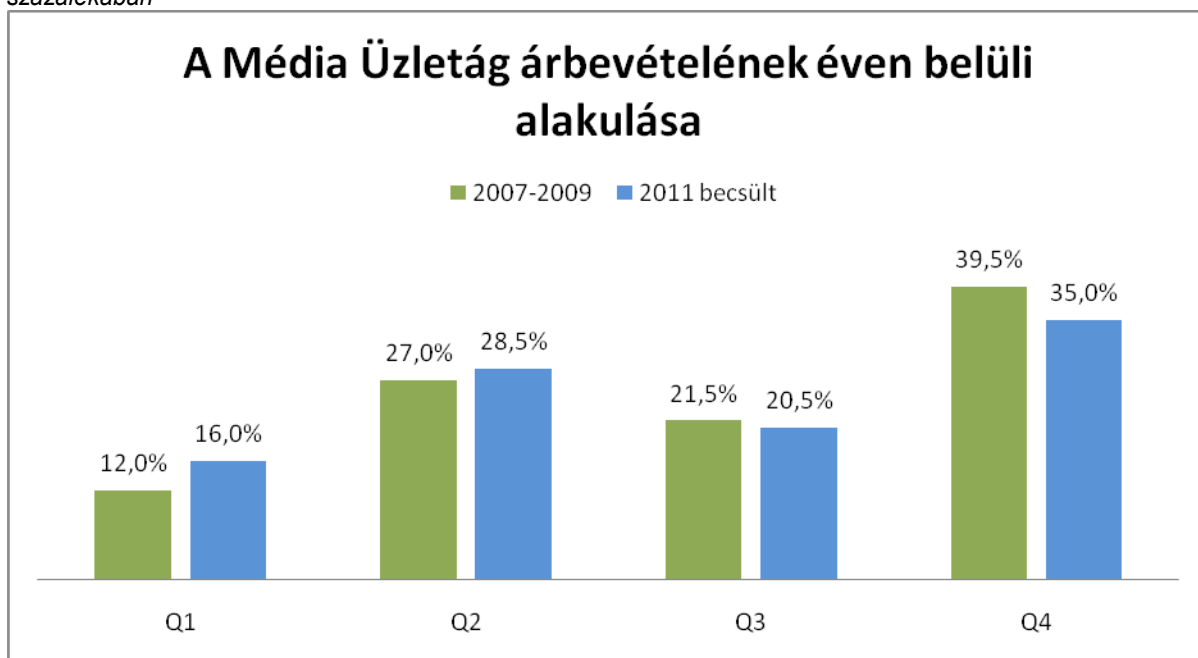
A Kantar Media (korábbi nevén TNS Media Intelligence) 2010 1-9. havi mérései szerint a teljes magyar reklámpiac - a médiainflációval nem számolva - kismértékű növekedést mutatott, de a médiatípusok közül csak a kábeltévé és az online display piac tudott erősödni az elmúlt év azonos időszakához képest, 61, illetve 30 százalékkal. A televíziós piac 10, a folyóiratok piaca 8, a napilapoké 4, a rádiós piac 5, a közterületi piac pedig 19 százalékos további visszaesést könyvelhetett el a 2009-es adatokhoz képest. Ezek az adatok nem az egyes hirdetési felületek által nyújtott kedvezmények után kialakuló tényleges - a listaáraknál lényegesen alacsonyabb - bevételeken alapulnak, hanem a megjelent hirdetések listaáraival számolnak (a 2009-es listaáras teljes reklámpiaci becslés egyébként 583 milliárd forint volt, míg a nettó költséket csak 162 milliárdra becsülték, azaz a nettó költség / listaáras költség átlagos reklámpiaci aránya 28 százalék körüli).

A listaáras méréshez képest a 2010-es évre vonatkozó előrejelzések ellentmondásosak, pl. az MEC (korábban Mediaedge:cia) Magyarországra vonatkozó becslése 6 százalékos további zsugorodással, míg a ZenithOptimedia Közép- és Kelet-Európára vonatkozó legutóbb 2010 októberében felülvizsgált előrejelzése 7 százalékos növekedéssel (ugyanakkor a magyar print piac tekintetében az eredeti márciusi előrejelzése szerinti 2,2 százalékos növekedéssel szemben már 6,8 százalékos csökkenéssel) számol.

A lenti 3. Ábrán látszik, hogy historikusan 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. Ezt az éven belüli megoszlást az országos kereskedelmi rádiós tevékenységnél (a korábbi frekvenciabirtokosnál) historikusan megfigyelhető ciklikusság (Q1: 20%, Q2: 30%, Q3: 20%, Q4: 30%) ugyanakkor kevésbé hullámzóvá teszi majd. A tavaly novemberben beindult NeoFM árbevételi számainak dinamikája egyelőre még nem tükrözi sem a jellemzően az országos kereskedelmi rádiókra eső rádiós reklámpiaci részesedést, sem a piac ciklikusságát. Ennek hátterében az áll, hogy a hallgatottsági és az árbevételi adatok növekedése közötti összefüggés egyfelől késleltetett (a hirdetők az utólagos hallgatottsági adatok alapján

előre költenek), másfelől a nagyobb reklámbüdzsék év eleji tervezésekor még nem állhatott megbízható adat a hirdetések rendelkezésére. Az országos kereskedelmi rádiókra eső, jellemzően 60-65 százalékos rádiós reklámpiaci tortából való megfelelő - és ciklikusan jelentkező - részesedésre az első teljes naptári éves működést követően, 2011-től számíthatunk majd, amikor a hirdetések már a hiteles és historikus hallgatottsági adatok alapján fognak tervezni. Addig, amíg ezt az állapotot elérjük, folyamatosan felfutó, a szezonális hatások által kevésbé befolyásolt árbevétellel számolhatunk. Ennek megfelelően a 2010-es felfutási időszak miatt a 3. Ábrán már a 2011-es „beállt” tevékenységű évet mutatjuk be.

3. Ábra: A Média Üzletág historikus (2007-09) átlagos negyedévenkénti árbevételi, illetve az országos kereskedelmi rádiós tevékenység árbevételével kombinált becstelt 2011-es adatai az adott év teljes árbevételének százalékában



Amint az alábbi 4. Ábra is mutatja, 2009Q3-ról 2010Q3-ra jelentős, bár a teljes Q1-Q3-as adatoknál valamivel alacsonyabb dinamikájú árbevétel növekedés figyelhető meg, míg az üzemi eredmény és az EBITDA sorokon - a szokásosnál is gyengébb nyári és őszi eleji reklámköltségek miatt az év első felében megfigyelhető alacsonyabb árbevétel növekedési dinamikából adódóan - mintegy 70 millió forintos csökkenés tapasztalható.

4. Ábra: A Média Üzletág konszolidációba bevont cégeinek 2009Q3 és 2010Q3 egyedi számviteli nyilvántartásaiból levezetett IFRS szerinti, a Média Üzletág szintjén konszolidált adatsorainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q3	2010Q3	Változás
Árbevétel	498 157	868 171	370 014
Üzemi eredmény	-23 628	-93 461	-69 833
Értékcsökkenés	24 957	23 565	-1 392
EBITDA	1 329	-69 896	-71 225
Adózott vállalkozási eredmény	-33 583	-121 754	-88 171

A Média Üzletág a válság előtt, 2008Q3-ban 737 millió forintos árbevétel mellett 10 millió forintos EBITDA és -42 millió forintos adózott eredményt ért el. Ugyan az árbevétel a 2010Q3-ban ennél magasabb volt, de mintegy 320 millió forint a konszolidációs körön kívüli médiaüzemeltetőknek (NeoFM, EXIT, Facebook, radiocafé 98.6) az értékesített reklámok ellenértékéért a sales house tevékenységünk körében kifizetésre került.

A 2010Q1-Q3 átlagos negyedévi költségszintje - a konszolidációs körön kívüli médiaüzemeltetőknek fizetett reklám ellenérték kiszűrésével - a 2009-es, 598 millió forintos átlagos negyedévi adatnál mintegy 20 millió forinttal magasabb. Ez a növekmény jelentős részben a konszolidációban 2010-től megjelenő Fidelio Est és Time Out Budapest költségeit fedi le. A 616 millió forintos 2010Q1-Q3-as átlagos negyedévi költségszint a 2008-as, 746 millió forintos átlagos negyedévi költségszinthez képest 130 millió forinttal kedvezőbb képet mutat.

A 2008 végétől drámai mértékben megváltozott reklámpiaci körülmények 2010-re történő áthúzódása ellenére az EMG a 2010-es év első kilenc hónapjában - a radiocafé Kft. értékesítése egyszerű hatásainak kiszűrésével -

jelentős mértékben javuló képet mutat 2009 azonos időszakához képest. A negatív üzemi eredmény csaknem 30 százalékkal javult, az árbevétel 107 százalékos növekedése mellett.

Az elkövetkező időszakban további költségcsökkentő lépéseket kell végrehajtani és egyébként is szigorú költséggazdálkodással arra kell törekedni, hogy az eredményesség tovább javuljon, míg a sales house tevékenység keretei között kiemelt figyelmet kell fordítani a nem a konszolidációs körbe tartozó médiatermékek, elsősorban a kisebbségi tulajdonunkban lévő NeoFM reklámértékesítésének további felfuttatására, hiszen az eredményes sales house tevékenység alapja az, hogy az értékesítési tevékenységgel kiszolgált termék is gazdaságosan és fenntarthatóan működjön. Természetesen ennek során figyelemmel kell lenni arra, hogy az eddig kialakított média-portfóliónk későbbi fejlődési és növekedési lehetőségei is fenntarthatóak maradjanak. A 2009-es évhez képest a 2010-es év adatait az árbevétel tekintetében milliárdos nagyságrendű növekedésben megtestesülő, a sales house eredményesség tekintetében pedig - figyelemmel arra, hogy bevezető-felfutó évről van szó - jelenleg még pontosan nem megbecsülhető módon befolyásolják majd az országos kereskedelmi rádió 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 időszakra időszakra történő volumen-változás mértéke pontosan nem jelezhető előre. A hirdetői aktivitás változatlansága - a válság reálgazdasági elhúzódása - esetére az EMG 2010-es minimum programja az, hogy az éves költségszint az éves árbevételt ne, vagy csak kisebb mértékben haladja meg.

A nemzetgazdaság 2009-es rossz teljesítménye (és a 2010Q3 stagnálása) sajnos nem ad okot különösebb pozitív várakozásokra, ugyanakkor a 2009-es egész évi és a 2010-es I-III. negyedévi adatok szerint (Nemzeti Médiaanalízis) a vásárlóerő csökkenésével párhuzamosan a fizetős sajtótermékeknel 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 teheti. A NeoFM elindulása és felfutása 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. Ennek okán az EMG alapvető célja az, hogy a válság után talpon maradók közül kiemelkedve áramvonalas és ütőképes 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, a teljes hazai médiapiacra éreztette hatását. Mindezen negatív folyamatok a 2009-es évben tovább erősödtek, illetve a 2010-es évre is áthúzódtak, érezhetően visszavetve a teljes reklám-, és ezáltal a médiapiac teljesítményét.

A teljes reklámpiaci bevételeinek alakulása jól mutatja az ágazatban tapasztalható válsághatásokat: amíg a teljes piac reklámköltsége a Magyar Reklámszövetség (MRSZ) nettó bevételekre vonatkozó becslése alapján 2008-ban több mint 7 százalékkal nőtt az előző évhez képest, addig ugyanez a szám 2009-ben 19,2 százalékos csökkenést mutatott. A TNS Media Intelligence listaáras mérései ugyanakkor csak 7,4 százalékos csökkenést mutatnak a 2009-es évre. A listaáras és a nettó bevételek visszaesése közötti különbség jól mutatja, hogy a keresleti oldalról hirtelen beszűkült hirdetési piacon a médiatulajdonosok a korábbinál jelentősen magasabb engedményeket adtak a hirdetőknél. A negatív tendencia ugyan megfordulni látszik, hiszen a Kantar Media (a korábbi TNS Media Intelligence) listaárakat figyelembe vevő felmérése szerint a teljes magyar hirdetési piac (napilap, folyóirat, indoor, közterület, online, rádió, mozi, kábeltévé, televízió) 2010 első kilenc hónapjában 5,3 százalékkal már növekedni tudott, azonban a kábeltévé és az online szegmens kivételével, amelyek 61, illetve 30 százalékos bővülést mutattak fel, minden más szegmens (magazinpiac -8, rádiós piac -5, indoor piac -26 százalék) további csökkenést könyvelhetett el a 2009-es év azonos időszakához képest.

A 2010-es év egészére vonatkozó friss előrejelzések továbbra sem erre az évre teszik a reklámpiac újbóli beindulását: így például a ZenithOptimedia becslése szerint a magyarországi nyomtatott sajtóreklámok piaca 6,8 százalékkal csökken majd, míg az MEC Medialab tavaszi előrejelzése szerint ez a piac újabb 16 százalékos esést könyvelhet majd el. A teljesség kedvéért tegyük hozzá, hogy az MEC Medialab a nyomtatott sajtóreklám piac visszaesését összefüggésbe hozza a romló olvasottsági trendekkel, ami az EMG portfólióba tartozó főként ingyenes termékekre nem igaz, ezeknél a válság hatása éppen fordított volt, növekvő olvasottságot hozott.

A magazinpiac

A magazinpiac egyértelműen az egyik vesztese a válságnak. Az MRSZ reklámköltési adatai alapján a teljes sajtóreklám piac 2009-ben 27,8 százalékos csökkenést realizált, és ezzel 50 milliárdos értékre tehető. Az EMG továbbra is az ingyenes programmagazinok vezető kiadója. Az EXIT értékesítési jogának megszerzésével az EMG az általa értékesített termékekkel a teljes sajtópiac még fontosabb szereplőjévé vált, részesedése 2010-ben meghaladhatja a 4 százalékot.

Miközben 2010 első kilenc hónapjában a nyomtatott sajtópiac listaáras bevételei 6 százalék körül csökkentek, az EMGPrint árbevétele - elsősorban a Custom Publishing szegmensnek köszönhetően - 7,3 százalékkal nőtt. Ha a bázisidőszakban még a portfólióban nem szereplő EXIT Magazint és különszámait a tárgyidőszakban figyelembe vesszük, úgy az EMGPrint árbevétele 23,3 százalékos növekedést mutat.

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 reklámköltések 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.

A teljes online piac nettó bevételei 2009-ben összesen kevesebb, mint 7 százalékkal nőttek az MRSZ becslése alapján. Mivel a mért médiumok köre is dinamikusan bővül, az új belépők nélkül mért eredmény már csökkenést mutat. Az online piacot is elérte tehát a válság, azonban az új belépőkkel együtt (de csak velük) továbbra is képes a növekedésre.

Ennek megfelelően az online piac 2010 első kilenc hónapjában 30 százalékkal nőtt az előző év azonos időszakához képest, jelentős részben szintén az új belépők - mérésben részt vevők - hatására. Az EMGOnline árbevétele ezzel szemben csaknem két és félszeresére nőtt, alapvetően a Facebook magyar nyelvű reklámfelületei EMG általi értékesítésének köszönhetően.

Az indoor piac

Az indoor piac 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. Ez a tendencia 2010 első kilenc hónapjában is folytatódott, a listaáras költések 26 százalékkal csökkentek az előző év azonos időszakához képest, ami az EMGIndoor üzletágának bevételeit is hasonló nagyságrendben érintette.

A broadcast (rádiós) piac

A rádiós piac számára a 2009-es év nettó hirdetési áron számolva több mint 30 százalékos csökkenést hozott. Ez a csökkenés azonban csak részben a válság hatása, a hirdetők, reklámozók természetesen realizálták a két országos frekvencián végbement változásokat, így sokan szegmensen kívül kerestek megoldást (nem rádiós megjelenésekkel), vagy teljes egészében „megtakarították” a rádiós reklámkeretüket.

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.

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

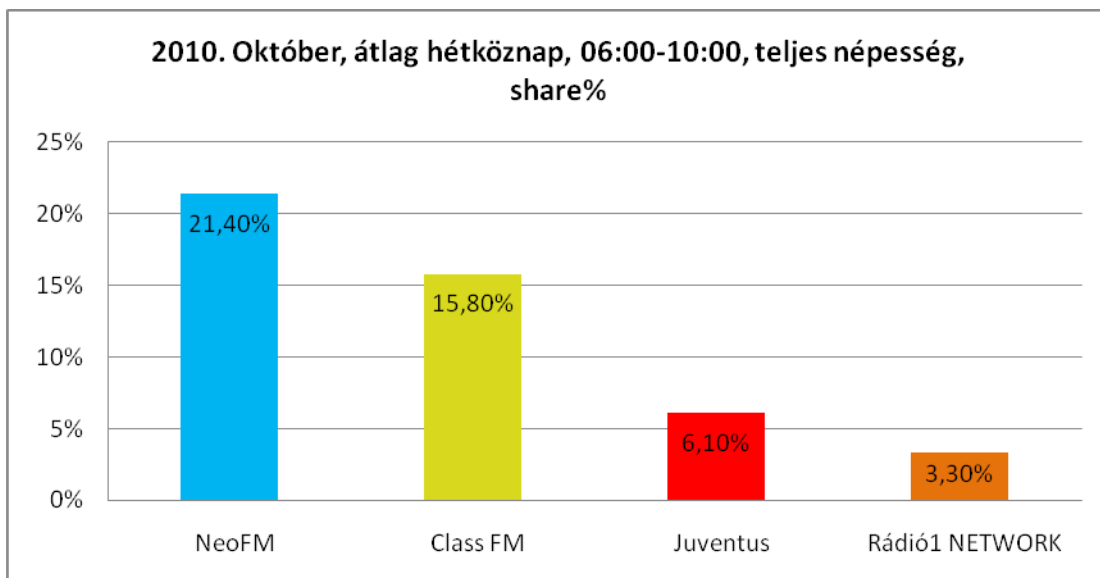
hátrányára történő átrendeződéséről számoltak be. Ezeket az eredményeket az első ízben 2010 januárjára vonatkozólag közzétett Ipsos-GfK „hivatalos” hallgatottsági mérés csak lényegesen kisebb mértékben igazolta vissza.

A reklámozók a 2010 előtti években a rádiós hirdetésekre szánt költségvetésük legnagyobb, csaknem kétharmadnyi részét a két országos kereskedelmi rádiónál költötték el, mivel itt tudták biztosítani a legmagasabb hallgatói eléréseket. Azzal, hogy az új országos adók a korábbi frekvenciabirtokosok hallgatottságát újra elérik (2010 első félévében ez lényegében megtörtént), ez a helyzet is lassanként - várhatóan leginkább a 2011-es reklámbüdzsék elosztásakor - visszaállhat, feltéve persze, hogy a hallgatottsági tendenciák ezt a piaci térnyerést továbbra is visszaigazolják.

A rádiós piac a 2011-ben és 2012-ben lejáró számos helyi és regionális frekvenciák újrapályáztatása kapcsán akár újabb jelentős átrendeződésnek nézhet elébe. Amennyiben reklámpiaci szempontból fontosabb szereplők kiesnének, úgy az új belépők a hallgatottsági adataik beállításáig minden bizonnyal nem volnának képesek elérni a korábbi frekvenciabirtokosok bevételeit. Ilyen esetben a hirdetői átvándorlás nyertesei között - ahogy ez ellenkező előjellel az országos frekvenciák újrapályáztatása esetében történt - valószínűleg ott lennének az országos kereskedelmi rádiók is.

A következő 5. Ábra a rádiós piacon kereskedelmi szempontból legfontosabb, hétköznap reggeli hallgatói részesedést mutatja be.

5. Ábra: A főbb kereskedelmi rádiók átlagos hétköznap reggeli hallgatói részesedése 2010. októberében (Ipsos/GfK adatok)



A reggeli műsorsávban a Bumeráng című műsorunk a 2010 januári indulását követő 3 és fél hónap alatt egyértelmű piacvezetővé vált és ezt a helyét azóta is őrzi.

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 érdeklősége a cég jövőbeni minél eredményesebb működésében. Ez utóbbi cél úgy valósul meg, hogy az eredeti eladó (a Gerendai Károly és

Takács Gábor érdekeltségében álló Szigerta Kft.) és a Lobenwein Norbert és Fülöp Zoltán érdekeltségében 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 változott.

2010. október 14-én az üzletrészek megvásárlását szabályozó szerződések akként kerültek módosításra, hogy egyfelől az eladók érdemi szerepet kapnak a lehetséges finanszírozási konstrukciók kialakításában, másfelől a 2010. október 15-én esedékes vételárak megfizetésének határideje - figyelemmel a már folyamatban lévő finanszírozási tárgyalásokra - 2010. november 29-re változott.

A Sziget Kft-vel, a VOLT Fesztivállal és a Balaton Sound Fesztivállal szembeni eredményelvárások a 2009-es év tekintetében nem érvényesültek. 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 kerültek alkalmazásra, a 2009-es év után vételár fizetési kötelezettség sem keletkezett. A tavalyi évről a fentiek szerint 2010. november 29-re módosult fizetési határidőt követően legközelebb 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.

6/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 6/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.

6/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 a 6/B. Ábrából is látható, 2009-ben 211 millió forint kifizetése volt esedékes, 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 részesedésszerzését is érintik, az alábbiak szerint:

6/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. november 29-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. november 29-re változik.

Azáltal, hogy a 2009-es válságév a tranzakció szempontjából kimaradt, azaz sem a teljesítmény-elvárások, sem a fizetési kötelezettségek tekintetében nem számítottak, továbbá, hogy a 2009-ben esedékes vételár-részeket csak 2010 második felében kell kamatmentesen megfizetni, az econet.hu Nyrt. lényeges potenciális terhektől mentesült. A módosítás lehetővé tette, hogy a forrásbevonásra kedvezőbb körülmények között és az econet.hu Nyrt. érdekeinek jobban megfelelő, rugalmasabb módon kerülhessen sor.

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 Társaság Igazgatósága az akvizíció zárása érdekében 2010. július 1-i ülésén felhatalmazta az elnökét, hogy a soron következő vételár-részlet teljesítéséhez szükséges források bevonása érdekében járjon el, ennek keretében készítsen elő egy 2010. őszi újabb, elsősorban nyilvános részvénykibocsátást, válassza ki az ennek lebonyolításához szükséges befektetési szolgáltatót, és gondoskodjon a szükséges igazgatósági ülések összehívásáról, döntések meghozataláról is. Figyelemmel azonban a július 1-i határozat meghozatala óta eltelt időszak makrogazdasági és tőkepiaci folyamataira, valamint a 2010. november 29-ig hátralévő rövid időre, a nyilvános kibocsátás jelenleg nem látszik célravezetőnek, így az aktuális vételár részletet más módon, akár zártkörű tőkebevonásból, akár tőkeágon kívüli más, a későbbiekben megfelelő piaci helyzetben tőkésíthető átmeneti finanszírozásból fedezzük.

Kockázatként jelentkezik, hogy amennyiben az EMG részéről 2010. november 29-ig nem kerülne kifizetésre a Sziget Kft. megvásárlását célzó tranzakció szerint 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. november 29. közötti időszakra számított késedelmi kamatával, amely 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.

A fentiekben részletezett módosítást követő 2009-es és 2010-es fesztiválszezonok nyereségessége jól mutatja, hogy a Sziget Kft. üzleti modellje a gazdasági válság körülményei között is működőképes. A fesztiválok pozitív mérlege és fejlődőképessége (új szponzorok szerzése, új szolgáltatások bevezetése, további külföldi terjeszkedés lehetősége, stb.) 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.

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 vagyongazdálkodási tevékenység folyik. Ez a Média Üzletág, valamint az econet.hu Nyrt. 2007 előtt szerzett nem média jellegű befektetéseknek 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 igénybevételére 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 2010Q1-Q3-as konszolidált eredményekhez az Anyavállalat csökkentő tétellel járult hozzá. Az időszaki adatokat az alábbi 7/A. és 7/B. Ábrákon foglaljuk össze.

7/A. Ábra: Az Anyavállalat 2009Q1-Q3 és 2010Q1-Q3 IFRS szerint összesített adatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1-Q3	2010Q1-Q3	Változás
Árbevétel	56 107	114 640	58 533
Üzemi eredmény	-177 925	-106 234	71 691
Értékcsökkenés	56 282	50 853	-5 429
EBITDA	-121 643	-55 381	66 262
Adózott vállalkozási eredmény	-28 598	-116 168	-87 570

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

7/B. Ábra: Az Anyavállalat 2009Q3 és 2010Q3 IFRS szerint összesített adatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q3	2010Q3	Változás
Árbevétel	18 456	39 306	20 850
Üzemi eredmény	-54 265	-29 705	24 560
Értékcsökkenés	18 722	17 187	-1 535
EBITDA	-35 543	-12 518	23 025
Adózott vállalkozási eredmény	-31 642	-39 275	-7 633

*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 relatív csekély mértékének 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. A 2010Q1-Q3 adózott vállalkozási eredményét mintegy 64 millió forinttal kedvezőtlenül befolyásolta a Társaság 2,1 millió darab saját részvényre vonatkozó, 72,96 forintos átlagáron nyitott határidős pozíciójának (melynek részleteit lásd A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei című alfejezetben) a beszámolási időszak végén történt továbbgörgetése.

A 2009Q1-Q3-ról 2010Q1-Q3-ra, illetve 2009Q3-ról 2010Q3-ra az Anyavállalat teljesítménye üzemi szinten javulást mutat, azonban az adózott eredmény szintjén a bázisidőszakhoz képest romlott. A bázisidőszaki adatot

viszont egy egyszeri tétel, az Externet Nyrt.-beli részesedésünk értékesítésén elért mintegy 123,5 millió forintos nyereség javította, aminek figyelmen kívül hagyása esetén a 2009Q1-Q3/2010Q1-Q3 adózott eredmény sor már mintegy 36 millió forintos javulást mutatna.

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

III.3. Konzolidált adatok

Az alábbi 8/A. és 8/B. Ábrákon bemutatjuk a 2009Q1-Q3/2010Q1-Q3 és 2009Q3/2010Q3 IFRS szerint konzolidált, nem auditált főbb mérlegadatainak összehasonlítását. A 2009-es számok értelemszerűen nem tartalmazzák az országos kereskedelmi rádiós tevékenység, továbbá az akkor még a konzolidációba be nem vont Fidelio Est Kft. és a D-E-G Lapkiadó Kft. (Time Out Budapest kiadója) adatait, továbbá a tavaly közzétett adatokból kiszűrésre került az azóta a konzolidációs körből kikerült Telekommunikációs Üzletág és a radiocafé Kft. teljesítménye.

8/A. Ábra: A 2009Q1-Q3 és 2010Q1-Q3 IFRS szerint konzolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1-Q3	2010Q1-Q3	Változás
Árbevétel	1 255 093	2 516 161	1 261 068
Üzemi eredmény	-596 106	-399 008	197 098
Értékcsökkenés	115 864	109 743	-6 121
EBITDA	-480 242	-289 265	190 977
Adózott vállalkozási eredmény	-384 797	-607 247	-222 450

8/B. Ábra: A 2009Q3 és 2010Q3 IFRS szerint konzolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q3	2010Q3	Változás
Árbevétel	514 548	875 412	360 864
Üzemi eredmény	-75 079	-120 352	-45 273
Értékcsökkenés	40 865	36 143	-4 722
EBITDA	-34 214	-84 209	-49 995
Adózott vállalkozási eredmény	-70 969	-147 834	-76 865

2009Q1-Q3-ról 2010Q1-Q3-ra az árbevétel 1,26 milliárd forinttal, 2009Q3-ról 2010Q3-ra pedig több mint 360 millió forinttal nőtt. Ez alapvetően a bázisévi számban még nem szereplő NeoFM-nek, EXIT magazinnak, Fidelio Estnek és Time Out Budapestnek, valamint a bázisévi számban csak kisebb mértékben szereplő Facebook reklámértékesítésnek tudható be, illetve kisebb részben hozzájárult ehhez az EMGPrint ún. Custom Publishing szegmense (különszámok) javuló teljesítménye is.

Az üzemi eredmény és EBITDA sorok is 2009Q1-Q3/2010Q1-Q3-ra csaknem 200 millió, illetve 190 millió forintos javulást mutatnak, míg 2009Q3/2010Q3-ra ugyanezen sorokon - a szokásosnál is gyengébb nyári és őszi eleji reklámköltségek miatt az év első felében megfigyeltnél alacsonyabb árbevétel növekedési dinamikából adódóan - mintegy 45, illetve 50 millió forintos csökkenés tapasztalható.

A 2009Q1-Q3/2010Q1-Q3 adózott eredmény sor kedvezőtlenebb képet mutat, mert egyfelől a bázisidőszak második negyedévében az Externet Nyrt. részesedésünk értékesítése miatt egyszeri tételként jelentkezett egy mintegy 123,5 millió forintos nyereség, másfelől a 2010-es beszámolási időszakban a radiocafé Kft. értékesítése kapcsán egyszeri rontó tételként jelentkezik a cég 2007-es 250 millió forintos bekerülési értéke és a 200 millió forintos eladási ár 50 millió forintos különbözete, továbbá a nem bizonyosan bekövetkező gazdálkodási eseményektől, illetve a körzeti frekvencia újbóli elnyerésétől függő vételárreszekre (mintegy 150 millió forint) a Társaság számviteli politikája értelmében automatikusan 100 százalékos céltartalékot képeztünk. Az adózott eredmény 2009Q3/2010Q3-ra - az üzemi eredménynek és az EBITDA-nak a szokásosnál is gyengébb nyári és őszi eleji reklámköltségek miatti csökkenésével párhuzamosan - szintén csökkenést mutatott.

Az alábbi 9. Ábrán bemutatjuk a 2009Q1-Q3/2010Q1-Q3 IFRS szerint konzolidált, nem auditált főbb mérlegadatainak összehasonlítását, mind a bázisidőszaki, mind a beszámolási időszaki adatokat megtisztítva a fenti egyszeri tételektől.

9. Ábra: A 2009Q1-Q3 és 2010Q1-Q3 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb, a bázisidőszaki és a jelen beszámolási időszaki egyszeri tételektől megtisztított mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1-Q3	2010Q1-Q3	Változás
Árbevétel	1 255 093	2 516 161	1 261 068
Üzemi eredmény	-596 106	-399 008	197 098
Értékcsökkenés	115 864	109 743	-6 121
EBITDA	-480 242	-289 265	190 977
Adózott vállalkozási eredmény	-508 334 ¹	-409 747 ²	98 587 ^{1,2}

¹ Externet Nyrt. részesedés eladásának eredményhatásától tisztított adatok

² radiocafé Kft. eladásának eredményhatásától tisztított adatok

A 9. Ábrából az egyszeri hatások kiszűrésével látszik, hogy az árbevétel növekedésből adódó üzemi eredmény és EBITDA javulás az adózott eredmény soron is valamivel kisebb mértékben megjelenik. Az időszak második negyedének adózott eredmény sorát terheli egy további, mintegy 65 millió forintos tétel (saját részvényekre vonatkozó határidős pozíció átkötésekor elszenvedett veszteség), amely egyszeri tétel nélkül a 2009Q1-Q3/2010Q1-Q3 adózott eredmény az üzemi eredmény és az EBITDA növekedéséhez hasonló mértékben nőne.

A cégcsoportnak árbevételi, üzemi eredmény és EBITDA szintű teljesítménye, illetve az egyszeri hatásoktól megtisztított adózott eredménye Q1-Q3-ról Q1-Q3-ra minden tekintetben jelentős javulást mutat, azonban a magyarországi reklámpiac szűküléséből és a reklámpiaci ciklikusságából adódóan még mindig a negatív tartományban van.

2010 első kilenc hónapjának negyedéves átlagos költségszintje - a sales house tevékenység átmenő forgalmát kiszűrve - a 2009-es, 687 millió forintos átlagos negyedévi adathoz képest több mint 30 millió forinttal javulva 655 millió forint volt.. Ez a 2008-as, 816 millió forintos átlagos negyedévi költségszinthez képest mintegy 160 millió forinttal kedvezőbb képet mutat.

A reklámpiaci ciklikusság az év utolsó negyedévében nekünk dolgozik majd, hiszen a piac mindenkor állapotától függetlenül az árbevételünk több mint egyharmad része ekkor fog jelentkezni. A 2010Q1-Q3-as adatok ellenére megerősítést adhat az a tény, hogy a Média Üzletág a legismertebb magyar brandeket birtokló médiavállalkozások egyike. 2010 végétől a kereskedőházi tevékenységünk a Geomédia portfóliójával fog bővülni.

A jelenlegi elhúzódó válsághelyzetet a Társaság minden valódi és látszólagos veszteség ellenére is előnyére fordíthatja. Az elmúlt két évben a működési költségek csökkentése mellett mind a cégcsoport saját tulajdonú média-portfóliója, mind az értékesített média-portfólió lényegesen megnőtt. Ezzel a cégcsoport készen áll arra, hogy a makrogazdasági folyamatok javulása és a lakossági fogyasztás megindulása esetén visszaerősödő reklámköltségekkel profitálhasson. A válság idején a Társaságot egy áramvonalas, ütőképes és méretében a korábbinál lényegesen nagyobb médiavállalattá változtattuk, amely ezzel egy üzletmenetében transzparens és könnyen áttekinthető, a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén egyedülként reprezentáló cégcsoportként működik. Nálunk 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 tőzsdei jelenléte.

IV. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei

A 2009-es 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 közzétettük.

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, 2009. december 17-én 126 forintos részvényenkénti átlagáron 2010.

márciusi határidőre, 2010. március 17-én 129 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. júniusi határidőre, 2010. június 17-én 100,5 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. szeptemberi határidőre, majd 2010. szeptember 17-én 2010. decemberi határidőre 103,4 forintos részvényenkénti átlagáron görgetett tovább. A tranzakciókra tőzsdei ügyletek keretében, az Equilor Befektetési Zrt. mint befektetési szolgáltató igénybevételevel került sor.

A Társaság 2010. február 1-én 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.

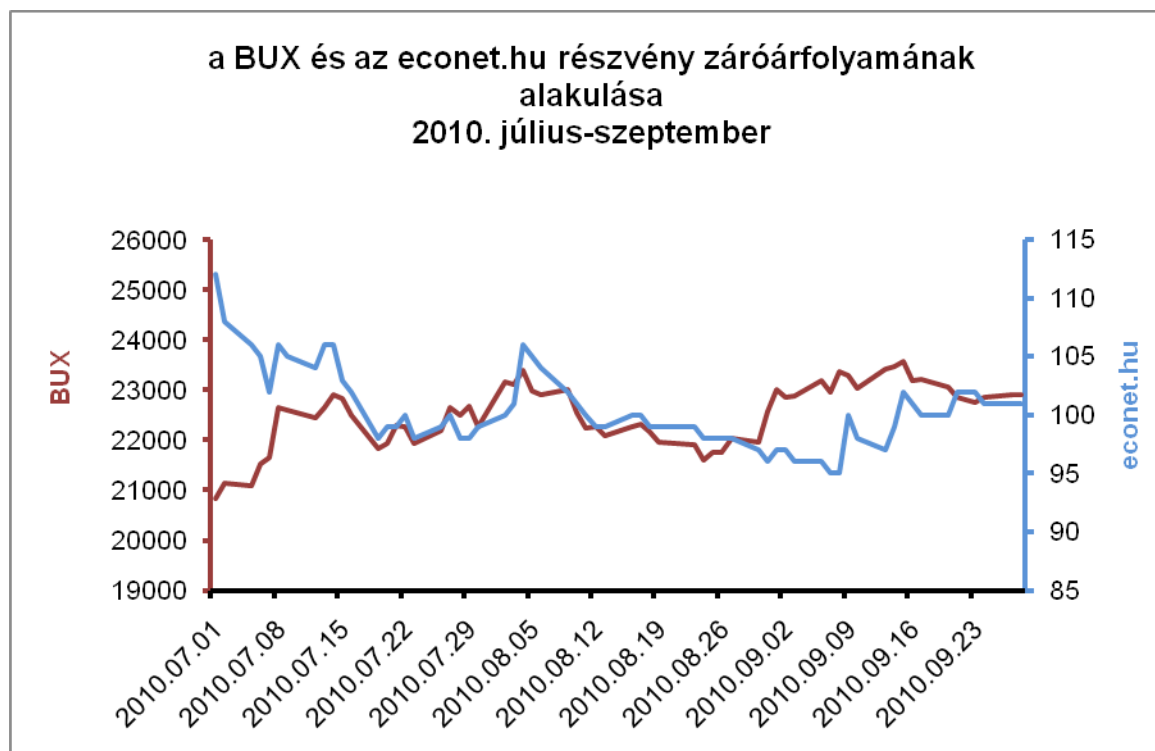
A Társaság Igazgatósága a felhatalmazás alapján, 2010. július 1-i és 2010. augusztus 6-i határozataival a Társaság alaptőkéjét 4,95 milliárd forintról 5,851 milliárd forintra zárt körben, 111 százalékos árfolyamon kibocsátott részvényekkel felemelte. A cégbíróság az alaptőke-emelést 2010. augusztus 17-én bejegyezte. Az újonnan kibocsátott részvények 2010. november 15-én bevezetésre kerültek a Budapesti Értéktőzsdére.

A Társaság 2010. augusztus 2-án rendkívüli közgyűlést tartott, ahol az Igazgatóság, a Felügyelő Bizottság, illetve az Audit Bizottság tagjait visszahívták, részben újraválasztották, illetve új testületi tagokat választottak meg. Ennek során a korábban 10 tagú Igazgatóság 4 tagúvá vált. Emellett a Közgyűlés a Társaság Alapszabályát is módosította, alapszabályi szinten is megteremtve az elnöki és vezérigazgatói tisztség szétválaszthatóságát.

IV.1. Részvény adatok

A Társaság részvényei továbbra is a Budapesti Értéktőzsde Részvények „A” kategóriájában forognak, immár hetedik időszakban BUX-kosártagként, a BUMIX-kosárban való folyamatos részvétel mellett. Bár a 2010 első kilenc hónapjának átlagos napi forgalma nem érte el a 100 millió forintot és így a részvény a jogszabályi meghatározás szerint nem minősül likvid értékpapírnak, az econet.hu részvény a forgalmi adatok alapján továbbra is a BÉT legnagyobb forgási sebességű tőzsdei részvényeinek egyike.

10. Ábra: a BUX és econet.hu részvény árfolyamának alakulása 2010Q3-ban (portfolio.hu adatok)



Az econet.hu részvények 2010 harmadik negyedévi átlagos napi forgalma 22,8 millió forint volt. A július 1-i nyitóár 112 forint, a szeptember 30-i záróár 100 forint volt.

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) vagyongazdálkodási tevékenységéből kell kiindulni, amiből következően a Társaság befektetéseként szereplő vállalatok, tehát a Média Üzletág és a nem média jellegű befektetések tevékenységéhez kapcsolódó kockázatokot 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 gyorsan változnak az internetes felhasználói szokások. Ennek következtében az ezt kiszolgáló alkalmazások az elmúlt évek során jelentős változáson mentek keresztül, amely természetesen kockázatként jelentkezik 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, továbbá kockázatot jelenthet a meghatározó munkatársak esetleges távozása, vagy egy olyan hasonló arculatú és zenei világú kereskedelmi rádió megjelenése is a piacon, amely eredményes marketing- és sales stratégiával elcsábíthatja a hallgatókat és egyidejűleg a hirdetőköt is, 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 rendezvényszervezői 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 fentebb részletekben röviden vázoljuk az ezzel kapcsolatos elgondolásainkat. Általános érvennyel 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 ártékelési 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 tudásunk 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 2010. november 11-én közzétett törzsrészevények tőzsdei bevezetéséhez készített összevont tájékoztató és hirdetmény, melynek közzétételét a PSZÁF KE-III-476/2010. számú határozatával 2010. november 9-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 (pl. az EXIT kisebbségi részesedése),
- (b) saját vagy külső partnerrel közös termékfejlesztéseken keresztül (fontos példa a saját termékfejlesztésre a NeoFM felállítására, a legutóbbi példa pedig a METACOM Holdinggal kötött megállapodás új típusú törzsvásárlói és fizetőkártya szolgáltatások nyújtására),
- (c) reklámértékesítési vagy kiadói képviselet ellátásával (erre a közelmúltban több példa is volt: a TimeOut Budapest megjelentetése, a facebook.com magyarországi, illetve legutóbb az EXIT magazin 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. diákkedvezmények a Sziget Fesztiválra, elővételi akciók). Közép- és hosszútávon itt is célunk, hogy akár a magyar, akár más piacokon újabb, az előzőekben írtaknak megfelelő rendezvényeket hozzunk létre (pl. StarGarden Fesztivál), alapvetően a Sziget Kft-ben felhalmozott tapasztalatra és üzleti kapcsolattrendszerre 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 zeneáruháza 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 megeremthetősége 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 pozicionálható eléréssel tudja megszólítani. Az EMG termékei így a hirdetőik számára is értékes reklámeszközökként 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 az azóta kialakított sales house modellben a NeoFM az EMG egyéb média-portfóliójával mindenkor szerves, egymást erősítő tartalmi, illetve értékesítési egységben működhessen. A NeoFM kapcsán kialakított sales house modell utat nyitott annak is, hogy az EMG külső tulajdonú médiatermékeket is értékesítsen. A Geomédia Zrt-vel elhatározott együttműködés az értékesített portfóliót és ezen keresztül az EMG tulajdonában álló termékeket is tovább erősítheti.

A Sziget Kft. akvizíciós folyamatának 2009. május 8-ai 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 médiavállalkozássá 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 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 befektetései 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 értéknövelés lehetőségének megerősítésén 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 nyereségesség 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, ezért - persze a mindenkori tőkepiaci helyzettől nem függetlenül – a 2010. nyárin túli tőkebevonásra is szükségünk lehet. 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, elhúzódó válságidőszakban pedig becsült adatok közzétele a Társaság álláspontja szerint nem volna felelős magatartás.

A Társaság az elmúlt években megtett lépéseken kívül is a minél transzparenssebb működésre törekszik, részben a befektetői kapcsolattartás fejlesztésével, 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 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 című szakmai folyóirat 2010. május 18-án tette közzé a magyar médiaipar 50 legbefolyásosabb emberének listáját, melyen 13. helyen szerepel Kádár Tamás, az EMG ügyvezetője és a Magyar Reklámszövetség elnökségi tagja, 20. helyen szerepel Gerendai Károly, a Sziget Kft.

ügyvezetője, valamint 48. helyen szerepel Balázs Csaba, az econet.hu Nyrt. elnök-vezérigazgatója is. Gerendai Károly 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 radiocafé Kft-ben meglévő részesedés 2010 második negyedében, míg az FM1 Zrt. 75%-a 2010. augusztus 19-én értékesítésre került, emiatt a Társaság számviteli politikája szerint a radiocafé Kft. és az FM1 Zrt. kikerültek a konszolidációs körből. A Társaság számviteli politikája alapján a radiocafé Kft. adatai a bázisidőszaki adatokból kiszűrésre kerültek (az FM1 Zrt. 2009 második felében alakult), továbbá a radiocafé Kft. és az FM1 Zrt. a tárgyidőszaki konszolidációba nem kerülhetett bevonásra. Ennek megfelelően az időszaki adatok összehasonlíthatósága érdekében a 2009-es bázisidőszaki adatok a tavaly közzétettekhez képest eltérőek: a radiocafé Kft. adatai nélkül kerülnek bemutatásra, azonban maga a radiocafé Kft. részesedés értéke a bázis időszakban a megfelelő soron szerepel.

A mérlegfőösszeg 6 százalékkal magasabb a bázisidőszakihoz képest. Eszköz oldalon a *Forgóeszközök* 23 százalékkal nőttek, a *Hosszú távú befektetések* 3 százalékkal, az *Ingatlanok, ingók a termelésben* 5 százalékkal, az *Immateriális javak* pedig 3 százalékkal csökkentek. Forrás oldalon a *Rövid lejáratú kötelezettségek* 7 százalékkal, a *Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek* 262 százalékkal, a *Saját tőke* pedig 3 százalékkal nőtt.

A konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok 2010. szeptember 30-án: 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., Tele EST Kft, D-E-G Lapkiadó Kft. és a Fidelio EST Kft. Egy évvel korábban az említetteken túl a konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaság volt még az azóta értékesítésre került radiocafé Kft. 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., PHONON 450 Zrt. és a SANORG Kft. (amelynek tevékenysége a 2007. augusztusi akvizíciót követően az O-Zone Kft-be és a Pesti Est Kft-be integrálódott be).

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)					
Ss z.		Megnevezés / E Ft	2009.09.30	2010.09.30	változás %
1	A	Forgóeszközök	2 776 367	3 418 729	23%
2	I.	Pénzeszközök	5 452	68 831	1162%
3	1.	Szabad rendelkezésű pénzeszközök	5 452	68 831	1162%
4	2.	Elkülönített pénzeszközök			
5	3.	Azonnal pénzé tehető, likvid értékpapírok			
6	II.	Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok	692 764	615 326	-11%
7	1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok			
8	2.	Eladásra szánt hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok	692 764	615 326	-11%
9	3.	Egyéb céllal tartott hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok			
10	III.	Követelések	2 074 312	2 734 422	32%
11	1.	Vevőkövetelések	469 416	1 024 054	118%
12	2.	Váltókövetelések		106 000	
13	3.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése	886 366	678 066	-24%
14	4.	Termékre és szolgáltatásra adott előlegek	11 101		-100%
15	5.	Letételek, óvadékok			
16	6.	Egyéb követelések	543 559	704 193	30%
17	7.	Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege	163 870	222 109	36%
18	8.	Folyamatban lévő kivitelezések ráfordításainak és bevételeinek pozitív egyenlege			
19	IV.	Készletek	3 839	150	-96%
20	1.	Késztermékek	69		-100%
21	2.	Befejezetlen és félkész termékek			
22	3.	Növendék-, hízó- és egyéb állatok			
23	4.	Alap, segéd és üzemanyagok			
24	5.	Kereskedelmi áruk	3 770	150	-96%
25	V.	Halasztott ráfordítások			
26	B	Hosszú távú befektetések	1 810 484	1 750 018	-3%
27	I.	Értékpapírbefektetések	1 799 588	1 735 629	-4%
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	684 041	587 582	-14%
32	II.	Befektetési alapokba történő befektetések			
33	III.	Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök	10 896	14 389	32%
34	IV.	Hátrasorolt követelések			
35	V.	Tárgyi eszköz befektetések			
36	C	Ingtatlanok, ingók a termelésben	72 920	69 283	-5%
37	I.	Ingtatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok	16 962	15 581	-8%
38	II.	Gépek, berendezések, járművek	52 860	43 502	-18%
39	III.	Nagyértékű szerszámok			
40	IV.	Lízingelt eszközök	3 090	8 500	175%
41	V.	Biológiai eszközök, természeti erőforrások			
42	VI.	Folyamatban lévő beruházások, felújítások	8	1 700	21150%
43	D	Immateriális javak	3 528 543	3 430 524	-3%
44	I.	Kísérleti fejlesztés értéke			
45	II.	Vagyoni értékű és egyéb használati jogok (ingatlanhoz nem kapcsolódó jogok)	43 343	58 290	34%

46	III	Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek	1 193 238	1 051 964	-12%
47	IV	Üzleti vagy cégérték	2 291 962	2 320 270	1%
48		Eszközök összesen	8 188 314	8 668 554	6%

1.1. A **Forgóeszközök** állománya mintegy 23 százalékkal nőtt, melynek értékét több tényező az alábbiak szerint befolyásolta.

1.1.1. A *Pénzeszközök* állománya a fordulónapon mintegy 69 millió forintot tett ki, mely 1.162 százalékos növekedés a bázis időszakhoz képest.

1.1.2. A *Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok* értéke 11 százalékkal csökkent a 2009 év végi részesedés értékelés során a részesedésekre elszámolt értékvesztések, valamint az időközben értékesített diszkontkincstárjegyek miatt.

1.1.3. A *Követelések* 32 százalékos növekedése a *Vevőkövetelések, 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, valamint a Termékre és szolgáltatásra adott előlegek* értékének a csökkenése.

1.1.3.1. A *Vevőkövetelések* 118 százalékkal nőttek, ami alapvetően a forgalom bázis időszakhoz képest 100 százalékos növekedésének tudható be.

1.1.3.2. A *Váltókövetelések* sor összege 106 millió forinttal nőtt, az FM1 Zrt. értékesítésekor a vételár részeként kézhez vett 2011. első negyedévében lejáró váltó miatt.

1.1.3.3. A *Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelései* 24 százalékkal csökkentek. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni kötelezettségei. A csökkenés jelentős részét a radiocafé Kft-vel szembeni, a bázis időszakban még nyitott tételek rendezése teszi ki.

1.1.3.3. A *Termékekre és szolgáltatásokra adott előlegek* sor összege mintegy 11 millió forinttal csökkent.

1.1.3.4. Az *Egyéb követelések* 30 százalékkal növekedtek, elsősorban a tevékenység bővülése miatt. 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 36 százalékkal nőtt, ami a konszolidációba bevont társaságok elhatárolt veszteségeire jutó várhatóan megtérülő, nagyobb részt a korábbi évekből, kisebb részt az idei évből származó társasági adót tartalmazza.

1.1.4. A *Készletek* állománya mintegy 4 millió forinttal csökkent.

1.2. A **Hosszú távú befektetések** volumene 3 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. A *Befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsolt vállalkozásokba* sor értékének a 2009 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. Ezen felül - a 2010-es értékesítés miatt - a radiocafé Kft. könyvi értéke megjelenik a bázisidőszaki adatokban, valamint a tárgyidőszak számaait növeli az FM1 Zrt-ben meglévő 25 százalékos részesedés könyvi értéke.

1.2.2. A *Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök* sor összege eszköz- és irodabérlethez kapcsolódó kauciókból áll.

1.3. Az **Ingatlanok, ingók a termelésben** volumene 5 százalékkal, mintegy 3,5 millió forinttal csökkent és az összetétele is nominálisan kismértékben változott.

1.4. Az **Immateriális javak** értéke a bázisidőszakhoz képest 3 százalékkal csökkent. Összességében a *Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek* sor hatását részben ellensúlyozta a *Vagyoni értékű és egyéb használati jogok, valamint az Üzleti vagy cégérték* sorok bővülése. A *Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek* értéke 12 százalékkal csökkent az elszámolt értékcsökkenés miatt. A *Vagyoni értékű és egyéb használati jogok* sor 34 százalékkal, míg az *Üzleti vagy cégérték* sor 1 százalékkal növekedett. 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	2009.09. 30	2010.09. 30	változás %
49	E	Rövid lejáratú kötelezettségek	2 181 854	2 336 233	7%
50	1.	Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból	702 205	1 157 947	65%
51	2.	Váltótartozások			
52	3.	Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök	929 394	472 942	-49%
53	4.	Kapott előlegek, előrefizetések	51 692	55 563	7%
54	5.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei	184 775	313 886	70%
55	6.	Halasztott bevételek	93 121	70 043	-25%
56	7.	Halasztott adótartozások			
57	8.	Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek	220 667	265 852	20%
58	F	Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek	50 198	181 523	262%
59	1.	Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök	18 953	18 953	
60	2.	Tartozások kötvénykibocsátásból, átváltoztatható kötvények			
61	3.	Lízingtartozások	646	5 087	687%
62	4.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei	27 522		-100%
63	5.	Egyéb hosszú lejáratú kötelezettségek	1 727		-100%
64	6.	Hátrasorolt kötelezettségek			
65	7.	Várható jövőbeni kötelezettségek	1 350	157 483	11565%
66	G	Saját tőke	5 956 262	6 150 798	3%
67	I.	Jegyzett tőke	4 950 000	5 851 000	18%
68	II.	(-) Visszavásárolt részesedések könyv szerinti értéken			
69	III.	A részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon	2 443 086	2 542 196	4%
70	IV	Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény	-1 468 801	-2 234 819	-52%
71	V.	Piaci értékelési különbözetek			
72	VI	Külső tulajdonosok részesedése	31 977	-7 580	-124%
73		Források összesen	8 188 314	8 668 554	6%

2.1. A **Rövid lejáratú kötelezettségek** 7 százalékkal nőttek, összetételük megváltozott.

2.1.1. A *Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból* állománya 65 százalékkal nőtt, alapvetően a cégcsoport és tevékenysége volumene növekedésének betudhatóan.

2.1.2. A *Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök* állománya 49 százalékkal csökkent az időközbeni törlesztéseknek köszönhetően. 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 7 százalékkal, volumenében mintegy 4 millió forinttal nőtt.

2.1.4. A *Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei* mintegy 70 százalékkal növekedtek, főként a sales house tevékenység bővülésének köszönhetően. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni rövid lejáratú követelése.

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 20 százalékkal nőtt, ami részben a konszolidációba teljes körűen bevont társaságok számának növekedésének tudható be.

2.2. A **Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek** állománya 262 százalékkal nőtt.

2.2.1. A *Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök* soron került kimutatásra a Fénypont Kft. külső tulajdonosa által a társaság számára korábban biztosított hosszú lejáratú kölcsön.

2.2.2. A *Lízingtartozások* volumene mintegy 4 millió forinttal nőtt, ami a konszolidációs kör bővülésének és új eszköz beszerzésnek tudható be.

2.2.3. A *Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei* soron a bázis időszakban szereplő adatok időközben átsorolásra kerültek a *Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei* közé.

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

2.2.5. A *Várható jövőbeni kötelezettségek* értéke a radiocafé Kft. eladása kapcsán képzett 147,5 millió forintos céltartalékkal nőtt.

2.3. A **Saját tőke** a bázisidőszakhoz képest 3 százalékkal nőtt. A *Jegyzett tőke* és a *Részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon* a 2010. augusztus 6-i 111 forintos árfolyamon végrehajtott tőkeemelés hatásaként nőtt, amit részben ellensúlyozott az *Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény, mely sor* változását a bázis időszak óta elkönyvelt negatív eredmény, valamint a társasági adókulcs évközi változásának hatásaként a korábbi évek halasztott adójának korrekciója idézte elő. A alaptőke-emelések során a névértéken felüli ázsio 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	2009.09.30	2010.09.30	változás %
1	+	Értékesítés nettó árbevétele	1 255 093	2 516 161	100%
	+/-				
2	-	Aktivált saját teljesítmények	24 009		-100%
3	-	Anyagjellegű ráfordítások	1 489 443	2 510 313	69%
4	-	Személyi jellegű ráfordítások	269 901	295 113	9%
5	-	Értékcsökkenési leírás	115 864	109 743	-5%
6	=	Üzleti tevékenység eredménye	-596 106	-399 008	33%
7	+	Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei	188 180	39 194	-79%
8	+	Egyéb bevételek és nyereségek	78 372	105 295	34%
9	-	Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei	103 173	183 306	78%
10	-	Egyéb ráfordítások és veszteségek	59 654	259 806	336%
11	=	Adózás előtti eredmény	-492 381	-697 631	-42%
12	-	Jövedelemadó	-111 415	-70 543	37%
13	=	Szokásos vállalkozási tevékenység eredménye	-380 966	-627 089	-65%
	+/-				
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	3 831	-19 842	-618%
21	=	Adózott vállalkozási eredmény	-384 797	-607 247	-58%
22		Egyszerű EPS korrekciók nélkül (Ft / db)	-7,7737	-10,3785	-34%
23		- ebből: üzleti eredményre jutó:	-12,0425	-6,8195	43%
24		- ebből: szokásos vállalkozási tevékenység eredményére jutó:	-7,6963	-10,7176	-39%
25		- ebből: megszűnő tevékenység eredményére jutó:			
26		- ebből: számviteli politika változásainak eredményére jutó:			

3.1. Az *Értékesítés nettó árbevétele* a tárgyidőszakban mintegy 2.516 millió forint volt, ami 100 százalékos növekedést jelent a bázis időszakhoz képest, amelynek értéke a konszolidációba teljes körűen bevont társaságok tevékenységéből a konszolidációs körön kívülről származó árbevételeket tartalmazza.

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

3.3. Az *Anyagjellegű ráfordítások* a sales house tevékenységnek a konszolidációs körön kívülről történő reklámfelület vagy reklámidő megrendelése miatt 69 százalékkal, a *Személyi jellegű ráfordítások* 9 százalékkal nőttek, az *Értékcsökkenési leírás* pedig 5 százalékkal csökkent.

3.4. Az *Üzleti tevékenység eredménye* 33 százalékos javulás mellett -399 millió forint. 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.

3.5. A *Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei*, illetve a *Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei* sorok főként az adott és kapott kamatokat, árfolyamnyereségeket, árfolyamveszteségeket tartalmazzák. 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), valamint a tárgyi eszköz értékesítésekhez kapcsolódó könyvi érték kivezetések és a céltartalék képzések. Az itt említett négy eredmény sor összehatása a tárgyidőszakban mintegy -298,6 millió forint, amiből a radiocafé Kft. értékesítésének eredményhatása -197,5 millió forintot tesz ki (ebből -50 millió forint árfolyamveszteséggént a *Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei* soron, -147,5 millió forint céltartalékként az *Egyéb ráfordítások és veszteségek* soron jelenik meg).

Összességében Társaságunk 2010. év III. negyedéves IFRS szerint konszolidált, nem auditált adózott vállalkozási eredménye -607,247 millió forint volt, amelyhez döntő részben a 2010. év I. negyedévének 342,713 millió forintos vesztesége és az összesen -261,550 millió forintos eredményt érintő egyszeri tételek (radiocafé Kft. értékesítésének 197,5 millió eredményhatása és a saját részvényekre vonatkozó határidős pozíciókon elszenvedett 64,050 millió forintos veszteség) járultak 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 tudásunk 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 tény, amely a kibocsátó helyzetének megítélése 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 vonatkoznak. 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, védjegyjog alatt álló szöveges vagy képi megjelölések minden esetben a védjegyjogosult tulajdonát képezik. Azok bármilyen felhasználása kizárólag a vonatkozó védjegyjogosult engedélyével történhet.

A társaság 2010. évi III. negyedéves gyorsjelentése teljes terjedelmében megtekinthető 2010. november 19-től a társaság székhelyén (1117 Budapest, Hauszmann Alajos u. 3.) és honlapján, a www.econet.hu címen, a BÉT honlapján a www.bet.hu cím alatt, valamint a www.kozzetetelek.hu oldalon.

**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:	2010.01.01.-2010.09.30.	
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.	5 851 000 000	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
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
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)

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

	¹	2009Q3 ²	2010Q2 ²	2010Q3 ²	Q/Q	Y/Y
BetaGrid Kft.	L	141 167	122 104	115 814	-5,2%	-18,0%
D-E-G Lapkiadó Kft. ³	L	n/a	-95 474	-119 434	-25,1%	n/a
econet.hu Nyrt.	L	6 548 639	6 223 789	7 188 843	15,5%	9,8%
econet Invest Kft.	L	838 086	784 885	779 411	-0,7%	-7,0%
EST Media Group Kft.	L	1 853 174	1 756 107	1 686 936	-3,9%	-9,0%
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	L	516 896	519 089	520 108	0,2%	0,6%
Fénypont Kft.	L	75 749	71 871	70 509	-1,9%	-6,9%
Fidelio EST Kft. ³	L	n/a	31 538	29 749	-5,7%	n/a
GridTech Kft.	L	126 818	107 134	100 668	-6,0%	-20,6%
GridLogic Kft.	L	983 822	983 980	984 147	0,0%	0,0%
Magyar Vendor Kft.	L	140 097	66 567	46 231	-30,5%	-67,0%
O-ZONE International Kft.	L	87 691	50 829	39 839	-21,6%	-54,6%
Pesti EST Kft.	L	314 968	189 639	201 705	6,4%	-36,0%
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft. ⁴	T	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Tele EST Kft.	L	-60 257	-174 250	-184 735	-6,0%	-206,6%

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

² a tárgy időszaki adatok nem auditáltak

³ első bevonás időpontja: 2009.12.31.

⁴ 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"/>			
Konszolidált*	<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	2009.09.30	2010.09.30	változás %
1	A	BEFEKTETETT ESZKÖZÖK	6 167 334	5 900 291	-4%
2	I.	IMMATERIÁLIS JAVAK	117 852	103 283	-12%
10	II.	TÁRGYI ESZKÖZÖK	16 539	19 800	20%
18	III.	BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK	6 032 943	5 777 208	-4%
27	B	FORGÓESZKÖZÖK	1 108 486	1 890 756	71%
28	I.	KÉSZLETEK			
35	II.	KÖVETELÉSEK	574 370	1 346 086	134%
43	III.	ÉRTÉKPAPÍROK	531 520	521 973	-2%

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 biztosítékeként.

5%-ot meghaladó részesedéshez, szavazati jogokhoz és saját részvényállományhoz kapcsolódó adatlapok a 2010. szeptember 30-i állapot szerint

RS1. Tulajdonosi struktúra, a részesedés és szavazati arány mértéke

Tulajdonosi kör megnevezése	Teljes alaptőke						Bevezetett sorozat					
	Tárgyév elején (2010.01.01.)			Időszak végén (2010.09.30.)			Tárgyév elején (2010.01.01.)			Időszak végén (2010.09.30.)		
	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db
Belföldi intézményi/társaság	27,66	27,66	13691119	53,55	53,55	31334190	27,66	27,66	13691119	45,10	45,10	22324190
Külföldi intézményi/társaság	6,46	6,46	3199091	5,21	5,21	3050125	6,46	6,46	3199091	6,16	6,16	3050125
Belföldi magánszemély	62,79	62,79	31078231	40,97	40,97	23969041	62,79	62,79	31078231	48,43	48,43	23969041
Külföldi magánszemély	0,49	0,49	243530	0,26	0,26	150734	0,49	0,49	243530	0,30	0,30	150734
Munkavállalók, vezető tisztségviselők ³	2,6	2,6	1288029	0,01	0,01	5910	2,6	2,6	1288029	0,01	0,01	5910
Saját tulajdon												
Allamháztartás részét képező Tulajdonos ⁴												
Nemzetközi Fejlesztési Intézmények ⁵												
Egyéb												
ÖSSZESEN	100	100	49500000	100	100	58510000	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. 2010. szeptember 30-án a Társaságban 3.729.882 darab részvénnyel 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. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik. A szintén dr. Balázs Csaba 98 százalékos ellenőrzése alatt álló Stirling Investments Kft. 2010. szeptember 30-án 293 darab (2.930.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2010. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezett. A teljesség kedvéért megjegyezzük, hogy a Kibocsátó Igazgatósága 2010. július 1-én és 2010. augusztus 6-án döntött alaptőkéjének felemeléséről. A tőkeemelést a cégbíróóság 2010. augusztus 17-én jegyezte be a cégjegyzékbe. A tőkeemelés keretében 2010. november 15-én 9.010.000 darab törzsrészvény került bevezetésre, amelyet a dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 98 százalékos tulajdonában álló Stirling Investments Kft. jegyzett le, aki ezen mennyiségből eladott 5.405.500 darab törzsrészvényt a Geo Net Holding Ltd-nek. Ezen részvényt mennyiség az időszak végi teljes alaptőke oszlop „belföldi intézményi/társaság” során szerepel.

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

	Részesezés (szeptember 30.)		Részesezés	
	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 lejáratára 2010. december. A kontraktusok zárása esetén ez az időszak végén bevezetett részvénytörzs 4,24 százaléknak, a jelen gyorsjelentés időpontjában tőzsdén forgó teljes alaptőke 3,59 százaléknak felel meg.

² Konzolidációba bevont társaságok.

RS3. Az 5%-nál nagyobb Tulajdonosok felsorolása, bemutatása (2010. szeptember 30-án) a bevezetett sorozatra (49.500.000 darab részvény) vonatkozóan¹

Név	Letétkezelő (igen/nem)	Mennyiség (db)	Részesezés (%) ²	Szavazati jog (%) ^{2,3}
OTP Bank Nyrt.	Nem	7 260 096 ⁴	14,67	14,67
Canongate Investments Kft. ⁵	Nem	3 729 882	7,54	7,54
Gerendai Károly, Takács Gábor, Szigerta Invest Kft. ⁶	Nem	3 050 347	6,16	6,16
Erste Befektetési Zrt. ⁷	Nem	3 000 000	6,06	6,06
Balco Holding B.V. ⁸	Nem	2 849 131	5,76	5,76

¹ A Kibocsátó Igazgatósága 2010. július 1-én és 2010. augusztus 6-án döntött alaptőkéjének felemeléséről. A tőkeemelés a cégbíróság 2010. augusztus 17-én jegyezte be a cégjegyzékbe. A tőkeemelés keretében 9.010.000 darab törzsrészvény került kibocsátásra, amelyet a dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 98 százalékos tulajdonában álló Stirling Investments Kft. jegyzett le, aki ezen mennyiségből eladott 5.405.500 darab törzsrészvényt a Geo Net Holding Ltd-nek.

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 százaléknál dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök ellenőrzése alatt áll. A Canongate Investments Kft. 432 darab (4.320.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2010. decemberi 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. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik, amelyek az OTP Bank Nyrt. mint befektetési szolgáltató közreműködésével kerültek megnyitásra.

⁶ Összehangoltan eljáró személyekként. Gerendai Károly ezen felül 30 darab (300.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2010. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik. Ezen kontraktusok zárásával a nevezett összehangoltan eljáró személyek 3.350.347 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvényt foglalkoztatnak.

⁷ 100 százalékos leányvállalatán, a Portfolio Kft-n keresztül.

⁸ A Balco Holding B.V. részesezése a Társaságban a 2010. szeptember 6-i bejelentése és közzététele szerint a 2010. július 1-én elhatározott alaptőke-emelés folytán 5 százalék alá csökkent.

Az 5%-nál nagyobb Tulajdonosok felsorolása, bemutatása (a jelen gyorsjelentés készítésének időpontjában) a teljes alaptőkére (58.510.000 darab részvény) vonatkozóan¹

Név	Letétkezelő (igen/nem)	Mennyiség (db)	Részesedés (%) ¹	Szavazati jog (%) ^{1,2}
OTP Bank Nyrt.	Nem	7 260 096 ³	12,41	12,41
Geo Net Holding Ltd	Nem	5 405 500	9,24	9,24
Canongate Investments Kft. ⁴	Nem	3 729 882	6,37	6,37
Stirling Investments Kft. ⁴	Nem	3 604 500	6,16	6,16
Gerendai Károly, Takács Gábor, Szigerta Invest Kft. ⁵	Nem	3 050 347	5,21	5,21
Erste Befektetési Zrt. ⁶	Nem	3 000 000	5,13	5,13

¹ Két tizedes jegyre kerekítve kell megadni.

² A Kibocsátó közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog.

³ Ezen mennyiségből – az OTP Bank Nyrt. 2009. december 18-i bejelentésére is figyelemmel – 7.250.000 darab tőzsrészvény megvásárlására nem befektetési céllal, hanem befektetési szolgáltatási tevékenység keretében, ügyfél részére nyújtott szolgáltatás céljából került sor (lásd ⁴).

⁴ A Canongate Investments Kft. és a Stirling 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. tőzsrészvénynek megfelelő), 2010. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik, amelyek az OTP Bank Nyrt. mint befektetési szolgáltató közreműködésével kerültek megnyitásra. A Stirling Investments Kft. 293 darab (2.930.000 darab econet.hu Nyrt. tőzsrészvénynek megfelelő), 2010. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik, amelyek az OTP Bank Nyrt. mint befektetési szolgáltató közreműködésével kerültek megnyitásra. Ezen kontraktusok zárásával dr. Balázs Csaba a Társaságban közvetetten 14.584.382 darab tőzsrészvénnyel fog rendelkezni, amely 24,93 százalékos részesedésnek felel majd meg (a 20 százalékos mértéket meghaladó rész után szavazati jog nem gyakorolható).

⁵ Összehangoltan eljáró személyekként. Gerendai Károly ezen felül 30 darab (300.000 darab econet.hu Nyrt. tőzsrészvénynek megfelelő), 2010. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik. Ezen kontraktusok zárásával a nevezett összehangoltan eljáró személyek 3.350.347 darab econet.hu Nyrt. tőzsrészvénnyel fognak rendelkezni.

⁶ 100 százalékos leányvállalatán, a Portfolio Kft-n keresztül.

Vezető állású személyekhez, stratégiai alkalmazottakhoz kapcsolódó adatlapok a 2010. szeptember 30-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	2010.08.02	2015.08.01	0 ²
IT	Bencze György	-	2010.08.02	2015.08.01	5.910
IT	Mester Zoltán	-	2010.08.02	2015.08.01	0
IT	Dr. Rosner Gábor	IT alelnök	2010.08.02	2015.08.01	0
FB, AB	Bognár Attila	-	2010.08.02	2015.08.01	0
FB, AB	Hutiray Gyula	-	2010.08.02	2015.08.01	0
FB	Kis Andor	-	2010.08.02	2015.08.01	0
FB, AB	Dr. Kósik Tamás	-	2010.08.02	2015.08.01	0
SP	Bányász Péter	Pénzügyi igazgató	2009.07.13	Határozatlan	0
Saját részvény tulajdon (db) Ö S S Z E S E N:					5.910

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. 2010. június 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. decemberi 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. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik. A Kibocsátó Igazgatósága által 2010. július 1-én és 2010. augusztus 6-án elhatározott alaptőke-emelés során kibocsátott 9.010.000 darab törzsrészvényt a Stirling Investments Kft. jegyezte le, aki ezen mennyiségből azóta eladott 5.405.500 darab törzsrészvényt a Geo Net Holding Ltd-nek. Ennek megfelelően a Stirling Investments Kft. a Társaságban a jelen gyorsjelentés készítésének időpontjában 3.604.500 darab törzsrészvényt rendelkezik, így – a fenti vételi kontraktusok zárásával és a Canongate Investments Kft. tulajdonában lévő részvényeket is figyelembe véve – dr. Balázs Csaba a Társaságban közvetetten 14.584.382 darab törzsrészvényt fog rendelkezni, amely 24,93 százalékos részesedésnek felel meg (a 20 százalékos mértéket meghaladó rész után szavazati jog nem gyakorolható).

Az econet.hu Nyrt 2010. III. negyedévének főbb eseményei:

2010.09.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.09.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató új tevékenység beindításáról
2010.09.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2010.09.15	BÉT/econet honlap	Tájékoztató leányvállalat cégbírósi bejegyzéséről
2010.09.09	BÉT/econet honlap	Tájékoztató leányvállalat alapításáról
2010.09.07	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról
2010.08.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2010.08.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.08.26	BÉT/econet honlap	2010. I. féléves jelentés
2010.08.23	BÉT/econet honlap	Alapszabály
2010.08.23	BÉT/econet honlap	Tájékoztató cégváltozások cégbírósi bejegyzéséről
2010.08.23	BÉT/econet honlap	Tájékoztató vételár teljesítéséről
2010.08.16	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2010.08.06	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.08.06	BÉT/econet honlap	Tájékoztató üzleti együttműködésről
2010.08.06	BÉT/econet honlap	Tájékoztató társasági részesedés értékesítéséről
2010.08.06	BÉT/econet honlap	Tájékoztató leányvállalatban történt tőkeemelésről
2010.08.06	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy befolyásának változásáról
2010.08.06	BÉT/econet honlap	Tájékoztató alaptőke emelés lezárásáról és az alapszabály kapcsolódó módosításáról
2010.08.06	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv II.
2010.08.06	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv I.
2010.08.05	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az igazgatóság határozatairól
2010.08.04	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az igazgatósági és felügyelő bizottsági tagok tulajdonában lévő részvényekről
2010.08.04	BÉT/econet honlap	Helyesbítő közlemény bennfentes személy által kötött ügyletekről
2010.08.02	BÉT/econet honlap	Az Igazgatóság és a Felügyelő Bizottság tagjává megválasztott személyek önéletrajza
2010.08.02	BÉT/econet honlap	Rendkívüli megismételt közgyűlés érdemi határozatai
2010.07.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.07.27	BÉT/econet honlap	Tájékoztató átvételi elsőbbségi jog gyakorlásáról
2010.07.14	BÉT/econet honlap	Soron kívüli tájékoztatás az alaptőke emeléssel kapcsolatban
2010.07.14	BÉT/econet honlap	Tájékoztató peres eljárásban hozott másodfokú ítéletről
2010.07.12	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2010.07.09	BÉT/econet honlap	Közgyűlési előterjesztés
2010.07.09	BÉT/econet honlap	Tájékoztató alaptőke zártkörű felemeléséről és elsőbbségi jog gyakorlásáról
2010.07.05	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a tőkeemelés árfolyamáról
2010.07.05	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2010.07.01	BÉT/econet honlap	Közgyűlési meghívó
2010.07.01	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az igazgatóság alaptőke-emeléséről és egyéb kérdésekben hozott határozatairól
2010.07.01	BÉT/econet honlap	Tájékoztató igazgatósági ülésről
2010.07.01	BÉT/econet honlap	Tájékoztató peres eljárásról
2010.06.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.06.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató új tevékenység beindításáról

2010.06.21	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedés bejelentéséről
2010.06.18	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.06.18	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.06.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2010.06.14	BÉT/econet honlap	Tájékoztató akvizíció zárásáról
2010.06.10	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.06.09	BÉT/econet honlap	Tájékoztató felülvizsgálati kérelem benyújtásáról
2010.06.07	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2010.05.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.05.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.05.27	BÉT/econet honlap	Alapszabály
2010.05.20	BÉT/econet honlap	Összefoglaló jelentés
2010.05.19	BÉT/econet honlap	2010. I. negyedéves jelentés
2010.05.17	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv
2010.05.17	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv
2010.05.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató közgyűlési határozatok cégbírósági bejegyzéséről
2010.05.13	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.04.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.04.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az igazgatósági és felügyelő bizottsági tagok tulajdonában lévő részvényekről
2010.04.30	BÉT/econet honlap	Tulajdonosi struktúra
2010.04.30	BÉT/econet honlap	Felelős társaságirányítási jelentés és nyilatkozat
2010.04.30	BÉT/econet honlap	Konzolidált éves beszámoló és a kapcsolódó anyagok
2010.04.30	BÉT/econet honlap	Egyedi éves beszámoló és a kapcsolódó anyagok
2010.04.30	BÉT/econet honlap	Közgyűlési határozatok
2010.04.29	BÉT/econet honlap	Tájékoztató társasági részesedés értékesítéséről
2010.04.29	BÉT/econet honlap	Tájékoztató társasági részesedés cégcsoporton belüli átruházásáról
2010.04.14	BÉT/econet honlap	Tájékoztató társasági részesedés megszerzéséről és akvizícióról
2010.04.09	BÉT/econet honlap	Előterjesztés
2010.04.08	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedés bejelentéséről
2010.04.01	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.03.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.03.30	BÉT/econet honlap	Javadalmazási nyilatkozat
2010.03.30	BÉT/econet honlap	Közgyűlési meghívó
2010.03.22	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.03.19	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedés bejelentéséről
2010.03.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2010.03.16	BÉT/econet honlap	Tájékoztató Term Sheet aláírásáról
2010.03.12	BÉT/econet honlap	Tájékoztató peres eljárásról
2010.03.11	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2010.03.10	BÉT/econet honlap	2009. IV. negyedéves gyorsjelentés
2010.03.03	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.03.01	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.02.10	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv - 2010.02.01. 11:00 óra
2010.02.10	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv - 2010.02.01. 10:00 óra
2010.02.02	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az 5 százaléknál nagyobb tulajdonosokról
2010.02.01	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.02.01	BÉT/econet honlap	2010. február 1-én megtartott rendkívüli megismételt közgyűlés érdemi határozata

2010.01.19	BÉT/econet honlap	Tájékoztató peres eljárásban hozott elsőfokú ítéletről
2010.01.18	BÉT/econet honlap	Előterjesztés
2010.01.07	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az országos rádió műsorszolgáltatási tevékenységéhez kapcsolódó szerződés aláírásáról

Budapest, 2010. november 19.



dr. Balázs Csaba
econet.hu Nyrt.