



az econet.hu Média és Vagyonkezelő Nyrt.

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

2009. november 19.

TARTALOMJEGYZÉK

TARTALOMJEGYZÉK	2
ÜZLETI JELENTÉS	3
I. Összefoglaló	3
II. Bevezetés	6
III. Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konzolidált eredmények	6
III.1. Média Üzletág	6
A Média Üzletág eseményei	6
A Média Üzletág eredményei	10
A Média Üzletág piaci környezete	12
Sziget Kft. akvizíció	13
III.2. Anyavállalat	15
Az Anyavállalat eseményei	15
Az Anyavállalat eredményei	15
III.3. Konzolidált adatok	16
IV. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei	17
IV.1. Az Externet Nyrt. részesedés értékesítése	17
V. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai	19
VI. A Társaság rövid- és középtávú feladatai	20
VI.1. Média Üzletág	20
VI.2. Anyavállalat	21
VII. A Társaság főbb célkitűzései	22
A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA	24
I. Mérleg	24
1. Eszközök	25
2. Források	27
3. Eredménykimutatás	29
ADATLAPOK	31

ÜZLETI JELENTÉS

I. Összefoglaló

- **Az econet.hu csoport árbevétele 2009 első háromnegyed évében** - a konszolidációs körből kikerült Externet-csoport nélkül - **meghaladta az 1,25 milliárd forintot.**
- A 2009. 1-9. hónapok árbevétele az előző év azonos időszakához képest mintegy 550 millió forinttal kevesebb, amely főként a reklámpiac ciklikusságából adódó - gazdasági válságkörnyezet nélkül is -, gyengébb első és harmadik negyedévek teljesítményének tudható be.
- Az üzemi eredmény a visszaesésnek betudhatóan a költségcsökkentő intézkedések ellenére is elmaradt az előző év azonos időszakában realizálttól. 2009 első háromnegyed évében **a csoport EBITDA eredménye -499 millió forint, adózott eredménye -521 millió forint volt.** A háromnegyed éves adózott eredmény romlásában szerepet játszott továbbá az econet.hu saját részvényekre vonatkozó határidős pozícióival kapcsolatban korábban elszenvedett 33 millió forintos veszteség is. (Ezek a pozíciók egyébként jelenleg már nyereséget hordoznak és a Sziget Kft. akvizíció kapcsán 211 forintos áron elszámolásra kerülő 1 millió darab részvény átadásakor további nyereséggel zárulnak majd.)
- 2009 első háromnegyed évének EBITDA és adózott eredmény adatai - az árbevételhez hasonlóan - elsősorban az első és a harmadik negyedév gyengébb teljesítményét tükrözik. **Pozitív fejlemény, hogy 2009 harmadik negyedévére szinte teljesen beértek a költségcsökkentő és hatékonyságnövelő intézkedések hatásai, a csoportszintű költségek a 2009 első és második negyedévekhez képest több mint 200 millió forinttal csökkentek.** Ez a tény, és a historikus adatok alapján várhatóan legerősebb negyedik negyedév a cégcsoport egész éves teljesítményére nézve meghatározó lesz.
- Az econet.hu 2009. július 6-i Közgyűlése elfogadta a média fókuszú új cégcsoport stratégiáját, ily módon a 2009-es teljes évi eredményesség szempontjából alapvetően a Média Üzletág további teljesítménye lesz meghatározó.
- **A jelen gyorsjelentés megjelenésének napján kezdi meg adását az ország területének 81 százalékát elérő NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádió, az econet.hu Nyrt. Média Üzletágának legújabb tagja. A rádió és kereskedőháza elindulása a média-portfólió fogyasztói elérését mind számában, mind célcsoportjában jelentősen szélesíti. Ezzel a cégcsoport a legnagyobb magyar médiatulajdonosok közé lépett.**

1. Ábra: A 2008. és 2009. évi 1-9. hónapok IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb eredmény adatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2008Q1-Q3	2009Q1-Q3
Árbevétel	1 833 369	1 269 793
Üzemi eredmény	-215 298	-624 575
Értékcsökkenés	101 680	125 168
EBITDA	-113 618	-499 407
Adózott vállalkozási eredmény	-248 019	-521 700

A 2008Q1-Q3 és 2009Q1-Q3 adatok összehasonlíthatóságát nehezíti, hogy az econet.hu Nyrt. konszolidált számviteli politikájának az utólagosan adott és kapott pénzügyileg rendezett engedmények elszámolási rendje tekintetében 2008. év végétől érvényesített alkalmazási gyakorlata megváltozott. A fenti számok nem tartalmazzák a konszolidációs körből 2009 első félévében kikerült Telekommunikációs Üzletág 2008-as és 2009-es időszaki adatait.

Média Üzletág

Az econet.hu Média Üzletágában, az Est Media Groupban egységes portfólió-értékesítés működik. A portfólió öt szervesen összetartozó (Broadcast, Indoor, Music, Online és Print) és egy függetlenül működő Event üzletágra tagolódik. Az EMG portfóliójára a válság a becsült piaci átlaggal megegyező mértékű hatást gyakorolt. **Az elmúlt évek tapasztalatai szerint az EMG teljes éves árbevételének körülbelül 60 százaléka keletkezik az első háromnegyed évben, e tekintetben tehát a tényleges bevétel alakulása nem tér el a korábbi tendenciáktól.** A negatív reklámpiaci folyamatok hatásai 2009 első háromnegyed évében (és ezen belül különösen az első és harmadik negyedévekben) erősen érezhetőek voltak. Az időszakra a hirdetői bizonytalanság, a reklámbüdzsék jelentős mértékű csökkenése, valamint elfogadásának elhúzódása volt jellemző. **Az EMG jelentős költségcsökkentő intézkedéseket vezetett be, amelyek mintegy 200 milliós megtakarítást eredményeztek a harmadik negyedévben.**

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

Az FM1 Konzorcium által a műsorszolgáltatási jogosultság gyakorlása céljából létrehozott **FM1 Kommunikációs és Kulturális Zártkörűen Működő Részvénytársaság 2009. november 4-én az ORTT-vel megkötötte a vonatkozó műsorszolgáltatási szerződést. A NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádióadó 2009. november 19-én 0:00 órákor megindította adását.**

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

- **Az EMGIndoor a beltéri reklámeszközök területén megőrizte piacvezető szerepét,** a portfólióban meglévő eszközöket az év elejétől a legnagyobb TESCO áruházakban egy 400 felületből álló innovatív hálózat egészíti ki.
- **Az EMGMusic, amely az EMG koncertszervezési (booking) üzletága, Est Music néven 2009. november 1-én kezdte meg működését.** Az Est Music által kizárólagos booking-megbízással képviselt zenekarok és művészek a magyar zenei élet több szegmensét fedik le, mindegyikük kiemelkedő minőséget képvisel a saját területén.
- **Az EMGOnline üzletágának** elemei az első negyedévben átlagosan napi 260-270 ezer körülire növelték egyedi látogatószámukat, illetve **a tavalyi szinttel közel azonos bevételeket generáltak.** Az üzletág legfontosabb új megállapodása szerint **2009 második negyedévéől az EMG értékesíti a Facebook bannereit Magyarországon.** A beszámolási időszakot követően az EMGOnline „Aktív TV3.0” projektje mintegy 95 millió forintos vissza nem térítendő pályázati támogatást nyert el.
- **Az EMGPrint üzletágban** 2009. április végétől szüneteltetésre került az EST.TV Magazin kiadása, mely szignifikáns költségmegtakarítást jelent az EMG számára. A magazin kiadásának szüneteltetése lehetővé tette, hogy a költségmegtakarítás mellett a már ismert médiatermékekre a társaság több erőforrást allokáljon. 2009 júniusában mind kivételében, mind tartalmi elemeiben **megújult a Pesti Est és Est Lapok lapcsaládja,** melyet az év végéig követ majd a kapcsolódó online portfólió megújulása is (est.hu és tematikus aloldalai). **A megújítás eredményeképpen jelentős növekedésnek indult az olvasottság, mely elérte a megjelenésenkénti 400 ezer főt.**

Komoly siker, hogy a **Time Out Budapest Magazint a tavaly decemberi induláshoz képest a nyári turista szezonra „break even” szintre hoztuk,** azaz immár a lapba akvirált reklámbevételek teljes mértékben fedezik a lapkiadás költségeit.

- Az **EMG Event üzletágában** a Sziget Kft. megvásárlására vonatkozó szerződés módosítása értelmében (mely az EMG-t jelentős azonnali finanszírozási tehertől mentesíti) az akvizíció következő üteme és az 1,45 milliárd forintos készpénzben fizetendő vételár megfizetésének esedékessége 2010. október 15-re változott. **A 2009-es szezonban a Sziget Kft. rendezvényei** (T-Home Gyerek Sziget, VOLT Fesztivál, Balaton Sound, Fél-sziget Fesztivál, Zene a Rasszizmus ellen, Sziget Fesztivál) az előzetes **kalkulációk szerint összességében 350-400 millió forint körüli eredményt termeltek.**

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

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

Balázs Csaba, az econet.hu Nyrt. elnök-vezérigazgatója a 2009. év 1-9. hónapok eredményeiről:

„A Társaság örömmel és a korábbi években megszerzett média-üzemeltetési tapasztalatokkal felvértezve lép be az országos kereskedelmi rádiós piacra, célunk, hogy itt is - ahogy korábban a programmagazinok terén, illetve az indoor- és az event-piacon - elérjük és megtartsuk a piacvezető szerepet.

Az év első háromnegyed évében a cégcsoport Média Üzletága összességében a piaci átlagnak megfelelően teljesített. A jövőre nézve megerősítést adhat az a tény, hogy az econet.hu - a válságálló Szigettel és a NeoFM-el is megerősítve - a legismertebb hazai brandeket birtokló legnagyobb magyarországi médiavállalkozások egyikévé vált. Ehhez nagyban hozzájárult a cégcsoport új, média fókuszú stratégiája, ami a megszerzett pozíció megőrzésében és erősítésében is segítségünkre lehet.

A jelenlegi válsághelyzetből adódóan újragondolt működést előnyünkre fordítva a Társaságot egy áramvonalas és ütőképes médiavállalattá alakítjuk át. Ezzel az econet.hu Nyrt. egy üzletmenetében transzparens és könnyen áttekinthető, a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén egyedülként reprezentáló cégcsoportként működik majd, ahol az előállított érték mindenki számára hozzáférhető (olvasható, látható, hallgatható, látogatható), az üzleti döntések eredményei pedig könnyen és gyorsan lemérhetőek. Ebből adódóan nem véletlenül népszerű a világ fejlettebb tőkepiacain a médiacégek tőzsdei jelenléte.”

II. Bevezetés

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

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

A jelen gyorsjelentés közzétételéig terjedő időszak egyik leglényegesebb momentumuma a NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádiócsatornánk elindulása. Ez az örvendetes esemény (az adó a vonatkozó pályázat elnyerésétől számítva 22 nap alatt állt fel és kezdte meg működését) is mutatja az econet.hu elmúlt években felhalmozott tapasztalati tőkéjének erejét.

III. Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konszolidált eredmények

III.1. Média Üzletág

A Média Üzletág eseményei

Az Est Media Group Kft. az idei évi tevékenységét - a 2008-ban végrehajtott szervezeti és szerkezeti változások eredményes bevezetése után - az egységes portfólió-értékesítés jegyében kezdte meg. Az évközi események által is formált portfólió öt szervesen összetartozó és egy függetlenül működő event üzletágra tagolódik:



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

A reklámpiaci tendenciák negatív hatásai 2009 első kilenc hónapjában igen erősen érezhetőek voltak, az amúgy is gyengébb árbevételt és eredményeket hozó - különösen a 2009Q1 és 2009Q3 - időszak idén különösen nehéz helyzetbe hozta a magyarországi médiavállalkozásokat. A hirdetői bizonytalanság, a reklámra fordított összegek jelentős mértékű csökkenése, valamint a reklámbüdzsék elfogadásának elhúzódása nagymértékben rányomta a bélyegét az első háromnegyed év teljesítményére, nem csak az EMG portfóliójában, hanem a teljes magyar médiapiacra.

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



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

Az FM1 Konzorcium által a műsorszolgáltatási jogosultság gyakorlása céljából létrehozott FM1 Kommunikációs és Kulturális Zártkörűen Működő Részvénytársaság 2009. november 4-én az ORTT-vel megkötötte a vonatkozó műsorszolgáltatási szerződést. A NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádióadó 2009. november 19-én 0:00 órakor megindította adását.

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

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

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



A Sziget Kft. akvizíciója kapcsán (melyet, illetve melynek átalakítását a *Sziget Kft. akvizíció* című alfejezet részletesen bemutat) 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 húzóódó elsőfokú eljárásban is felhozott és mindvégig következetesen fenntartott eljárásjogi kifogásait és érveit, miáltal a Sziget Kft. az ellene indított peres eljárást (amelyben az Önkormányzat arra irányuló kérelmet terjesztett elő, hogy a Sziget Kft. este 10 és reggel 6 óra között ne tarthasson zenés és egyéb műsoros rendezvényeket az Óbudai-sziget területén) jogerősen megnyerte.

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

A jelen gyorsjelentéssel érintett időszakban, a 2009-es Sziget Fesztivál zárásával véget ért a Sziget Kft. nyári fesztiválszervező munkája, ősztől a cég a jövő évi rendezvényeket készíti elő. Az idei szezon rendezvényei (T-Home Gyerek Sziget, VOLT Fesztivál, Balaton Sound, Felsősziget Fesztivál, Zene a Raszizmus ellen, Sziget Fesztivál) az előzetes kalkulációk szerint összességében 350-400 millió forint körüli eredményt termeltek, ami jól mutatja, hogy a Sziget Kft. üzleti modellje a gazdasági válság

körülményei között is működőképes. A Sziget Kft-t jelenleg a VOLT Fesztivál és a Balaton Sound eredményének 50 százaléka illeti meg.

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



2009 elejére befejeződött az indoor reklámeszközök optimalizálási folyamata, így a portfólióban immár egy hatékonyan értékesíthető eszközhálózat áll rendelkezésre. A meglévő eszközöket az év elejétől egy 400 felületből álló innovatív hálózat egészíti ki, amely a legnagyobb TESCO áruházakban kihelyezett szelektív hulladékgyűjtőkön elhelyezett plakátkontingensből áll. A felületek kihelyezésével egyidejűleg az EMGIndoor üzletág jogosultságot szerzett további TESCO áruházi felületek országos értékesítésére is.



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

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

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



Az EMGOnline üzletágának elemei az év első háromnegyed részében növelték látogatottságukat, és így átlagosan napi 260-270 ezer körüli egyedi látogatót regisztráltak. Ezzel párhuzamosan a tavalyi szinttel közel azonos bevételeket generáltak. Az üzletág legfontosabb eseményeként mégis a második negyedév elején bejelentett megállapodás ténye értékelhető, amely szerint a második negyedévtől az Est Media Group értékesíti a Facebook bannereit Magyarországon.

A világ legnépszerűbb közösségi oldala, a Facebook egy ideje magyar nyelven is elérhető. Az interaktív, szórakoztató funkciókkal gazdagított hálózat egyre feljebb kerül a magyar fiatalok által frekvenciált honlapok rangsorában: eddig több mint 450 ezer hazai felhasználó csatlakozott a több százmilliós nemzetközi közösséghez, és a tábor napról-napra dinamikusan növekszik. Az iwiw jelentős konkurenciát kapott a Facebook személyében. Az EMG portfóliójában a Facebook ezért kiemelt jelentőséggel bír. A Facebook felületei a jelen gazdasági körülmények között minden hirdető számára egyértelműen vonzó megoldást nyújtanak az ár/érték arány szempontjából is. Az értékesítési szerződés keretében az EMG várhatóan olyan addicionális árbevételt fog elkönyvelni, amely a teljes Online üzletág súlyát növeli majd a médiapiacra.

Az eMusic Kft., amely az econet.hu Média Üzletágán belül üzemel, jogvédett zene- és mozgóképlettelést 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 média szolgáltatóknak. Az eMusic Kft. által 2006. november 30-án Songo márkanév alatt indított internetes zeneáruház több mint 35 ezer regisztrált felhasználóval rendelkezik, köszönhetően a több mint 700 ezer zeneszámot elérő zenei kínálatának. A 2008-ban elindult negatív világgazdasági események sajnos kihatottak a zeneáruház működésére is, a forgalom az előző év azonos időszakához képest csökkenő tendenciát mutat. A gazdasági helyzet

változása magyarázza azt a döntést is, mellyel a korábbi piacvezető T-Online, a szinte egyetlen valós konkurenciaként működő zeneáruházának bezárása mellett döntött. Az eMusic Kft. a felhasználói visszajelzéseket figyelembe véve, teljesen új, korszerű és könnyebben kezelhető webes felületet alakított ki a Songo zeneáruháznak.

Az EMGOnline „Aktív TV3.0” megnevezésű projektje az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében a vállalati innováció ösztönzése körében 2009 tavaszán kiírt pályázaton 2009. október végén 94.794.750 forint összegű vissza nem térítendő támogatást nyert el. A támogatás igénybevételére a későbbi időpontban megkötendő támogatási szerződés alapján, a projekt két éves időtartama alatt kerülhet sor. Az „Aktív TV3.0” projekt célja egy ügyvezetett Home Theatre PC (HTPC) keretrendszer innovatív továbbfejlesztése és az EMGOnline tartalmi szolgáltatásaihoz való igazítása, ennek keretében pedig a HTPC rendszer és a WEB2.0 alkalmazások integrálása, a felhasználói felület általánosabbá tétele és az alkalmazott hardver hatékonyságának növelése. A HTPC rendszerek egyesítik a web és a TV lehetőségeit, ezzel új piaci lehetőségeket is nyitnak (például webes kattintás alapú mérés a TV-reklám megjelenés esetében, illetve célzott reklám kiszolgálás). A HTPC rendszer lehetővé teszi a nemlineáris és interaktív tévézést is. A 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 április végétől szüneteltetésre került az EST.TV Magazin kiadása. A döntés oka az volt, hogy ugyan a magazin a tavaly tavaszi indulás után komoly sikereket ért el a terjesztés optimalizálása és az olvasószám növelése terén, azonban a reklámpiaci tendenciák kedvezőtlen alakulása miatt az investíciós időszak várhatóan nagymértékben elhúzódott volna. Az EST.TV Magazin „reklámfüggősége” - ingyenes kiadványként - igen komoly volt, ugyanakkor a heti 150 ezer példányban nyomtatott kiadvány megjelentetésének szüneteltetése szignifikáns költségmegtakarítást jelent az EMG számára.

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

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

2009 februárjától Fidelio Est néven jelenik meg a korábbi Fidelio Sűgő, az EMG és a Fidelio Média 60-40 százalékos tulajdonában álló közös prémium kulturális programmagazinja. A lap 2007-ben a korábbi két piacvezető kulturális-művészeti programmagazint, a Pesti Est Sűgő és a Fidelio Magazin összeolvadásával jött létre. A havonta 112-128 színes oldalon megjelenő, országszerte 50 ezer példányban terjesztett kiadvány az első évben beváltotta a tulajdonosok várakozásait: megerősítette piacvezető pozícióját és pozitív üzleti eredménnyel zárt. A tavalyi év eredményei közül kiemelkedik, hogy a Fidelio Sűgő a 2008-as évben 21 különszámot is megjelentetett. A névváltoztatás célja, hogy a kiadvány még szorosabban integrálódjon az EMGPrint portfólióba.

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

Idén a szokásosnak mondható nyári fesztivál különszámok területén lényeges változás volt, hogy a Sziget Fesztivál idegen nyelvű programfüzetét a Pesti Est helyett a szintén az EMGPrint portfólióba tartozó Time Out Budapest adta ki. Ezen a téren a tavaly decemberi induláshoz képest komoly sikerként

könyvelhető el, hogy a nyári turista szezon során sikerült „break even” szintre hozni a Time Out Budapest magazint, azaz immár a lapba akvirált reklámbevételek teljes mértékben fedezik a lapkiadás költségeit.

A Média Üzletág eredményei

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

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

Megnevezés / E Ft	2008Q1-Q3			2009Q1-Q3		
Árbevétel	1 786 238			1 219 881		
Üzemi eredmény	-80 906			-454 999		
Értékcsoökkenés	47 999			77 235		
EBITDA	-32 907			-377 764		
Adózott vállalkozási eredmény	-178 983			-464 311		
Megnevezés / E Ft	2008Q1	2008Q2	2008Q3	2009Q1	2009Q2	2009Q3
Árbevétel	326 792	722 245	737 201	243 129	583 557	393 195
Üzemi eredmény	-157 859	85 765	-8 812	-383 216	-43 927	-27 856
Értékcsoökkenés	14 624	14 960	18 415	20 702	29 319	27 214
EBITDA	-143 235	100 725	9 603	-362 514	-14 608	-642
Adózott vállalkozási eredmény	-164 792	28 019	-42 210	-371 270	-45 461	-47 580

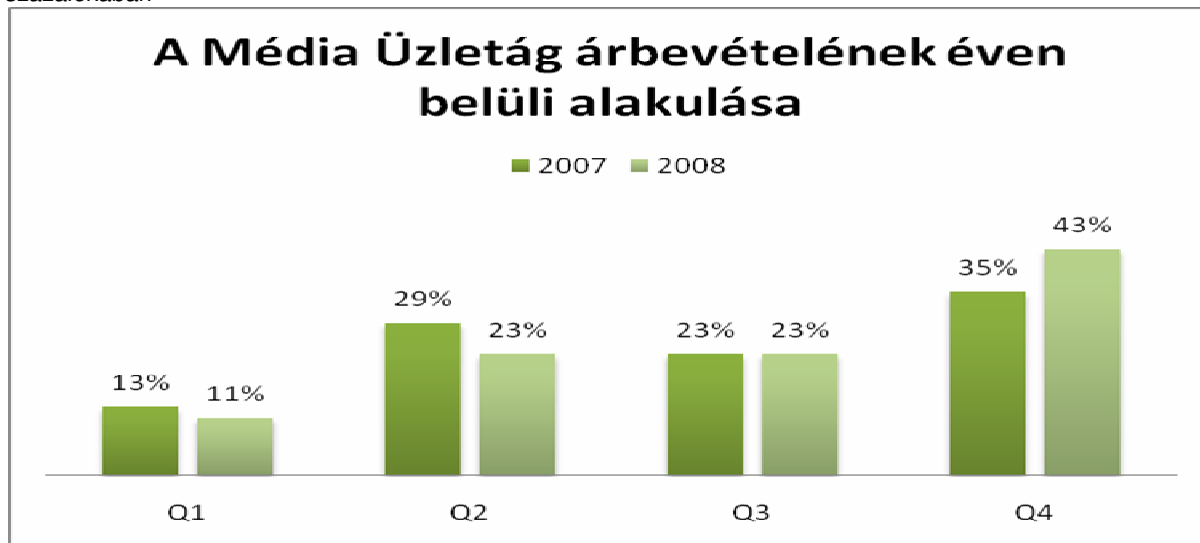
* a jobb összehasonlíthatóság érdekében a 2008-as adatokat megfeleltettük az econet.hu Nyrt. konszolidált számviteli politikájának az utólagosan adott és kapott pénzügyileg rendezett engedmények elszámolási rendje tekintetében 2008. év végétől érvényesített alkalmazási gyakorlatának

A Q3 a hirdetési piac ciklikussága miatt általában a Q1 után az év második leggyengébben teljesítő negyedéve. (Az árbevétel szempontjából a tavalyi év éppen szabályt erősítő kivétel volt.) A 2009Q3 árbevételi adat alakulása ezen túlmenően nem függetleníthette magát a várakozásoknál is rosszabb makrogazdasági folyamatoktól (GDP 7,2 százalékos csökkenése a 2008Q3-hoz képest, ami a lakossági fogyasztás visszaesésén keresztül fokozottan sújtja a hirdetési ágazatot). Így összességében a 2009Q1-Q3 árbevételi adat 32 százalékkal kisebb, mint az előző év azonos időszakában, alapvetően a gazdasági válság reklámpiaci hatásai miatt.

A TNS Media Intelligence mérései szerint a teljes magyar hirdetési piac (napilap, folyóirat, indoor, közterület, online, rádió, mozi, kábeltévé, televízió) 2009 első háromnegyed évében közel 2 százalékkal csökkent az elmúlt év azonos időszakához képest, ezen belül a magazinpiac 17,8, a rádiós piac 10, az indoor hirdetési piac pedig több mint 40 százalékos visszaesést könyvelhetett el. Az online hirdetési piac 2008 első háromnegyed évében még 46 százalékkal, idén ugyanebben az időszakban már csak 9,9 százalékkal tudott nőni. Az egész piac átlagát pedig javította a legnagyobb szeletet képviselő televíziós piac, amely csak kisebb mértékben esett vissza. Ezek az adatok látszólag kedvezőbbek az EMG tényadatainál, azonban listaáras bevételekkel számolnak, nem veszik figyelembe az egyes hirdetési felületek által nyújtott kedvezményeket.

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

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



A 3. Ábra szerinti tendencia az idei évben a szokásosnál (Q1:Q2:Q3=10:22:19) mindkét irányban valamivel nagyobb arányban (2009Q1:2009Q2:2009Q3=10:24:16) érvényesül (lásd 4. Ábra), amit a válságkörülmények miatti fokozottabb (háromnegyed)éven belüli árbevételi ingadozás okoz.

A 2008Q1-Q3-ról 2009Q1-Q3-ra az üzemi eredmény, az EBITDA és az adózott eredmény az árbevétel csökkenésénél nagyobb arányban romlott, ami alapvetően az ugyanilyen tendenciát mutató 2009Q1-es adatoknak tudható be. Jó hír viszont, hogy az üzemi eredmény, az EBITDA és az adózott eredmény adatok az árbevétel jelentős csökkenése ellenére 2008Q3-ról 2009Q3-ra nominálisan csak kismértékben változtak. Ez alapvetően annak tudható be, hogy nagyrészt beérték a költségcsökkentő és hatékonyságnövelő intézkedések.

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

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

A 4. Ábra a 2009Q1-Q3-as adatok 2009Q1/2009Q2/2009Q3-as megbontását mutatja. Ebből látható, hogy a költségszint (Árbevétel mínusz Üzemi eredmény) az első két negyedévhez képest mintegy 200 millió forintos javulást mutat. A 2009-es átlagos negyedévi költségszint 557 millió forint, ami a 2008-as hasonló adathoz (Q1,Q2,Q3) képest negyedévente átlagosan 66 millió forintos megtakarítást jelent.

A reklámpiaci körülmények drámai mértékű megváltozása miatt az EMG az év hátralévő részében minden erejével arra törekszik majd, hogy továbbra is szigorú költséggazdálkodással az első háromnegyed év eredményein javítson. Természetesen ennek során figyelemmel kell lenni arra, hogy az eddig kialakított média-portfóliónk későbbi fejlődési és növekedési lehetőségei is fenntarthatóak maradjanak. Nem lehet elfeledkezni arról sem, hogy a negyedik negyedév adatait jelenleg még nem megbecsülhető módon befolyásolják majd az országos kereskedelmi rádió és kereskedőházának adatai is.

A reklámpiac historikus ciklikusságából adódóan éven belül az utolsó negyedévre az árbevétel jelentős növekedése ugyan prognosztizálható, azonban a hirdetői aktivitás és ezen keresztül a volumen-változás mértéke pontosan nem jelezhető előre. Amennyiben az év hátralévő részében év/év alapon az eddigieknél is nagyobb mértékű árbevételi visszaesés mutatkozik, úgy minden erőfeszítés ellenére is az EMG minimum programja csak az lehet, hogy az eddigi veszteség ne növekedjen tovább, illetve valamelyest csökkenjen.

A nemzetgazdaság vártnál rosszabb teljesítménye nem ad okot a pozitív várakozásokra, ugyanakkor a legfrissebb adatok szerint (Nemzeti Médiaanalízis 2009. III. negyedéves gyorsjelentés) a vásárlóerő csökkenésével párhuzamosan a fizetős sajtótermékeknél megfigyelhető csökkenő olvasottság a legfőképpen ingyenes termékekből álló EMG-portfólió mért részében éppen ellenkező hatással, az olvasószám növekedésével

járt, ami a felületeinket hirdetői szempontból értékesebbé és ezért hatékonyabban értékesíthetővé teszi. A NeoFM elindulása szintén az EMG egész média-portfóliójának hirdetői szempontból történő felértékelődését eredményezheti.

A kedvezőtlen rövidtávú kilátások ellenére látnunk kell, hogy az EMG média-portfóliója és a médiapiac a válság utáni időszakra és hosszabb távon is értékes lehetőségeket hordoz. Ezek kihasználásában az eddig felépített brandek, tudásbázis és a megszerzett tapasztalatok az EMG-nek kivételes helyzetet biztosíthatnak (pl. NeoFM). Ennek okán az EMG alapvető célja az, hogy a válság után talpon maradók közül kiemelkedve áramvonalas és ütőképes médiavállalként 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 tavalyi év végén jelentős megtorpanás volt érezhető a megváltozott világgazdasági környezet reklámköltségekre gyakorolt hatása miatt, amely a teljes hazai médiapiacra érezte hatását. Mindezen negatív folyamatok az idei év első negyedében tovább erősödtek, érezhetően visszavetve a teljes reklám- és ezáltal a médiapiac teljesítményét.

A teljes reklámpiac listaáras bevételeinek alakulása jól mutatja az ágazatban tapasztalható válságthatásokat: amíg a teljes piac listaáras reklámköltése 2008-ban több mint 8 százalékkal nőtt az előző évhez képest, addig ugyanez a szám 2009 első kilenc hónapjának viszonylatában több mint 2 százalékos csökkenést mutatott. Ha a mérésbe újonnan belépett vagy kiesett médiumokat nem számítjuk, akkor ez a csökkenés közel 8 százalékos. Ha figyelembe vesszük, hogy a médiainfláció (listaáras változása) meghaladta a 10 százalékosat is, akkor jól látszik, hogy valójában komoly visszaesésről beszélhetünk.

Mindezek mellett érdemes megemlíteni, hogy a válság egyik érezhető hatása az is, hogy a hirdetőik egyre nagyobb kedvezmények mellett szeretnék hirdetői felületeket vásárolni, így könnyűszerrel becsülhető, hogy a teljes, televíziós költségeket is tartalmazó reklámpiac visszaesése a 15-20 százalékosat, míg a televíziós költségek nélküli reklámpiac visszaesése a 30-35 százalékosat is elérhette az első háromnegyed évben.

A magazinpiac

A magazinpiac egyértelműen az egyik vesztese a válsagnak. Amíg a listaáras bevételek 2008-ban még - a már akkor is szerénynek mondható - 3,6 százalékkal nőttek 2007-hez képest, addig az idei első kilenc hónapban ez a szám már 17,8 százalékos csökkenést mutat. Az új belépők/kiesők bevételeit nem tekintve még magasabb a csökkenés, több mint 20 százalékos. A listaáras bevételek csökkenése kevesebb eladott felületet mutat, és indukálják a fent említett alacsonyabb értéken történő értékesítést is.

Az Est piaci részesedése az ingyenes programmagazinok piacán folyamatosan 60 százalék feletti volt, és ezt a pozícióját meg is őrizte az idei első kilenc hónapban is. Ez a teljes sajtópiacból 5 százalék körüli piaci részesedést jelent 2009 első háromnegyed évében (a listaáras bevételi adatok alapján).

Az online piac

Az online a legdinamikusabban fejlődő szegmense a médiapiacnak. Újabb és újabb szereplők indulnak a piacon, erőteljes a szegmentálódás. Ennek köszönhetően azonban a régebbi szereplők bevételeinek növekedése évek óta lassul. Szintén komoly csapást mért rájuk a reklámköltségek szűkülése, idén a növekedés visszaesése valójában már komoly csökkenésbe fordult (mely akár 20-30 százalékos is lehet listaáron). 2008-ban több mint 46 százalékkal nőtt a listaáras bevétele az online médiának. Ezzel szemben 2009 első kilenc hónapjában a növekedés csak 9,9 százalék volt az előző év ugyanezen időszakához képest, ami történelmi mélypont az online szegmensben. Mivel a szegmenshez hasonlóan a mért médiumok köre is dinamikusan bővül, érdemes tehát az új belépők nélkül is megnézni a változásokat, így 11,4 százalékos csökkenés tapasztalható! Az online piacot is elérte tehát a válság, azonban az új belépőkkel együtt még képes a növekedésre.

Az indoor piac

Az indoor piac listaáras bevételei 2008-ban még közel 60 százalékkal nőttek. Ez a szám azonban 2009-re jelentősen visszaesett, az idei első kilenc hónapban több mint 40 százalékos csökkenést könyvelt el az indoor szegmens. Ez az óriási mértékű változás a kiesett szereplőknek köszönhető, ha ezek bevételeit nem vesszük figyelembe, akkor a csökkenés mértéke 23 százalék, mely még így is magasnak tekinthető. A drasztikus változás elsődleges oka, hogy a médiatervekből nem ritkán teljesen kimarad az indoor, valamint minden más „ambient média”-ként számon tartott felület.

A broadcast (rádiós) piac

A rádiós piac listaáras bevételei 2008-ban majd 20 százalékkal nőttek az előző évhez képest. 2009 első kilenc hónapjában azonban már közel 10 százalékos csökkenést kellett elkönyveljen az előző év ugyanezen időszakához képest. Ez viszont némileg kisebb mértékű csökkenés az első félévhez képest, amikor még 11,5 százalék volt ez a mérték.

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, az egyik országos kereskedelmi frekvencia helyén kezdte meg működését, célunk, hogy minél hamarabb elérje és megtartsa a piacvezető pozíciót.

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 érdekeltsége 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 változik.

A Sziget Kft-vel, a VOLT Fesztivállal és a Balaton Sound Fesztivállal szembeni eredményelvárások a 2009-es év tekintetében nem érvényesülnek. A 2009-es eredményelvárásoknak ennek megfelelően 2010-ben, a további évek eredményelvárásainak pedig egy-egy évvel később kell teljesülniük. Ez összességében azt jelenti, hogy a teljes akvizíciós folyamat az eredetileg tervezetthez képest 1 évvel később, 2013-ban zárulhat majd le.

Figyelemmel arra, hogy a 2009-es évben eredményelvárások nem kerülnek alkalmazásra, a 2009-es év után vételár fizetési kötelezettség sem keletkezik. Az idei évről a fentiek szerint 2010. október 15-re módosult fizetési határidőt követően 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.

5. (A) Ábra: EBITDA elvárások alakulása

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

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

5. (B) Ábra: fizetési kötelezettségek alakulása évenként

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

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

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

5.(C) Ábra: részesedés-szerzési ütemezés

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

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

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

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

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

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

III.2. Anyavállalat

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

Az Anyavállalat eseményei

Az econet.hu Nyrt. - összhangban az új cégcsoport stratégiával - folytatja a cégcsoport strukturális, egypólusú médiavállalattá történő átalakítását. Ennek megfelelően anyavállalati szinten alapvetően média fókuszú vagyongazdálkodási tevékenység folyik. Ez a Média Üzletág, valamint az econet.hu Nyrt. 2007 előtt szerzett nem média jellegű befektetések tulajdonosi irányítását és ellenőrzését foglalja magában. Itt zajlik a Média Üzletág 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 folyamatban van.

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 2009Q1-Q3 időszak konszolidált eredményéhez az Anyavállalat csökkentő tétellel járult hozzá. Az időszaki adatokat az alábbi 6. Ábrán foglaljuk össze.

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

Megnevezés / E Ft	2008Q1-Q3			2009Q1-Q3		
Árbevétel	79 077			56 107		
Üzemi eredmény	-139 907			-177 925		
Értékcsökkenés	64 796			56 282		
EBITDA	-75 111			-121 643		
Adózott vállalkozási eredmény	-78 108			-61 907		
Megnevezés / E Ft	2008Q1	2008Q2	2008Q3	2009Q1	2009Q2	2009Q3
Árbevétel	27 805	23 006	28 266	21 580	16 071	18 456
Üzemi eredmény	-39 397	-58 568	-41 942	-41 731	-81 929	-54 265
Értékcsökkenés	22 344	22 437	20 015	18 694	18 866	18 722
EBITDA	-17 053	-36 131	-21 927	-23 037	-63 063	-35 543
Adózott vállalkozási eredmény	-38 491	-21 636	-17 981	-92 219	70 571	-40 259

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

Az econet.hu Nyrt-nél realizálódó árbevétel csökkenésének elsődleges oka az, hogy a cégközpont tevékenységében a stratégiának megfelelően a hangsúly a külső megrendelők felé történő szolgáltatásnyújtásról áthelyeződött az econet.hu cégcsoport számára végzett tulajdonosi irányítási és ellenőrzési tevékenységre, illetve az egyéb anyavállalati feladatok ellátására. Ez egyfelől a külső megrendelésekhez kapcsolódó költségek arányos csökkenésével járt, ugyanakkor azonban az intenzívebb tőzsdéi jelenlétből, a cégcsoport méretnövekedéséből és ebből következően a megnövekedett irányító-ellenőrző feladatok ellátásából adódó adminisztratív és dologi jellegű költségek fajlagosan megnöttek, amik az üzemi és EBITDA eredmény sorokat terhelték. Ugyancsak itt jelentkeztek a különféle pályázatok megvalósítása során az önerőre fordított költségek. A 2009Q1-Q3 adózott vállalkozási eredményét egyedi tételek is befolyásolták. Így mintegy 33 millió forintos csökkentő tételként jelentkezett a Társaság saját részvényekre vonatkozó határidős pozícióival kapcsolatban elszenvedett veszteség, ami a jelen gyorsjelentés közzétételkor már éppen nyereséget hordoz. Ezzel kapcsolatban megjegyzést érdemel

az is, hogy az összesen 2,1 millió részvényre vonatkozó, eredetileg 72,96 forintos átlagáron nyitott (azaz legfeljebb mintegy 153 millió forint bekerülési értékű) pozícióból 1 millió részvényt 211 forintos áron (azaz 211 millió forintért) a VOLT Fesztivál és a Balaton Sound Fesztivál eladói részére vételárként adunk majd át, amelynek eredményeképpen az említett pozíció mindenképpen pozitív pénzügyi végeredményt hoz majd. A 2009Q1-Q3-ban 130 millió forint körüli növelő tételként jelentkezett az Externet Nyrt. részesedés vételárának a bekerülési árat meghaladó része.

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

III.3. Konszolidált adatok

A 2008Q1-Q3 és 2009Q1-Q3 konszolidált mérlegadataiban a korábbi Telekommunikációs Üzletág adatai nem kerülnek feltüntetésre. Ennek oka, hogy az Externet Nyrt-ben meglévő részesedés 2009Q2-ben értékesítésre került és emiatt a Társaság számviteli politikája szerint az Externet Nyrt. és leányvállalatai kikerültek a konszolidációs körből. Az időszaki adatok összehasonlíthatósága érdekében a 2008-as bázisidőszaki adatok is ennek figyelembe vételével kerülnek bemutatásra. A 2008Q1-Q3 adatok a Társaság számviteli politikája 2008-as megváltozásának - lásd A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA című Fejezet I. pontját - hatásait nem tükrözik.

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

Megnevezés / E Ft	2008Q1-Q3			2009Q1-Q3		
Árbevétel	1 833 369			1 269 793		
Üzemi eredmény	-215 298			-624 575		
Értéksökkenés	101 680			125 168		
EBITDA	-113 618			-499 407		
Adózott vállalkozási eredmény	-248 019			-521 700		

Megnevezés / E Ft	2008Q1	2008Q2	2008Q3	2009Q1	2009Q2	2009Q3
Árbevétel	438 143	691 704	703 522	260 110	600 097	409 586
Üzemi eredmény	-94 716	-20 506	-100 076	-422 195	-123 073	-79 307
Értéksökkenés	34 899	34 333	32 448	36 644	45 402	43 122
EBITDA	-59 817	13 827	-67 628	-385 551	-77 671	-36 185
Adózott vállalkozási eredmény	-95 757	-40 352	-111 910	-455 967	27 849	-93 582

A 2009Q1-Q3 árbevétele mintegy 30 százalékkal alacsonyabb, mint a 2008Q1-Q3-as adat, ami alapvetően a világgazdasági válság cégcsoportot érintő, az előző alfejezetekben bemutatott hatásainak tudható be.

A 2008Q1-Q3-ról 2009Q1-Q3-ra az üzemi eredmény és az EBITDA az árbevétel csökkenésénél nagyobb arányban romlott, ami alapvetően az ugyanilyen tendenciát mutató 2009Q1-es adatoknak tudható be. Az adózott eredmény esetében ez az eltérés - bár fennáll - kevésbé jelentős, mert az Anyavállalat saját részvényekre vonatkozó határidős pozícióival kapcsolatban elszenvedett veszteségét ellensúlyozta az Externet Nyrt. részesedés értékesítése kapcsán realizált pénzügyi eredmény.

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

Megnevezés / E Ft	2009Q1	2009Q2	2009Q3
Árbevétel	260 110	600 097	409 586
Üzemi eredmény	-422 195	-123 073	-79 307
Értéksökkenés	36 644	45 402	43 122
EBITDA	-385 551	-77 671	-36 185
Adózott vállalkozási eredmény	-455 967	27 849	-93 582

A 8. Ábra a 2009Q1-Q3-as adatok 2009Q1/2009Q2/2009Q3-as megbontását mutatja. Ebből látható, hogy a költségszint (Árbevétel mínusz Üzemi eredmény) az első két negyedévhez képest 200 millió forintot meghaladó javulást mutat. A 2009-es átlagos negyedévi költségszint 632 millió forint, ami a 2008-as hasonló adathoz (Q1,Q2,Q3) képest negyedévente átlagosan 51 millió forintos megtakarítást jelent.

A 2009-es év adataira jelentős hatással van az Externet Nyrt. részesedés értékesítése, melynek folytán az Externet Nyrt. banki terheivel kapcsolatos költségek, illetve az Externet Nyrt. esetleges veszteségei kikerülnek a konszolidációs körből. Ez természetesen az árbevételi adatokra is vonatkozik, így ezen a területen az Externet Nyrt. értékesítése átmeneti visszahúzódadást okoz. Ez az átmeneti helyzet a NeoFM és kereskedőházának 2009. november 19-i elindulásával újból árbevétel bővülésbe fordul majd, a Sziget Kft. 2010-es konszolidációs körbe kerülésével pedig a 2008-as árbevétel lényegesen meghaladó árbevétel lesz elérhető. Az előbbiekből adódóan a Társaság 2009-es eredményessége szempontjából alapvetően a Média Üzletág eddigi és további teljesítménye lesz meghatározó. Az eredményességhez a pénzügyi eredmény soron a Sziget Kft. 2009-es profitjából az EMG-re eső rész is hozzájárul majd.

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

IV. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei

Az éves rendes Közgyűlés 31/2009. (04. 29.) számú határozatával megújította és kismértékben módosította a Közgyűlés 34/2008. (04. 24.) számú határozatát, amely felhatalmazta a Társaság Igazgatóságát saját részvény vásárlására az econet.hu cégcsoportba tartozó gazdasági társaságoknál tervezett opciós részvényvásárlási program fedezetének biztosítása, továbbá a Társaság által tervezett további akvizíciók során vételár megfizetése, illetve a tőkeszerkezet optimalizálása céljából. A módosított szabályokat a közgyűlési határozatok között 2009. április 29-én 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, majd 2009. szeptember 18-án 63 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. decemberi határidőre görgetett tovább. A tranzakciókra tőzsdei ügyletek keretében, az Equilor Befektetési Zrt. mint befektetési szolgáltató igénybevételével került sor.

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

A Társaság részvényei továbbra is a Budapesti Értéktőzsde Részvények „A” kategóriájában forognak, immár hatodik időszakban BUX-kosártagként, a BUMIX-kosárban való folyamatos részvétel mellett. Bár a 2009Q1-Q3 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.

A jelen gyorsjelentés közzétételét megelőző néhány hétben - az országos rádiós pályázat eredményhirdetése óta - rendkívül nagy forgalom mutatkozott az econet.hu részvények piacán. Ezzel kapcsolatban fontos megjegyezni, hogy a jogszabályok szerint az a részvényes, aki 5 százalékos küszöböt elérő változást szerez egy tőzsdei cégben, ezt és a részesedésének minden további 5 százalékos küszöböt elérő változását köteles az érintett cégnek és a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének haladéktalanul, de legkésőbb 2 napon belül bejelenteni, a cég pedig köteles ezt a tényt a közzétételi helyein nyilvánosságra hozni. 2009. október 28. (rádiós pályázat eredményhirdetése) utáni időszakban történt részesedésszerzés vonatkozásában ilyen bejelentés a jelen gyorsjelentés közzétételének napjáig nem érkezett az econet.hu Nyrt.-hez.

IV.1. Az Externet Nyrt. részesedés értékesítése

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

V. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai

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

A Társaság tevékenységéhez kapcsolódó kockázatok értékelésekor a Társaság (média fókuszú) vagyongazdálkodási tevékenységéből kell kiindulni, amiből következően a Társaság befektetéseiként 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 az internetes felhasználói szokások. Ennek következtében az ezt kiszolgáló alkalmazások az elmúlt évek során jelentős változáson mentek keresztül, amely természetesen kockázatként jelentkezhet az ebben a szegmensben kialakított üzleti modellek megvalósulása során, így érintheti a Társaság által kialakított online média-portfóliót és az ahhoz kapcsolódó tartalomszolgáltatásokat is. A médiatevékenységhez kapcsolódóan az előbbieken kiemelt általános kockázatokon túl a rádió műsorszolgáltatás eredményessége tekintetében kockázatként jelentkezik egyfelől az erős verseny, illetve a teljes szegmens gyenge reklámpiaci jelenléte, másfelől az esetleges, a médiapiac egyéb szegmensei javára történő, részben technológiai okokra, részben a fogyasztói szokások változására visszavezethető átrendeződések. 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. 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 2009. november 19-én elindult országos kereskedelmi rádiós tevékenység körében kockázatként jelentkezik, hogy a vonatkozó pályázattal kapcsolatban egy vesztes pályázó pert indított az ORTT ellen, melyben azt kérte a bíróságtól, hogy az ORTT-t tiltsa el a 2009. november 4-én megkötött műsorszolgáltatási szerződés teljesítésétől, illetve ha ez nem lehetséges, akkor állapítsa meg a pályázat szabálytalan voltát, mindkét esetben lényegében azt célozva, hogy az adás szűnjön meg. A bíróság egyébként a vesztes pályázónak a műsorszolgáltatási szerződéstől való eltávolítását célzó ideiglenes intézkedés iránti kérelmét első fokon elutasította. Nem kizárt, hogy a pályázattal kapcsolatban további vesztes pályázók is per(ek)e)t indítanak.

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

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

A Társaság tevékenységének legjobb tudomásunk szerint lényeges, az átlagos iparági környezetvédelmi kockázatot meghaladó kockázata nincs. Tevékenységünk során törekszünk a környezetvédelmi felelősségvállalásra; ennek jegyében egyebek mellett print kiadványaink legnagyobb része újrahasznosított

papíron kerül kiadásra, a szabadtéri rendezvényeinken pedig a lehetőségekhez képest szelektív hulladékgyűjtést folytatunk.

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

VI. A Társaság rövid- és középtávú feladatai

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

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

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

VI.1. Média Üzletág

A Média Üzletág központi cége az EMG, amely valamennyi média-befektetés tulajdonosaként előkészíti a Média Üzletágot érintő stratégiai döntéseket, kialakítja és végrehajja 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 nyílnak lehetőségek:

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

Az EMG média-portfóliójának gerincét a fogyasztó számára ingyenes termékek alkotják. Ez a szegmens - bár reklámpiaci kiterjedése 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 hirdetőik számára is értéket képviselő) látogatószám elérése. Ez egyrészt a közérdeklődésre számot tartó, színvonalas programok létrehozásával, másrészt a közösségi élmény feltételeinek megteremtésével lehetséges, ugyanakkor folyamatosan ellensúlyozni kell a jegyvásárlás ellen ható mindenkor változó körülményeket is (pl. 2009-es diákkedvezmény a Sziget Fesztiválra). Közép- és hosszútávon itt is célunk, hogy akár a magyar, akár más piacokon újabb, az előzőekben írtaknak megfelelő rendezvényeket hozzunk létre, alapvetően a Sziget Kft-ben felhalmozott tapasztalatra és üzleti kapcsolatrendszerre alapozva.

Az eMusic Kft-vel a Média Üzletág jelen van a digitális szerzői jogkezelő és értékesítő rendszerek piacán, és a nemzetközi szinten is dinamikusan növekvő online zene és video tartalom értékesítés egyik meghatározó szereplőjévé válhat a régióban. Az eMusic Kft. által a www.songo.hu cím alatt működtetett zeneáruház sikerét az is mutatja, hogy befejeződött a zenei portfólió bővítésének első szakasza, amelynek eredményeképpen az összes nagy, nemzetközi zenei kiadó tartalma elérhetővé vált a felhasználók számára. Az internetes zene értékesítéshez a cégcsoport további - az eddigi fejlesztéseken felüli - források bevonását, allokációját és felhasználását tervezi, melyek révén a Songo márkanév alatt futó üzletág keretei között az eMusic Kft. folytathatja zenei kínálatának bővítését és a Média Üzletág egyéb szereplőivel (elsősorban a rádiókkal) való 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-el új elemmel bővült. A NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádióadó a fogyasztók potenciális elérését még szélesebbé teszi mind területileg, mind korcsoportok és státusz szempontjából. A rádióadó az ország területének 81 százalékán fogható. Az ezen a frekvencián adó korábbi műsorszolgáltató hallgatótábora milliós nagyságrendű volt és szinte minden kor- és egyéb célcsoportot lefedett. Célunk, hogy a NeoFM minél hamarabb elérje és megtartsa a piacvezető pozíciót, emellett pedig gyorsan és zökkenőmentesen beillesztésre kerüljön az EMG média-portfóliójába és kiaknázásra kerülhessenek a különféle portfólió elemek közötti potenciális kölcsönös előnyök, mind a működés, mind az értékesítés során.

Természetesen egy országos rádió beindítása és működtetése a beruházási időszakban - a bevételek függvényében - a saját erőforrásainkon felüli további forrásbevonást igényelhet. A nyertes pályázatunkban ún. „sales house” vagy kereskedőház üzleti modellt alkalmaztunk, amely szerint a rádió reklámértékesítési és marketing tevékenysége az ahhoz kapcsolódó költségekkel együtt kiszervezésre kerül majd. Ennek megfelelően a rádiós és kapcsolódó tevékenységek már az első teljes évben milliárdos nagyságrendű árbevétele ott fog megjelenni, ahová (terveink szerint az EMG-hez) ez a kiszervezés történik. A pályázat és az annak alapján megkötött műsorszolgáltatási szerződés szerint, ha a rádiós cég és a kereskedőház ún. kapcsolt vállalkozások (azonos érdekkörnek mindkettőben befolyásoló - 25 százaléknál nagyobb - részesedése van), akkor az árbevételük az árbevétel-arányos műsorszolgáltatási díj számítása szempontjából összeadódik. Erre tekintettel döntenünk kell majd, hogy melyik tevékenység végzését kívánjuk befolyásoló részesedéssel végezni. A döntés során kiemelkedően és megkerülhetetlenül fontos szempont, hogy bármilyen külső tőkebefektető bevonása esetén az FM1 Zrt. és az általa működtetett NeoFM az EMG média-portfóliójával mindenkor szerves, egymást erősítő tartalmi, illetve értékesítési egységben működhessen. Célszerűnek az látszik, hogy a teljes árbevételt magáénak tudható és várhatóan eredményesen gazdálkodó kereskedőház maradjon kizárólagos tulajdonunkban, míg a szűkebb értelemben vett, szolid megtérülést célzó rádiós tevékenységet végző cégben - már csak a beruházási költségek megosztása miatt is - csökkentsük részesedésünket. (Ez a megoldás egyben a radiocafé Kft. helyzetét is rendezné, hiszen így megszűnne a Médiaörvény szerinti összeférhetetlenségi helyzet is, azaz az így kizárólagos tulajdonunkban maradó radiocafé 98.6 2010. május 3. után is működhetne.) Az FM1 Zrt-ben a cég sikeres működésére közvetlen kihatással bíró menedzsment is kisebb ösztönző részesedést szerezhet majd, a későbbiekben megállapítandó mértékben és feltételekkel.

A Sziget Kft. akvizíciós folyamatának 2009. május 8-i módosítása a jelen fejezet bevezetőjében említett körülmények fényében alapvetően azt a célt szolgálja, hogy az EMG a jelenleginél kedvezőbb időpontban és kedvezőbb körülmények között zárhassa a Sziget Kft. akvizíciót. Azáltal, hogy a jelenlegi gazdasági környezetben a cég mentesül egy, a méretéhez képest jelentős, majd másfél milliárd forintos azonnali forrásbevonási szükséglet alól, lehetővé válik, hogy a 2009-es év hátralévő részében 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 - az elkövetkező csaknem egy év során a lehető legkedvezőbb forrásbevonás mellett - képes lehet arra is, hogy a Sziget Kft. akvizíció folytatásával meghatározó szereplő legyen a hazai - és a Sziget Fesztivál révén - fontos szereplő legyen az európai fesztiválszervezési és event marketing piacon.

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

működését, ugyanakkor valószínűsíthető, hogy a jelenlegi gazdasági válságkörnyezetben kedvezőtlen 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 mellett az egyes befektetések értékesítéséig 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 megteremtésén keresztül érhető el. Ennek aktuális eszköze még az econet.hu Nyrt-hez hasonló növekedésorientált vállalatoknál is a konzervatív üzletpolitika. Ennek megfelelően a növekedésorientált működés a jelen helyzetben azt jelenti, hogy a cégcsoportot átmeneti visszahúzódás mellett arra kell felkészíteni, hogy a válság elmúltát követő időszakban újra intenzív növekedési pályára állhasson. A visszahúzódás 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 szegmensünkben 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” intuíciónra és innovációra már nem épülhet, mihamarabb - persze a mindenkori tőkepiaci helyzettől nem függetlenül - ismét képessé kell válnunk a tőkebevonásra. Erre akár a Társaság, akár a leányvállalatok szintjén sor kerülhet, a megfelelő piaci instrumentumok (részvény-, vállalati kötvény vagy átváltoztatható kötvény kibocsátása, stb.) nyújtotta lehetőségek minél optimálisabb kihasználásával.

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

A Társaság a 2009. évre tervszámokat továbbra sem tesz közzé, figyelemmel arra, hogy a gazdasági válságkörnyezetből adódó rendkívüli piaci bizonytalanság miatt a múltbéli adatokon alapuló becslésen túlmutató megalapozottságú tervek nem készülhettek, válságévre pedig becsült adatok közlése a Társaság álláspontja szerint nem volna felelős magatartás.

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

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

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

A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA

I. MÉRLEG

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

A mérlegfőösszeg közel megegyezik a bázisidőszakival. Eszköz oldalon a forgóeszközök 23 százalékkal, az ingatlanok, ingók a termelésben pedig 27%-al nőttek, a hosszú távú befektetések 17 százalékkal, az immateriális javak pedig kis mértékben csökkentek. Forrás oldalon a rövid lejáratú kötelezettségek 34 százalékkal nőttek, a hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek kis mértékben, a saját tőke pedig 7 százalékkal csökkent.

A konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok 2009. 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. radiocafé Kft., és a Tele EST Kft, míg egy évvel korábban az említettek túl a konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok voltak még az azóta értékesítésre került Externet Nyrt. és leányvállalatai, az ULTRAWEB Kft. és a VIVANET Kft. is. A többi, tartós befektetésként nyilvántartott társaság mérlegfőösszegét, saját tőkéjét, illetve árbevételét tekintve a konszolidációs szempontból „nem jelentős” kategóriába került. Ezek az Artigo Kft., EST INDOOR Kft., D-E-G Lapkiadó Kft., eMusic Kft., Est Pont Kft., Fidelio Sógó Kft., PRO FUTURE Kft, Sziget.hu Zrt. (mely utóbbi két Társaság 2009. május 5-én a Magyar Vendor Kft-be történt beolvadással megszűnt) és a SANORG Kft. (amelynek tevékenysége a 2007. augusztusi akvizíciót követően az O-Zone Kft-be és a Pesti Est Kft-be integrálódott be).

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

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

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

1. ESZKÖZÖK

econet.hu Nyrt.				
KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)				
Ssz.	Megnevezés / E Ft	2008.09.30	2009.09.30	változás %
1A	Forgóeszközök	2 066 018	2 549 434	23%
2I.	Pénzeszközök	143 916	387 738	169%
31.	Szabad rendelkezésű pénzeszközök	143 916	387 738	169%
42.	Elkülönített pénzeszközök			
53.	Azonnal pénzé tehető, likvid értékpapírok			
6II.	Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok	688 337	692 764	1%
71.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok			
82.	Eladásra szánt hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok	688 337	692 764	1%
93.	Egyéb céllal tartott hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok			
10III.	Követelések	1 233 264	1 464 592	19%
111.	Vevőkövetelések	483 320	484 186	0%
122.	Váltókövetelések			
133.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelései	476 528	420 688	-12%
144.	Termékre és szolgáltatásra adott előlegek	2 739	11 251	311%
155.	Letétek, óvadékok			
166.	Egyéb követelések	270 677	548 467	103%
177.	Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege			
188.	Folyamatban lévő kivitelezések ráfordításainak és bevételeinek pozitív egyenlege			
19IV.	Készletek	501	4 340	766%
201.	Késztermékek		69	
212.	Befejezetlen és félkész termékek			
223.	Növendék-, hízó- és egyéb állatok			
234.	Alap, segéd és üzemanyagok			
245.	Kereskedelmi áruk	501	4 271	752%
25V.	Halasztott ráfordítások			
26B	Hosszú távú befektetések	1 848 704	1 542 237	-17%
27I.	Értékpapírbefektetések	1 827 018	1 533 241	-16%
281.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok			
292.	Egyéb céllal tartott hitel- és 20% alatti tulajdon viszonyt megtestesítő értékpapírok			
303.	Konzolidációba bevont vállalkozásokkal kapcsolatos befektetések		1 100 000	
314.	Befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsolt vállalkozásokba	1 827 018	433 241	-76%
32II.	Befektetési alapokba történő befektetések			
33III.	Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök	21 686	8 996	-59%
34IV.	Hátrasorolt követelések			
35V.	Tárgyi eszköz befektetések			
36C	Ingatlanok, ingók a termelésben	89 374	113 343	27%
37I.	Ingatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok	20 364	17 489	-14%
38II.	Gépek, berendezések, járművek	46 153	75 254	63%
39III.	Nagyértékű szerszámok			
40IV.	Lízingelt eszközök	5 112	3 090	-40%
41V.	Biológiai eszközök, természeti erőforrások			
42VI.	Folyamatban lévő beruházások, felújítások	17 745	17 510	-1%
43D	Immateriális javak	3 870 826	3 792 383	-2%
44I.	Kísérleti fejlesztés értéke			
45II.	Vagyoni értékű és egyéb használati jogok (ingatlanhoz nem kapcsolódó jogok)	37 095	43 534	17%
46III.	Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek	1 165 923	1 220 005	5%
47IV.	Üzleti vagy cégérték	2 667 808	2 528 844	-5%
48	Eszközök összesen	7 874 922	7 997 397	2%

1.1. A **forgóeszközök** állománya mintegy 480 millió forinttal nőtt, melynek értékét több tényező az alábbiak szerint befolyásolta.

1.1.1. A **pénzeszközök** állománya a fordulónapon mintegy 385 millió forintot tett ki, mely 170 százalékos növekedés a bázis időszakhoz képest.

1.1.2. A **rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok** összetétele és értéke nem változott jelentős mértékben.

1.1.3. A **követelések** mintegy 19 százalékos növekedése a *termékre és szolgáltatásra adott előlegek és az egyéb követelések* állományának jelentős bővülésének tudható be, melyet valamelyest ellentételezett a *részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése*i értékének a csökkenése.

1.1.3.1. A *vevőkövetelések* állománya nem változott.

1.1.3.2. A *részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése*i 12 százalékkal csökkentek. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni kötelezettségei.

1.1.3.3. A *termékekre és szolgáltatásokra adott előlegek* sor összege 9 millió forinttal nőtt.

1.1.3.4. Az *egyéb követelések* 103 százalékkal növekedtek. Ezen a soron került kimutatásra a konszolidációs körbe tartozó társaságok adó- és egyéb követelése, továbbá a cégcsoportnál nyújtott dolgozói kölcsönök és azok kamatai is.

1.1.4. A **Készletek** állománya mintegy nyolcszorosára, 4,3 millió forintra nőtt.

1.2. A **hosszú távú befektetések** volumene 17 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. A *befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsolt vállalkozásokba* sor értékének csökkenését az előbb említett Sziget Kft. részesedés átsorolás, valamint egyes leányvállalatoknak a Magyar Vendor Kft-be történt beolvadása okozta. A bázisidőszaki adatban ezen felül - a 2009-es értékesítés miatt - megjelenik az Externet Nyrt. könyvi értékének egy része is.

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

1.3. Az **ingatlanok, ingók a termelésben** volumene 27 százalékkal nőtt. Az **ingatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok**, valamint a **lízingelt eszközök** értéke volumenében nem jelentős mértékben csökkent, amit bőven ellensúlyozott a **gépek, berendezések, járművek** soron időközben aktivált eszközök értéke. A **folyamatban lévő beruházások, felújítások** sor értéke változatlan.

1.4. Az **immateriális javak** értéke a bázisidőszakhoz képest csekély mértékben, azonban a 2009. I. negyedévhez képest az Externet-csoport konszolidációs körből való kikerülése miatt mintegy 1,6 milliárd forinttal csökkent, elsősorban a **vagyoni értékű és egyéb használati jogok** és az **üzleti vagy cégérték** sorokon. A **vagyoni értékű és egyéb használati jogok** a bázisidőszakhoz képest 17 százalékkal, a **vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek** pedig 5 százalékkal bővültek. Ezen hatásokat ellensúlyozta az **üzleti vagy cégérték** 5 százalékos csökkenése. 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 tőkéjükön felül kimutatott nyilvántartási értékek is.

2. FORRÁSOK

econet.hu Nyrt.					
KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2008.09.30	2009.09.30	változás %
49	E	Rövid lejáratú kötelezettségek	1 596 292	2 133 682	34%
50	1.	Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból	614 948	759 352	23%
51	2.	Váltótartozások			
52	3.	Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök	359 546	971 605	170%
53	4.	Kapott előlegek, előrefizetések	108 846	52 252	-52%
54	5.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei	323 497	20 587	-94%
55	6.	Halasztott bevételek	40 794	93 121	128%
56	7.	Halasztott adótartozások			
57	8.	Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek	148 661	236 765	59%
58	F	Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek	56 842	50 198	-12%
59	1.	Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök		18 953	
60	2.	Tartozások kötvénykibocsátásból, átváltoztatható kötvények			
61	3.	Lízingtartozások	3 396	646	-81%
62	4.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei	48 953	27 522	-44%
63	5.	Egyéb hosszú lejáratú kötelezettségek	4 493	1 727	-62%
64	6.	Hátrasorolt kötelezettségek			
65	7.	Várható jövőbeni kötelezettségek		1 350	
66	G	Saját tőke	6 221 788	5 813 517	-7%
67	I.	Jegyzett tőke	4 950 000	4 950 000	
68	II.	(-) Visszavásárolt részesedések könyv szerinti értéke			
69	III.	A részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon	2 443 086	2 443 086	
70	IV.	Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény	-1 247 029	-1 611 546	-29%
71	V.	Piaci értékelési különbözetek			
72	VI.	Külső tulajdonosok részesedése	75 731	31 977	-58%
73		Források összesen	7 874 922	7 997 397	2%

2.1. A rövid lejáratú kötelezettségek 34 százalékkal nőttek, összetételük megváltozott.

2.1.1. A kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból állománya 23 százalékkal nőtt.

2.1.2. A rövid lejáratú hitelek és kölcsönök értéke 170 százalékkal nőtt. Az állomány nagyrészt a Média Üzletághoz tartozó konszolidációs körbe bevont társaságok által igénybe vett bankhiteleket és egyéb - a fordulónap óta nagyrészt megszűnt - kötelezettségvállalásokat foglalja magában. Ezekon túlmenően itt kerültek kimutatásra a portfólióban lévő cégek által felvett egyéb rövid lejáratú kölcsönök.

2.1.3. A kapott előlegek, előrefizetések állománya mintegy 56 millió forinttal csökkentek.

2.1.4. A részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei mintegy 300 millió forinttal csökkentek, főként a bázisidőszakban itt kimutatott, az Externet Nyrt. felé fennálló kötelezettségek rendezése miatt. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni rövid lejáratú követeléseit.

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

2.1.6. A rövid lejáratú egyéb kötelezettségek állománya közel 60 százalékkal nőtt. A bázisidőszakhoz képesti növekedés főképp a különböző pályázati támogatásokhoz kapcsolódik.

2.2. A hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek állománya csekély mértékben, 6 millió forinttal csökkent.

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, ami korábban a *részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei* között került kimutatásra.

2.2.2. A *lízingtartozások* az időközbeni törlesztések miatt 81 százalékkal csökkentek.

2.2.3. A *részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei* körében kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni hosszú lejáratú követelése. A 44 százalékos csökkenés legnagyobb részét a már fentebb említett, a *hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök* sorra történő átsorolás okozta.

2.2.4 Az *egyéb hosszú lejáratú kötelezettségek* értékének 60 százalékot meghaladó csökkenését az időközben megszűnt iroda albérelti szerződés szerint visszafizetett kaució összege okozta.

2.3. A **saját tőke** a bázisidőszakhoz képest 7 százalékkal csökkent, ezt nagyrészt az **eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény** soron kimutatott tárgyidőszaki negatív eredmény idézte elő. A **jegyzett tőke** nem változott. A korábbi alaptőke-emelések során a névértéken felüli ázsíó 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.

3. EREDMÉNYKIMUTATÁS

econet.hu Nyrt.					
KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYKIMUTATÁS (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2008.09.30	2009.09.30	változás %
1	+	Értékesítés nettó árbevétele	1 833 369	1 269 793	-31%
2	+/-	Aktívált saját teljesítmények	119 149	24 009	-80%
3	-	Anyagjellegű ráfordítások	1 615 736	1 445 613	-11%
4	-	Személyi jellegű ráfordítások	450 400	347 596	-23%
5	-	Értékcsökkenési leírás	101 680	125 168	23%
6	=	Üzleti tevékenység eredménye	-215 298	-624 575	-190%
7	+	Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei	34 036	188 100	453%
8	+	Egyéb bevételek és nyereségek	133 908	88 234	-34%
9	-	Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei	47 778	104 268	118%
10	-	Egyéb ráfordítások és veszteségek	156 444	65 360	-58%
11	=	Adózás előtti eredmény	-251 576	-517 869	-106%
12	-	Jövedelemadó			
13	=	Szokásos vállalkozási tevékenység eredménye	-251 576	-517 869	-106%
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	-3 557	3 831	208%
21	=	Adózott vállalkozási eredmény	-248 019	-521 700	-110%
22		Egyszerű EPS korrekciók nélkül (Ft / db)	-5,1418	-10,5394	-105%
23		- ebből: üzleti eredményre jutó:	-4,4634	-12,6177	-183%
24		- ebből: szokásos vállalkozási tevékenység eredményére jutó:	-5,2155	-10,4620	-101%
25		- ebből: megszűnő tevékenység eredményére jutó:			
26		- ebből: számviteli politika változásainak eredményére jutó:			

3.1. Az értékesítés nettó árbevétele a tárgyidőszakban 1.270 millió forint volt, amelynek értéke a konszolidációba teljes körűen bevont társaságok tevékenységéből származó árbevételeket tartalmazza.

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

3.3. Az anyagjellegű ráfordítások 11 százalékkal csökkentek, elsősorban az általános költségcsökkentés és az átszervezésekből adódó hatékonyság javulás miatt. A személyi jellegű ráfordítások a megváltozott gazdasági helyzet miatti költségcsökkentési programnak köszönhetően - a státuszok megszüntetésével járó egyszeri kifizetések ellenére - 23 százalékkal csökkentek.

3.4. Az üzleti tevékenység eredménye mintegy 410 millió forinttal kevesebb az előző év ugyanezen időszakához képest, alapvetően az elmúlt évben kialakult pénzügyi- és gazdasági világválság okán beszűkült reklámpiac miatt. A Média Üzletág és az Anyavállalat teljesítményének részletesebb elemzését az ÜZLETI JELENTÉS rész III. Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konszolidált eredmények című fejezete tartalmazza. Az ott írtakon túl itt csak annyit emelünk ki, hogy a Média Üzletág teljesítménye jellemzően a reklámpiaci költségek ciklikusságát követi. Ez azt jelenti, hogy miután a költségek legnagyobb része minden évben március-június, de leginkább az október-december hónapokra koncentrálódik, egy adott üzleti negyedév (mint például a gazdasági válságkörnyezet nélkül is jellemzően erősen veszteséges Q1 és szolid veszteséget mutató Q3) eredményességéből önmagában nem adódik következtetés az egész évi teljesítményre. A Média Üzletág - az előzőekben említett, jelenleg válságkörülményekkel terhelt ciklikusság ellenére is, nagyban köszönhetően a mostanra beért költségcsökkentő intézkedéseknek - a Q3-ban az elmúlt évek hasonló időszakaihoz hasonló eredményt mutatott.

3.5. A pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei, illetve a pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei sorok főként az adott és kapott kamatokat és árfolyamnyereséget tartalmazzák, összehatásukat nagyban befolyásolta az Externet eladása kapcsán elszámolt árfolyamnyereség, illetve a saját részvényekre vonatkozó határidős vételi pozíciókra elszámolt árfolyamkülönbötet. Az egyéb bevételek és nyereségek, illetve az egyéb ráfordítások és veszteségek sorokon szerepelnek a tárgyi eszköz értékesítések és kisebb adójellegű kötelezettségek. Az említett eredménysorok összehatása a bázisidőszakhoz képest mintegy 140 millió forinttal kedvezőbb, ami elsősorban az Externet Nyrt. értékesítésekor a visszaírt értékhelyesbitéssel megegyező mértékű árfolyamnyereség elszámolásának köszönhető.

Összességében Társaságunk 2009. év III. negyedéves IFRS szerint konszolidált, nem auditált adózott vállalkozási eredménye -521,700 millió forint volt, melyhez túlnyomórészt a 2009. év I. félévének 428,118 millió forintos vesztesége járult hozzá.

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

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

Kijelentjük, hogy a jelen gyorsjelentés a valóságnak megfelelő, független könyvvizsgáló által nem auditált adatokat és állításokat tartalmaz, nem hallgat el olyan ténytet, 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 2009. év III. negyedéves gyorsjelentése teljes terjedelmében megtekinthető 2009. november 19-től a társaság székhelyén (1117 Budapest, Hauszmann Alajos u. 3.) és honlapján (www.econet.hu), valamint a BÉT honlapján (www.bet.hu).

econet.hu Nyrt.

Adatlapok

Az adatlapok fejléce (általános)

Társaság neve:	econet.hu Nyrt.	Telefon: 371-2100
Társaság címe:	1117 Bp. Hauszmann A. u. 3.	Telefax: 209-3038
Ágazati besorolás:	Vagyonkezelés	
Beszámolási időszak:	2009.01.01.-2009.09.30.	
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
econet.hu Nyrt.	4.950.000.000	100%	100%	L
econet Invest Kft.	515.000.000	100%	100%	L
EST Media Group Kft.	2.340.480.000	100%	100%	L
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	506.000.000	100%	100%	L
Fénypont Kft.	3.120.000	75%	75%	L
GridTech Kft.	3.000.000	85,3%	85,3%	L
GridLogic Kft.	925.000.000	100%	100%	L
Magyar Vendor Kft.	169.000.000	100%	100%	L
O-ZONE International Kft.	3.000.000	75%	75%	L
Pesti Est Kft.	200.000.000	100%	100%	L
radiocafé Kft.	3.000.000	100%	100%	L
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)

Pénzügyi kimutatásokhoz kapcsolódó adatlapok

PK3. Mérleg (egyedi)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

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

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

econet.hu Nyrt.					
MÉRLEG 'A' változat ESZKÖZÖK					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2008.09.30	2009.09.30	változás %
1	A	BEFEKTETETT ESZKÖZÖK	4 426 660	6 167 334	39%
2	I.	IMMATERIÁLIS JAVAK	196 962	117 852	-40%
10	II.	TÁRGYI ESZKÖZÖK	23 981	16 539	-31%
18	III.	BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK	4 205 717	6 032 943	43%
27	B	FORGÓESZKÖZÖK	2 696 906	1 108 486	-59%
28	I.	KÉSZLETEK			
35	II.	KÖVETELÉSEK	2 161 872	574 370	-73%
43	III.	ÉRTÉKPAPÍROK	519 343	531 520	2%
49	IV.	PÉNZESZKÖZÖK	15 691	2 596	-83%
52	C	AKTÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK	66 892	80 318	20%
56		ESZKÖZÖK ÖSSZESEN:	7 190 458	7 356 138	2%
econet.hu Nyrt.					
MÉRLEG 'A' változat FORRÁSOK					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2008.09.30	2009.09.30	változás %
57	D	SAJÁT TŐKE	6 664 787	6 548 639	-2%
58	1.	JEGYZETT TŐKE	4 950 000	4 950 000	0%
61	2.	TŐKETARTALÉK	2 443 086	2 443 086	0%
62	3.	EREDMÉNYTARTALÉK	-687 394	-674 197	2%
67	4.	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-40 905	-170 250	-316%
68	E	CÉLTARTALÉKOK			
72	F	KÖTELEZETTSÉGEK	389 812	639 198	64%
73	7.	HÁTRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK			
77	8.	HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	6 605	2 373	-64%
86	F	RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	383 207	636 825	66%
98	G	PASSÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK	135 859	168 301	24%
102		FORRÁSOK ÖSSZESEN:	7 190 458	7 356 138	2%

PK3. Mérleg (konszolidált)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

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

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

	Bázisidőszak	Tárgyidőszak
Befektetett eszközök	5 808 904	5 447 963
Immateriális javak	3 870 826	3 792 383
Tárgyi eszközök	89 374	113 343
Befektetett pénzügyi eszközök	1 848 704	1 542 237
Forgóeszközök	2 066 018	2 549 434
Készletek	501	4 340
Eszközök összesen	7 874 922	7 997 397
Saját tőke	6 221 788	5 813 517
Jegyzett tőke	4 950 000	4 950 000
Hosszú lejáratú kötelezettségek	56 842	50 198
Rövid lejáratú kötelezettségek	1 596 292	2 133 682
Források összesen	7 874 922	7 997 397

PK4. Eredménykimutatás (egyedi)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt eredményadatokat 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	X	EUR		Egyéb	
Egység*	1 000	X	1 000 000			

econet.hu Nyrt.					
EREDMÉNYKIMUTATÁS ÖSSZKÖLTSÉG 'A'					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2008.09.30	2009.09.30	változás %
3	I.	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	81 406	56 107	-31%
6	II.	AKTIVÁLT SAJÁT TELJESÍTMÉNYEK ÉRTÉKE			
7	III.	EGYÉB BEVÉTELEK	7 210	11 600	61%
14	IV.	ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	129 311	156 740	21%
18	V.	SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	15 156	15 960	5%
19	VI.	ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS	26 756	18 595	-31%
20	VII.	EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	8 315	1 389	-83%
22	A	ÜZEMI TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE	-90 922	-124 977	-37%
33	VIII.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK BEVÉTELEI	79 718	36 813	-54%
41	IX.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK RÁFORDÍTÁSAI	33 736	85 626	154%
42	B	PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE	45 982	-48 813	-206%
43	C	SZOKÁSOS VÁLLALKOZÁSI EREDMÉNY	-44 940	-173 790	-287%
44	X.	RENDKÍVÜLI BEVÉTELEK	1 193 524	4 040	-100%
45	XI.	RENDKÍVÜLI RÁFORDÍTÁSOK	1 189 489	500	-100%
46	D	RENDKÍVÜLI EREDMÉNY	4 035	3 540	-12%
47	E	ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	-40 905	-170 250	-316%
49	F	ADÓZOTT EREDMÉNY	-40 905	-170 250	-316%
52	G	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-40 905	-170 250	-316%

PK4. Eredménykimutatás (konszolidált)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt eredményadatokat kötelesek feltüntetni:

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

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

	Bázisidőszak	Tárgyidőszak
Értékesítés nettó árbevétele	1 833 369	1 269 793
Üzleti eredmény (EBIT)	-215 298	-624 575
Pénzügyi tevékenység nettó eredménye	-13 742	83 832
Adózás előtti eredmény	-251 576	-517 869
Adózott eredmény	-248 019	-521 700

PK6. Mérlegen kívüli jelentősebb tételek

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

5%-ot meghaladó részesedéshez, szavazati jogokhoz és saját részvényállományhoz kapcsolódó adatlapok

RS1. Tulajdonosi struktúra, a részesedés és szavazati arány mértéke

Tulajdonosi kör megnevezése	Teljes alaptőke						Bevezetett sorozat					
	Tárgyév elején (2009.01.01.)			Időszak végén (2009.09.30.)			Tárgyév elején (2009.01.01.)			Időszak végén (2009.09.30.)		
	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db
Belföldi intézményi/ társaság	33,75	33,75	16706713	32,37	32,37	16022838	33,75	33,75	16706713	32,37	32,37	16022838
Külföldi intézményi/ társaság	14,47	14,47	7160729	14,76	14,76	7307666	14,47	14,47	7160729	14,76	14,76	7307666
Belföldi magánszemély	51,21	51,21	25351054	52,34	52,34	25907042	51,21	51,21	25351054	52,34	52,34	25907042
Külföldi magánszemély	0,57	0,57	281504	0,53	0,53	262454	0,57	0,57	281504	0,53	0,53	262454
Munkavállalók, vezető tisztségviselők ³												
Saját tulajdon												
Államháztartás részét képező Tulajdonos ⁴												
Nemzetközi Fejlesztési Intézmények ⁵												
Egyéb												
ÖSSZESEN	100	100	49500000	100	100	49500000	100	100	49500000	100	100	49500000

¹ Tulajdoni hányad.

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

³ A dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 98 százalékos tulajdonában álló Canongate Investments Kft. 2009. szeptember 30-án a Társaságban 3.729.882 darab részvennyel rendelkezett. Ezek a részvények a „belföldi intézményi/társaság” soron szerepelnek. A Canongate Investments Kft. 2009. július 20-án 725 darab (7.250.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2009. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktust nyitott.

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

⁵ Pl.: EBRD, EIB, stb.

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

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

	Résztesedés (szeptember 30.)		Résztesedés	
	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)
Társasági szinten	0 ¹	0 ¹		
Leányvállalatok ²	0	0		
Összesen	0	0		

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

² Konzolidációba bevont társaságok.

RS3. Az 5%-nál nagyobb Tulajdonosok felsorolása, bemutatása (2009. szeptember 30-án) a bevezetett sorozatra (49.500.000 darab részvény) vonatkozóan

Név	Letétkezelő (igen/nem)	Mennyiség (db)	Résztesedés (%) ¹	Szavazati jog (%) ^{1,2}
OTP Bank Nyrt.	Nem	7.250.494 ³	14,65	14,65
Balco Holding B.V.	Nem	4.276.890	8,64	8,64
Canongate Investments Kft. ⁴	Nem	3.729.882	7,54	7,54
Gerendai Károly, Takács Gábor, Szigerta Invest Kft. ⁵	Nem	3.350.347	6,77	6,77

¹ Két tizedes jegyre kerekítve kell megadni.

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

³ Ez a részvénytársaság származékában szinte kizárólagosan megfigyelhető annak a 725 darab (7.250.000 darab részvényre vonatkozó) 2009. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktusnak, amelyet a Canongate Investments Kft. 2009. július 20-án - ahogy ez azon a napon közzétételre is került - az OTP Bank Nyrt. mint befektetési szolgáltató igénybevételel nyitott.

⁴ A Canongate Investments Kft. 98 százalékban dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök ellenőrzése alatt áll. A Canongate Investments Kft. 2009. július 20-án 725 darab (7.250.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2009. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktust nyitott.

⁵ Összehangoltan eljáró személyekként.

Vezető állású személyekhez, stratégiai alkalmazottakhoz kapcsolódó adatlapok**TSZ2. Vezető állású személyek, és a Kibocsátó működését befolyásoló (stratégiai) alkalmazottak**

Jelleg ¹	Név	Beosztás	Megbízás kezdete	Megbízás vége/megszűnése	Saját részvény tulajdon (db)
IT	Dr. Balázs Csaba	IT elnök	2008.04.24	2014.04.28	0 ²
IT	Bencze György	-	2008.04.24	2014.04.28	0 ³
IT	Kis Andor	Pénzügyi igazgató ⁴	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Bedő Balázs	-	2009.04.29	2014.04.28	0
IT	Bányász Péter	Pénzügyi igazgató ⁴	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Fenyő György	-	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Gerendai Károly	-	2008.04.24	2014.04.28	1.233.929 ⁵
IT	Kádár Tamás	-	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Lévay Örs	-	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Dr. Rosner Gábor	IT alelnök	2008.04.24	2014.04.28	0
FB	Bakos Bálint	Vezérigazgató-helyettes	2008.04.24	2014.04.28	0
FB, AB	Forró Zoltán	-	2008.04.24	2014.04.28	0
FB, AB	Hutiray Gyula	-	2009.07.06.	2014.04.28	0
FB, AB	Szabó Attila	-	2008.04.24	2014.04.28	0
Saját részvény tulajdon (db) Ö S S Z E S E N:					1.233.929

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

² A dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 98 százalékos tulajdonában álló Canongate Investments Kft. 2009. szeptember 30-án a Társaságban 3.729.882 darab részvénnyel rendelkezett. A Canongate Investments Kft. 2009. július 20-án 725 darab (7.250.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2009. decemberi lejáratú határidős vételi kontraktust nyitott.

³ Bencze György a Társaságban a 2009. szeptember 30-ig terjedő beszámolási időszakban részvénytulajdonnal nem rendelkezett, 2009. november 18-án 45.600 darab törzsrészvénnyel rendelkezett.

⁴ A pénzügyi igazgatói tisztséget 2009. július 10-ig Kis Andor igazgatósági tag, 2009. július 13-tól Bányász Péter igazgatósági tag látta/látja el.

⁵ Gerendai Károly igazgatósági tag 2009. szeptember 30-án a Társaságban 1.233.929 darab törzsrészvénnyel rendelkezett. Gerendai Károly, Takács Gábor, valamint a Gerendai Károly 65 százalékos és Takács Gábor 35 százalékos irányítása alatt álló Szigerta Invest Vagyonkezelő Korlátolt Felelősségű Társaság – összehangoltan eljárónak minősülő személyekként – 2009. szeptember 30-án együttesen 3.350.347 darab részvénnyel rendelkeztek, amelyek része a Gerendai Károly tulajdonában álló, fentebb jelzett részvénytulajdonosság is.

Az econet.hu Nyrt 2009. III. negyedévének főbb eseményei:

2009.09.30	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.09.28	BÉT/econet honlap	Tájékoztató országos rádiós pályázat benyújtásáról
2009.09.23	BÉT/econet honlap	Alapszabály
2009.09.23	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyvek
2009.09.18	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2009.09.16	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.08.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a társaságban történt befolyásszerzés, illetve annak megszűnése tárgyában
2009.08.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.08.26	BÉT/econet honlap	2009. I. féléves jelentés
2009.08.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a közgyűlési határozatok cégbírószági bejegyzéséről
2009.08.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2009.08.10	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv
2009.08.10	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv
2009.08.10	BÉT/econet honlap	Alapszabály
2009.07.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2009.07.28	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2009.07.22	BÉT/econet honlap	Tájékoztató társasági eseményről
2009.07.21	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.07.20	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2009.07.13	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2009.07.06	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2009.07.02	BÉT/econet honlap	Hutiray Gyula szakmai önéletrajza
2009.07.02	BÉT/econet honlap	Közgyűlési előterjesztés a cégcsoport stratégiáról
2009.07.02	BÉT/econet honlap	Előterjesztések kiegészítése

Budapest, 2009. november 19.



dr. Balázs Csaba
econet.hu Nyrt.

