



az econet.hu Média és Vagyonkezelő Nyrt.

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

2010. május 19.

TARTALOMJEGYZÉK

TARTALOMJEGYZÉK	2
ÜZLETI JELENTÉS	3
I. Összefoglaló	3
II. Bevezetés	6
III. Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konzolidált eredmények	7
III.1. Média Üzletág	7
A Média Üzletág eseményei	7
A Média Üzletág eredményei	12
A Média Üzletág piaci környezete	14
Sziget Kft. akvizíció	17
III.2. Anyavállalat	19
Az Anyavállalat eseményei	19
Az Anyavállalat eredményei	20
III.3. Konzolidált adatok	20
IV. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei	21
IV.1. Részvény adatok	22
V. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai	22
VI. A Társaság rövid- és középtávú feladatai	23
VI.1. Média Üzletág	24
VI.2. Anyavállalat	25
VII. A Társaság főbb célkitűzései	26
A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA	27
I. Mérleg	27
1. Eszközök	28
2. Források	30
II. Eredménykimutatás	32
ADATLAPOK	34

ÜZLETI JELENTÉS

I. Összefoglaló

- **Az econet.hu csoport árbevétele 2010 első negyedében 695 millió forint volt. Ez 435 millió forinttal haladta meg a 2009-es év azonos időszakának árbevételét.** A növekedés részben a NeoFM tavaly még nem jelentkezett árbevételének, részben pedig az EMGPrint üzletág Custom Publishing szegmense jó teljesítményének köszönhető.
- A reklámpiac ciklikusságából adódóan az üzleti éven belül jellemzően az első negyedévi eredmények a leggyengébbek. E tényező, illetve az elhúzódó gazdasági válság hatásai ellenére **a cégcsoport** - a tavaly novemberben indult, jelenleg felfutó szakaszban lévő NeoFM adatait kiszűrve - **mintegy 60 százalékkal kevesebb veszteséget termelt, mint a tavalyi év azonos időszakában.** Így a 2010 első negyedévi üzemi eredmény -178 millió, az EBITDA -142 millió, az adózott eredmény pedig -133 millió forint volt.
- A csoportnak a NeoFM mintegy 220-240 millió forintos csökkentő tételeivel számított 2010 első negyedévi -420 millió forintos üzemi eredménye és -370 millió forintos **EBITDA eredménye közel azonos** az egy évvel ezelőtti szinttel, a -342 millió forintos **adózott eredmény pedig 7 százalékkal kedvezőbb,** mint az előző év azonos időszakában.
- **A NeoFM 2010 első negyedében a várakozásoknak megfelelő üzleti teljesítményt nyújtott.** A rádió a legfrissebb hallgatottsági adatok alapján **a kereskedelmileg legfontosabb hétköznapi reggeli műsorsávban egyértelmű piacvezetővé vált,** teljes napi hallgatottsága pedig meghaladja az 1,4 millió főt. 2010 első negyedének végére a hallgatottság szempontjából a **kereskedelmi rádiós piac lényegében visszarendeződött a két országos adó javára.** Ennek következtében várható, hogy a rádiós reklámpiac is visszatér majd a korábbi piaci helyzethez, ahol a két, legnagyobb elérést biztosító országos kereskedelmi frekvencia realizálta a rádiós költségek legnagyobb részét. Ennek megfelelően a NeoFM-től az idei bevezető év második felére már azt várjuk, hogy - a bevezető-felfutó időszakot követően a kedvező mérési eredményekre késéssel reagáló növekvő hirdetési aktivitásnak köszönhetően - a 7-12. hónapokban üzemi szinten eredményes legyen. 2011-től pedig - amikor a hirdető a reklámbüdzséjüket már újra a visszarendeződött rádiós piaci helyzetnek megfelelően tudják tervezni - egész éves szinten nyereséges működést prognosztizálunk.
- **Az econet.hu Nyrt.** az általában kedvezőtlen gazdasági klíma hatásainak kezelése mellett a válság adta akvizíciós lehetőségeket is aktívan keresi, **2010 áprilisában,** az első negyedéves beszámolási időszakot követően **kisebbségi részesedést** és a reklámfelületek értékesítésére vonatkozó jogot **szerezett az EXIT programmagazin kiadójában.** Ennek következtében a Média Üzletág tulajdonában vagy rész tulajdonában lévő **ingyenes programmagazinok hetente már csaknem 600 ezer olvasót érnek el.**

1. Ábra: A 2009. és 2010. évi 1-3. hónapok IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb eredményadatainak, továbbá az FM1 Zrt. adataitól megtisztított 2010. évi 1-3. hónapok eredményadatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1	2010Q1	2010Q1*	Változás (%) 2009Q1-2010Q1	Változás (%) 2009Q1-2010Q1**
Árbevétel	258 992	695 762	514 993	169	99
Üzemi eredmény	-410 142	-420 736	-178 005	-3	57
Értékcsökkenés	34 799	50 638	35 154	46	1
EBITDA	-375 343	-370 098	-142 851	1	62
Adózott vállalkozási eredmény	-368 826	-342 713	-133 448	7	64

Az időszaki adatok összehasonlíthatósága érdekében a 2009-ben közzétett bázis időszak adataiból kiszűrésre került az időközben értékesített Telekommunikációs Üzletág és a radiocafé Kft. teljesítménye.

* FM1 Zrt. számaiktól tisztított adatok

** Változás az FM1 Zrt. számaiktól tisztított adatokhoz viszonyítva

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 portfóliója a 2010 első negyedéves listaáras reklámköltési becslésekhez képest jobban teljesített, így a reklámpiaci ciklikusságból adódóan szokásosan gyenge első negyedévben is lényegesen növelni tudta árbevételét az előző év azonos időszakához képest. Kedvező fejlemény, hogy a lényeges árbevétel növekedés a tavalyi adatokban értelemszerűen nem szereplő NeoFM hatásainak kiszűrésével is megmutatkozik, hiszen az árbevétel így is több mint kétszerese az egy évvel ezelőttinek. A NeoFM hatásaitól megtisztított eredmények is mintegy 60 százalékkal kedvezőbbek a 2009 első negyedévinél.

- **Az EMGBroadcast területén az EMG 100 százalékos leányvállalata, az FM1 Zrt. üzemeltetésében működő NeoFM az elvárásoknak megfelelő bevételek és költségek mellett kezdte a 2010-es évet.** 2010 április végére a csatorna a reggeli kiemelt műsorsávban piacvezető szerepet ért el a Bumeráng című műsorával. **A 2010Q1 árbevételében a NeoFM árbevételi adatai (a kereskedőház bevételeiről eltekintve) 180 millió forintot tesznek ki.** Az országos kereskedelmi rádiós (kereskedőházra eső rész nélküli) bevételek az egyre javuló hallgatottsági adatokkal párhuzamosan nőnek.

A radiocafé 98.6 a beszámolási időszakot követően média jogszabályi összeférhetlenségi előírások miatt értékesítésre került, ugyanakkor a reklámidéjét kereskedőházként továbbra is az EMG értékesíti.

- **Az EMGIndoor a beltéri reklámeszközök területén megőrizte piacvezető szerepét,** az eszközök köre az EXIT akvizíció kapcsán kismértékben bővült. **2010 első negyedévében a 28 százalékos visszaesést mutató listaáras költési becsléshez képest az EMGIndoor 7 százalékos növekedést ért el.**
- **Az EMGMusic, amely az EMG koncertszervezési (booking) üzletága, Est Music néven 2009. év végén 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. Est Music az első negyedévben több mint 80 koncertet szervezett.
- **Az EMGOnline üzletágának** elemei a 2010 első negyedévében átlagosan heti 1,5 millió körüli látogatót regisztráltak, ezzel párhuzamosan **a 2009-as szintnél valamivel magasabb bevételeket generáltak.** **2010. március 31-én megújult az est.hu programajánló site, amit hamarosan követ majd az eco.hu oldal is.**
- **Az EMGPrint üzletágban** a 2009 júniusában mind kivitelében, mind tartalmi elemeiben **megújult a Pesti Est és Est Lapok, a portfólióba került EXIT programmagazin és az egyéb lapok olvasottsága megközelíti a heti 600 ezres számot.**

2010 márciusától elindult a Time Out Pécs. A kiadvány a Pécs 2010 Európa Kulturális Fővárosa programsorozat kapcsán került az országos Est Lapokkal együttműködésben létrehozásra és az idei év során 10 alkalommal jelenik majd meg.

- **Az EMGEvent üzletágban** a Sziget Kft. az idei fesztiválszezonra új rendezvénnyel is készül, 2010 június 4-5-én kerül majd megrendezésre a StarGarden Fesztivál.

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 2010 első negyedévi eredményekről:

„Az elhúzódó válság ellenére erősen kezdte az évet az econet.hu. Árbevételünk több mint két és félszeresére nőtt, megtartottuk és megerősítettük hagyományos piaci pozícióinkat. Új területünkön, az országos kereskedelmi rádiós piacon a NeoFM az előzetes üzleti elvárásoknak megfelelően teljesített és áprilisra a legfontosabb reggeli műsorsávban egyértelmű piacvezetővé vált.

A globálisan gyengélkedő nyomtatott sajtó területen ingyenes termékeink növelték olvasottságukat, a Custom Publishing szegmens jó teljesítménye pedig az árbevételen is megmutatkozott, hiszen a NeoFM adatai nélkül is duplázni tudtunk. Az online területen a piaci trendeknek megfelelően, az indoor területen a trenddel szemben is erősödni tudtunk a tavalyi év azonos időszakához képest.

Az econet.hu médiaeszközeivel milliókat tud megszólítani, a piac megkerülhetetlen szereplőjévé vált. Az év hátralévő részében a hatékonyabbá tett szervezettel az eredményesség javítása érdekében fogunk dolgozni, mindeközben persze az újonnan kínálkozó piaci lehetőségekre is figyelniünk kell.”

II. Bevezetés

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

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

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

Az ingyenes médiatermékek előretörése jelzi a jövő médiájának egyik irányát. A felhasználó számára ingyen hozzáférhető, színvonalas médiatartalom már évtizedek óta növekvő súllyal bír a médiapiacra (a tv, az internet előfizetési díja a fogyasztó szemszögéből elkülönül a tartalomtól). A Média Üzletágunk (EMG) legnagyobb részt ingyenes portfóliója előremutató és a válságon túllépve a további fejlődés és siker lehetőségét is hordozza. Az EMG már most is bevezetett és ismert, a véleményvezérek körében kimondottan népszerű brandeket tömörít.

Többpólusú média-portfóliókkal ennek megfelelően az egész országot elérjük. Lapjainkat hetente majd hatszáz ezren olvassák, országos rádiókat naponta több mint 1,4 millióan hallgatják, online oldalainkat hetente több mint 1,5 millióan látogatják, indoor reklámeszközeinkkel több ezer helyen vagyunk jelen, fesztiváljainkon pedig minden évben sokszáz ezren kapcsolódnak ki. Az olvasók, hallgatók, látogatók és vendégek nagyszámú, ugyanakkor az egyes termékeinken keresztül jól behatárolható elérése a hirdető számára is hatékony lehetőségeket kínál.

Az econet.hu Nyrt. az elmúlt években a magyar médiapiac egyik jelentős szereplőjévé vált. Ez egyben azt is jelenti, hogy nem vonhatjuk ki magunkat az iparágra jellemző, az elmúlt évben és várhatóan idén is kedvezőtlen piaci környezet alól. Ugyanakkor azonban elértük azt a méretet, ahol a válság a fogyasztási kedv és ezen keresztül a hirdetési kiadások visszaesése ellenére is már növekedési lehetőségeket hordozhat. Ehhez a Társaság - a magyar médiapiacra egyedüli - tőkepiaci jelenléte is hozzáadott értéket adhat.

III. Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konszolidált eredmények

III.1. Média Üzletág

A Média Üzletág eseményei

Az Est Media Group Kft. a 2010-es tevékenységét - a 2008-ban végrehajtott szervezeti és szerkezeti változások eredményeképpen - az egységes portfólió-értékesítés és üzemeltetés jegyében végezte. A beszámolási időszakot követő események által is formált portfólió öt szervesen összetartozó és egy függetlenül működő event üzletágra tagolódik (a radiocafé 98.6 és a Facebook nincsen tulajdonosi és üzemeltetési hatókörünkben, kizárólag a reklámfelületeik értékesítését végezzük):



2009-ben csaknem teljesen lezárult az folyamat, melynek eredményeképpen az econet.hu cégcsoport legtöbb médiabeli érdekeltsége az EMG közvetlen tulajdonosi irányítása és finanszírozási hatóköre alá került.

2009. november 18-a éjjel után pár másodperccel az EMG és az azóta már 100 százalékos leányvállalatának, az FM1 Zrt-nek az üzemeltetésében megszólalt a NeoFM, amely a legnagyobb lefedettséggel rendelkező országos kereskedelmi rádiócsatorna. Az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) által kiírt pályázat 2009. október végi elnyerése után alig több mint három héttel az EMG tehát egy kiemelten erős elemmel bővült, amely nem csak hogy szervesen illeszkedik a meglévő portfólióhoz, de önmagában is komoly médiaértéket, erőt jelent a hazai piacon. 2010 első negyedévének végére a csatorna a kereskedelmi szempontból legfontosabb célcsoportokban és időszávokban, az Ipsos/GfK hallgatottsági adatai alapján piacvezető szerepet ért el.

A reklámpiaci tendenciák negatív hatásai 2010. I. negyedévében is érezhetőek voltak, a rendszerváltozás óta nem tapasztalt visszaesés nehéz helyzetbe hozta a magyarországi médiavállalkozásokat. A hirdetői bizonytalanság, a reklámra fordított összegek jelentős mértékű csökkenése folytatódott, áthúzódott 2010-re is, nem csak az EMG portfóliójában, hanem a teljes magyar médiapiacban.

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

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

Ennek körében 2010. január 18-tól 2 évig - a NeoFM részéről további 1 év automatikus hosszabbítási lehetőséggel - a három megszokott műsorvezetővel (Boros Lajos, Bochkor Gábor és Voga János) a NeoFM reggeli műsorsávjában az elmúlt évek leghallgatottabb rádióműsora, a Bumeráng jelentkezik. A reggeli időszáv jelentősége kiemelkedően fontos a rádiós piacon, a Bumeráng az első negyedév végi adatok alapján ismét piacvezető márkája a magyarországi rádiós piacnak.

A régi-új műsor elindulásán túl a NeoFM ezzel egyidejűleg véglegessé vált teljes műsorstruktúrájának és zenei kínálatának kialakulásával lezárult a NeoFM felállításának és beindításának intenzív szakasza. Egyúttal az EMG országos kereskedelmi rádióval kapcsolatos tevékenységének jellege is megváltozott, ekkortól a NeoFM és az EMG többi márkájának együttműködésén alapuló üzemeltetési és értékesítési tevékenységre, a „sales house” üzleti modell megvalósítására helyeződött a hangsúly.

A NeoFM a 2010 márciusi hallgatottsági adatok alapján (Ipsos/GfK) szinte minden fontos területen elérte a piacvezető pozíciót, marketing-kampányai, műsorpolitikája és zenei kínálata révén vezető helyet szerzett a kereskedelmi rádiós piacon. Mindemellett eleget tett az ORTT felé benyújtott eredeti pályázati vállalásainak is, azaz igen magas, 35 százalékos arányban sugároz magyar zenét, ami nem csak a rádiós piacnak, de a teljes magyar zenei életnek is kedvező.

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

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

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

Tekintettel arra, hogy az FM1 Zrt. tulajdonosai által létrehozott konzorcium és az FM1 Zrt. a pályázati eljárás és a műsorszolgáltatási szerződés megkötése során mindig és mindenben a jogszabályi előírásoknak és a pályázati kritériumoknak megfelelően járt el, az FM1 Zrt. az elsőfokú ítéletnek a felperesi keresetnek helyt adó része ellen fellebbezéssel élt. Az ítélet ellen az ORTT is fellebbezett. A fellebbezések folytán a Fővárosi Ítéletábrla a másodfokú eljárás első tárgyalását 2010. július 1-re tűzte ki.

Az FM1 Zrt. műsorszolgáltatási szerződésének megkötését közvetlenül megelőzően - a pályázati felhívás előírásának megfelelően a pályázat részeként tett nyilatkozat és az ORTT-hez később intézett kérelemre hozott ORTT döntés alapján - a radiocafé Kft. aláírta azt a megállapodást, amely a radiocafé 98.6 műsorszolgáltatási szerződését közös megegyezéssel megszüntette. A megállapodás ugyanakkor tartalmazta azt a kitétel is, hogy amennyiben 2010. május 3-ig a pályázati nyertességgel kialakult összeférhetetlenség - azonos érdekkörnek nem lehet egyszerre befolyásoló részesedése egy országos és egy körzeti rádióban - a Médiatörvénynek megfelelő módon kiküszöbölésre kerül, a radiocafé 98.6 műsorszolgáltatási szerződésének megszüntetése hatályát veszti. Már a beszámolási időszakot

követően, 2010. április 29-én az EMG értékesítette a radiocafé Kft-t, így az előzőekben írt összeférhetetlenségi helyzet megszűnésével a radiocafé 98,6 közkedvelt adása továbbra is hallható maradt. Az értékesítést megelőzően az FM1 Zrt-nek az addig a radiocafé Kft. tulajdonában volt 75 százalékos részvénytársasága az EMG-hez került, amely így a NeoFM 100 százalékos közvetlen tulajdonosává vált.



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

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

A 2009-es Sziget Fesztivál zárásával véget ért a Sziget Kft. nyári fesztiválszervező munkája, tavaly ősztől a cég a 2010-es rendezvényeket készíti elő. A 2009-es szezon rendezvényei (T-Home Gyerek Sziget, VOLT Fesztivál, Balaton Sound, Félsziget Fesztivál, Zene a Rasszizmus ellen, Sziget Fesztivál) 350-400 millió forint közötti rendezvényszintű (overhead nélküli) eredményt termeltek, ami jól mutatja, hogy a Sziget Kft. üzleti modellje a gazdasági válság körülményei között is működőképes. A Sziget Kft-t jelenleg a VOLT Fesztivál és a Balaton Sound eredményének 50 százaléka illeti meg.

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

Az üzleti modell működőképességére további indikációt ad az is, hogy az idei évben a Sziget Kft. „StarGarden, a legendák fesztiválja” néven egy új rendezvényt is elindít. Az eseményen az elmúlt évtizedek legendás magyar és külföldi zenekarai lépnek majd fel 2010. június 4-én és 5-én Budapesten, a Puskás Ferenc Stadion kertjében és a SYMA csarnokban. A zenei programok mellett a látogatók egy bor-, pálinka- és gasztronómiai fesztivált is élvezhetnek majd. A StarGarden nem csak időben szélesíti a fesztiválpalettát. A gyerekes családok és a fiatal felnőttek számára már komoly Szigetes rendezvény-portfólió áll rendelkezésre, míg az eddigi célcsoportok szülei, a még életerős, aktív, minőségi szórakozásra vágyó felnőttek körét a Sziget Kft. eddig kevésbé szólította meg. A StarGarden zenei és gasztronómiai programkínálatával ezt a réteget is megcélozza. A StarGarden szélesebb célközönsége egybeesik az országos kereskedelmi rádiók célcsoportjával, ezért magától értetődik, hogy ezt az új nagyszabású fesztivált az EMG portfóliójába tartozó NeoFM mutatja be. A rendezvénnyel való együttműködéssel ezen a területen is erősíteni tudjuk az EMG cégcsoportjának egységességében rejlő lehetőségeket.

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



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



2009. IV. negyedévében kezdte meg 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 Est Music a 2010-es év első negyedévében több mint 80 sikeres koncertet, fellépést szervezett az általa képviselt zenekaroknak.



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

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

A világ legnépszerűbb közösségi oldala, a Facebook magyarországi felhasználóinak száma 2010 első negyedévében elérte, majd meghaladta az egymillió főt, és a jelen gyorsjelentés közzétételével közel egyidejűleg átlépi az 1,3 milliós határt is. A felhasználói tábor várhatóan ezután is napról-napra dinamikusabban növekszik majd. Az iwiw jelentős konkurenciát kapott a Facebook személyében. Az EMG portfóliójában a Facebook ezért kiemelt jelentőséggel bír. A Facebook felületei a jelen gazdasági körülmények között minden hirdető számára egyértelműen vonzó megoldást nyújtanak az ár/érték arány szempontjából is. Az értékesítési szerződés keretében az EMG olyan addicionális árbevételt könyvel el, amely a teljes Online üzletág súlyát növeli a médiapiacon.

Az eMusic Kft., amely az econet.hu Média Üzletágán belül üzemel, jogvédett zene- és mozgóképletöltést lehetővé tévő DRM (Digital Rights Management) és kapcsolódó értékesítési alkalmazások fejlesztésével, illetve licenzbeadásával foglalkozik. Ezen tevékenységi kör keretében - egyebek mellett - üzemeltetési és fejlesztési szolgáltatásokat nyújtott piacvezető on-line médiaszolgáltatóknak. Az eMusic Kft. által 2006. november 30-án Songo márkanév alatt indított internetes zeneáruház több mint 40 ezer regisztrált felhasználóval rendelkezik, köszönhetően a több mint 910 ezer zeneszámot elérő zenei kínálatának. A 2008-ban elindult negatív világgazdasági események sajnos továbbra is kihatnak a zeneáruház működésére is, a forgalom az előző év azonos időszakához képest csökkenő tendenciát mutat.

Az EMGOnline „Aktív TV3.0” megnevezésű projektje az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében a vállalati innováció ösztönzése körében 2009 tavaszán kiírt pályázaton 2009. október végén 94.794.750 forint összegű vissza nem térítendő támogatást nyert el. A 2011 végéig megvalósítandó fejlesztéssel egy olyan, magyar viszonyok között is elérhető árú és felhasználóbarát terméket kívánunk létrehozni, mellyel webes hozzáférés alapon kiváltható a kábel-TV előfizetés, és amelyre a nappaliban lévő összes szórakoztatási funkció telepíthető. A termék sikeres létrehozása és bevezetése esetén egy újabb,

reklámok rendkívül hatékony, akár személyre szabott elhelyezésére is alkalmas platformhoz jutnánk, amivel kiegészíthetnénk a meglévő média-portfóliónkat. Az ilyen platformon közvetített reklám - célzott jellegénél fogva - magasabb áron volna kínálható a hirdetőknél. Mindezek miatt média fókuszú társaságként is érdemes felvállalni a technológiai fejlesztéssel járó fokozott kockázatokat, megkísérelve ezzel az adott szűk területen működő reklámszolgáltató vállalkozások közé kerülni.



2009-ben júniustól mind kivitelében, mind tartalmi elemeiben megújult a Pesti Est és Est Lapok lapcsaládja.

A megújítás eredményeképpen a Pesti Est és a hozzá tartozó Est Lapok olvasottsága - hosszú idő után - ismét szignifikáns növekedésnek indult. A lapok együttes olvasottsága 2009 második felére 400 ezer fő körül stabilizálódott, 2010 első negyedévében pedig tovább nőtt. A megújuláshoz kapcsolódóan az előállítás állandó költségei - mind szerkesztőségi, mind gyártási oldalon - csökkentek.

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

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

Az EMG a beszámolási időszakot követően, 2010. április 13-án jelképes, 100 ezer forintos áron 20 százalékos részesedést szerzett a KJ Publishing Kiadói Korlátolt Felelősségű Társaságban. A KJ Publishing abból a célból került megalapításra, hogy a Sanoma Budapest Kiadói Zrt-vel az „EXIT” című programmagazin átvétele tárgyában 2010. március 16-án aláírt kötelező erejű Term Sheet megvalósításában részt vegyen. A KJ Publishing 2009. április 14-én a Sanoma Budapesttel aláírta az EXIT és az ahhoz kapcsolódó eszközök és vagyoni értékű jogok (lapengedély, védjegyek, exit.hu domain) átruházására vonatkozó szerződést, illetve kifizette a vételár első, mintegy 50 százalékos részletét. A szerződés alapján az EXIT-et a 2010. április 21-i lapszámtól kezdődően a KJ Publishing adja ki. A szerződés zárására várhatóan a szerződés aláírását követő mintegy 60 napon belül, a nagyobb számú kapcsolódó szerződéses pozíciók (marketing együttműködések, leltérekre vonatkozó területhasználati szerződések, stb.) és eszközök (pl. laptartó állványok) technikai átadás-átvételével és a vételár második részletének megfizetésével kerül majd sor.

A KJ Publishing-ben a kisebbségi tulajdonos EMG gyakorolja a menedzsment jogokat, míg a pénzügyi befektető feladata a megvásárláshoz és a működéshez szükséges finanszírozás nyújtása. A pénzügyi befektető a vételár első részének finanszírozásához szükséges összeget tagi kölcsönként a KJ Publishing rendelkezésére bocsátotta.

Az átvételt követő első évben az EXIT kiadásához kapcsolódó szakmai feladatokat díj ellenében, kiszervezés keretében az EMG és érdekeltségei fogják ellátni. Ebben az időszakban az EXIT-ben megjelenő hirdetések értékesítését a kereskedőházi tevékenysége keretében, jutalék ellenében szintén az EMG fogja végezni. Ezek a feladatok az első évet követően is az EMG-nél maradnak, amennyiben addig megfelelően látja el azokat.

A fentiek szerint az EMG - a megvásárláshoz és a kiadáshoz kapcsolódó pénzügyi kockázatok viselése nélkül - az EXIT kiadásához kapcsolódó különféle feladatok ellátásáért díjakat kap majd, illetve az értékesítési tevékenység kapcsán itt jelenik majd meg a tevékenység árbevétele, illetve a szokásos értékesítési jutalék és annak eredménytartalma. Ezen túlmenően az EMG-t fogja megilletni a projekt cég eredményének húsz százaléka. A pénzügyi befektető viseli a finanszírozási kockázatot, amit ellensúlyoz, hogy az ingyenes programmagazin területén az EMG személyében az egyik legnagyobb tapasztalattal rendelkező szakmai partnerrel dolgozhat együtt. A pénzügyi befektető társ tulajdonosai a médiában eddig nem érdekelt magyar magánszemélyek, akik további média befektetéseket jelenleg nem terveznek. Nyitottak ugyanakkor arra, hogy a projekt cég többségét a későbbiekben az EMG részére értékesítsék.

A Média Üzletág eredményei

Az alábbiakban bemutatjuk a Média Üzletág szintjén konszolidált időszaki adatokat. A 2009Q1-es számok értelemszerűen nem tartalmazzák az országos kereskedelmi rádiós tevékenység, továbbá az akkor még a konszolidációba be nem vont Fidelio Est Kft. és a D-E-G Lapkiadó Kft. (Time Out Budapest kiadója) adatait.

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

Megnevezés / E Ft	2009Q1	2010Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	242 011	688 546	446 535	185
Üzemi eredmény	-371 163	-387 004	-15 841	-4
Értékcsökkenés	18 857	38 578	19 721	105
EBITDA	-352 306	-348 426	3 880	1
Adózott vállalkozási eredmény	-298 701	-334 322	-35 621	-12

A Q1 a hirdetési piac ciklikussága miatt általában az év leggyengébben teljesítő negyedéve. A 2010Q1-es árbevételi adat ugyanakkor az előző évinek csaknem háromszorosa. Ez egyfelől a bázisévi számban még nem szereplő NeoFM-nek, másfelől az EMGPrint ún. Custom Publishing szegmense (különszámok) javuló teljesítményének tudható be.

Mindemellett a gazdasági válság reklámpiacra gyakorolt hatásai még mindig érezhetőek, habár a makrogazdasági folyamatok szintjén (2010Q1 GDP 0,2 százalékos növekedése a 2009Q1-es adathoz képest) már láthatóak kismértékű pozitív - a lakossági fogyasztás által azonban még szinte egyáltalán nem visszaigazolt - fejlemények. A reklámköltségek visszaesésének hatása a nemzetközi piacokon is látható, pl. az Axel-Springer konzern (amely elsősorban a javuló online teljesítménye miatt egyébként árbevétel- és eredménynövekedésről számolt be) 7 európai országban - köztük hazánkban is - jelenlévő Nemzetközi Print Üzletágában 2010-ben 8,2 százalékos reklámárbevétel csökkenés mutatkozott.

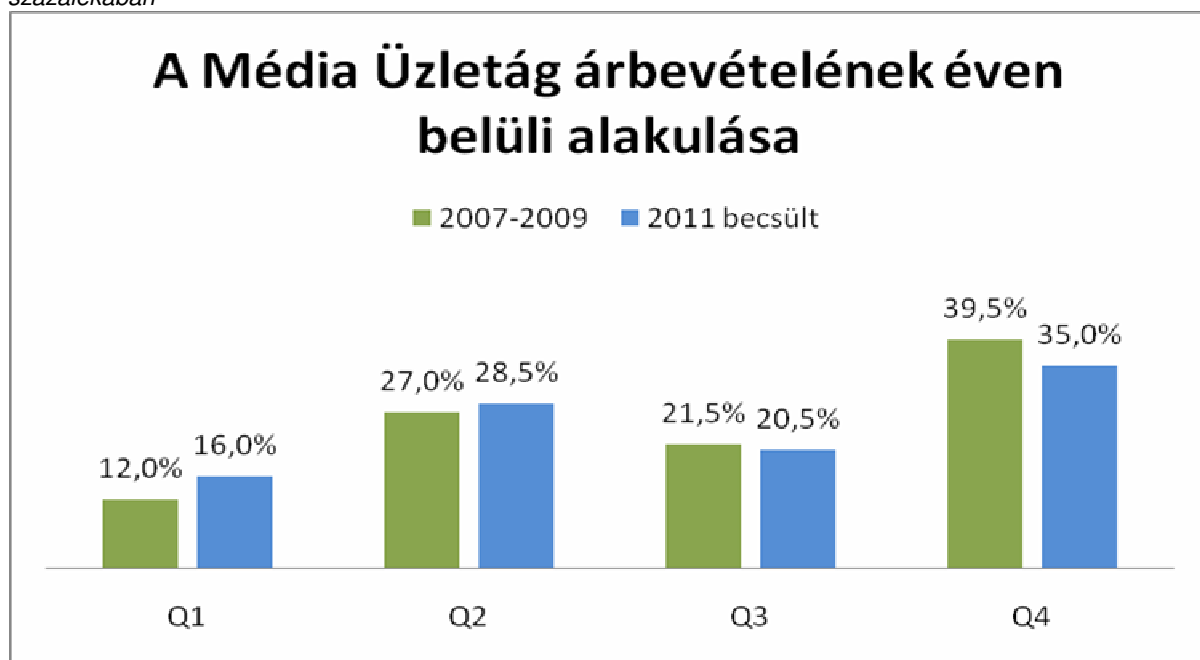
A 2010Q1 árbevételében a tavaly novemberben beindult NeoFM árbevételi adatai (a kereskedőháza eső bevételek nélkül) csak 180 millió forintot tesznek ki, részben még a pályázati eljárás kapcsán kialakult átmenetileg bizonytalan piaci helyzetnek betudhatóan, részben pedig azért, mert a hiteles hallgatottsági adatok csak 2010 februárjától álltak rendelkezésre (lásd *A Média Üzletág piaci környezete* című alfejezet *A broadcast (rádiós) piac* című pontját). Összehasonlításképpen, a javuló hallgatottsági adatok fényében a 2010. április 1. és május 15. közötti időszak már - a kereskedőháza eső bevételek nélkül - mintegy 150 millió forintos árbevételt hozott. Az országos kereskedelmi rádiós (kereskedőháza eső rész nélküli) bevételek az egyre javuló hallgatottsági adatokkal párhuzamosan nőttek, az indulás óta eltelt mintegy 6 hónapban másfél hónapos időszakonként mintegy 74, 80, 100 és 150 millió forint voltak. Az árbevételi számok dinamikája egyelőre még nem tükrözi sem a jellemzően az országos kereskedelmi rádiókra eső rádiós reklámpiaci részesedést, sem a piac ciklikusságát. Ennek hátterében az áll, hogy a hallgatottsági és az árbevételi adatok növekedése közötti összefüggés egyfelől késleltetett (a hirdetőik az utólagos hallgatottsági adatok alapján előre költenek), másfelől - amint azt fentebb már említettük - a nagyobb reklámbüdzsék év eleji tervezésekor még nem állhatott megbízható adat a hirdetőik rendelkezésére. Az országos kereskedelmi rádiókra eső, jellemzően 60-65 százalékos rádiós reklámpiaci tortából való megfelelő - és ciklikusan jelentkező - részesedésre az első teljes naptári éves működést követően, 2011-től számíthatunk majd, amikor a hirdetőik már a hiteles és historikus hallgatottsági adatok alapján fognak tervezni. Addig, amíg ezt az állapotot elérjük, folyamatosan felfutó, a szezonális hatások által kevésbé befolyásolt árbevétellel számolhatunk.

A TNS Media Intelligence mérései szerint a teljes magyar hirdetési piac (napilap, folyóirat, indoor, közterület, online, rádió, mozi, kábeltévé, televízió) 2009-ben a GDP 6,3, százalékos visszaesésénél nagyobb mértékben, 7,4 százalékkal csökkent 2008-hoz képest, ezen belül a magazinpiac 20 százalék feletti, a rádiós piac 14 százalékos, az indoor hirdetési piac pedig több mint 40 százalékos visszaesést könyvelhetett el. Az online hirdetési piac 2008-ban még csaknem 50 százalékkal, 2009-ben már csak alig 15 százalékkal tudott nőni. Az egész piac átlagát pedig javította a legnagyobb szeletet képviselő országos televíziós piac, amely csak minimális mértékben esett vissza. Ezek az adatok nem az egyes hirdetési felületek által nyújtott kedvezmények után kialakuló tényleges - a listaáraknál lényegesen alacsonyabb - bevételeken alapulnak, hanem a megjelent hirdetések listaáraival számolnak (a 2009-es listaárak teljes reklámpiaci becslés egyébként 583 milliárd forint volt, míg a nettó költségek csak 162 milliárdra becsülték, azaz a nettó költség / listaárak költségek átlagos reklámpiaci aránya 28 százalék körüli). A Magyar Reklámszövetség által a tényleges, nettó költségekről készített 2009-es becslés az egész hirdetési piac vonatkozásában 19,2 százalékos visszaesést valószínűsít (lásd *A Média Üzletág piaci környezete* című alfejezetet).

A fentiekhez képest a 2010-es évre vonatkozó előrejelzések ellentmondásosak, pl. az MEC (korábban Mediaedge:cia) Magyarországra vonatkozó becslése 6 százalékos további zsugorodással, míg a ZenithOptimedia Közép- és Kelet-Európára vonatkozó előrejelzése 5,7 százalékos (a magyar print piacra 2,2 százalékos) növekedéssel számol.

A lenti 3. Ábrán látszik, hogy historikusan a mindig gyenge első negyedéves és lassan javuló-hullámzó év közbeni teljesítmény után a Média Üzletág végső soron az év utolsó hónapjaiban realizálja az árbevétel és a profit legjelentősebb részét. Ezt az éven belüli megoszlást az országos kereskedelmi rádiós tevékenységnél (a korábbi frekvenciabirtokosnál) historikusan megfigyelhető ciklikusság (Q1: 20%, Q2: 30%, Q3: 20%, Q4: 30%) ugyanakkor kevésbé hullámzóvá teszi majd (a fentebb említett 2010-es felfutási időszak miatt a 3. Ábrán a 2011-es „beállt” tevékenységű évet mutatjuk be).

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



A 2009Q1-ről 2010Q1-re az üzemi eredmény, az EBITDA és az adózott eredmény nagyságrendileg nem változott. Lényeges különbség azonban, hogy míg a 2009Q1-ben az egész Média Üzletág gyengén teljesített, a 2010Q1-ben a veszteséghez legnagyobb részt az FM1 Zrt. járult hozzá. Az egyéb média tevékenység eredményessége a 2008-as (válság előtti) szinthez képest is javuló tendenciát mutat (2008Q1-ben a Média Üzletág 326 millió forint árbevétel mellett, -143 millió forintos EBITDA és -165 millió forintos adózott eredményt ért el).

4. Ábra: A Média Üzletág konszolidációba bevont cégeinek 2009Q1 és 2010Q1 egyedi számviteli nyilvántartásaiból levezetett IFRS szerinti, a Média Üzletág szintjén konszolidált, az FM1 Zrt. számaiktól megtisztított adatsorainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1	2010Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	242 011	507 777	265 766	110
Üzemi eredmény	-371 163	-144 273	226 890	61
Értékcsökkenés	18 857	23 094	4 237	2
EBITDA	-352 306	-121 179	231 127	66
Adózott vállalkozási eredmény	-298 701	-125 057	173 644	58

A 4. Ábrából látszik, hogy a Média Üzletágnak az FM1 Zrt. számaiktól megtisztított teljesítménye minden tekintetben nagyságrendi javulást mutat, azonban a reklámpiac ciklikusságából adódóan még mindig a negatív tartományban van. Az FM1 Zrt. a 4. Ábrán bemutatott eredményeket üzemi szinten 240 millió forinttal, EBITDA és adózott eredmény szinten mintegy 220 millió forinttal rontja (lásd a 2. Ábra számaikat). Ez alapvetően abból adódik, hogy a NeoFM beindulásával és a műsorszerkezet 2010. januári kialakulásával a rádió költség szerkezete is véglegesedett. Az országos kereskedelmi rádió - a korábbi frekvenciabirtokos 500-650 millió forint közötti negyedéves költségénél olcsóbban - 400 millió forint körüli negyedévenkénti költséggel működik

(műsorszolgáltatási díj, sugárzási díj, a tervezetthez képest a Bumeráng produkcióval megnövekedett műsorgyártási költségek, dologi és személyi kiadások, jogdíjak, stb.). A rádió, amely jelenleg bevezető-felfutó időszakában van, várhatóan az év második felében fog a költségszinthez fölzárkózni, majd az év végétől fogja meghaladni azt.

A 2010Q1 költségszintje - a NeoFM fentebb részletezett hatásainak kiszűrésével - a 2009-es, 598 millió forintos átlagos negyedévi adatot nem haladta meg. Ez a 2008-as, 746 millió forintos átlagos negyedévi költségszinthez képest csaknem 150 millió forinttal kedvezőbb képet mutat.

A 2008 végétől drámai mértékben megváltozott reklámpiaci körülmények 2010-re történő áthúzódása ellenére az EMG a 2010Q1-ben - a NeoFM hatásainak kiszűrésével - jelentős mértékben javuló képet mutat a 2009Q1-hez képest. A perspektivikus országos kereskedelmi rádiós tevékenység figyelembe vételével az eredményesség lényegében a 2009Q1-hez hasonlóan alakult, csaknem háromszoros mértékű árbevétel mellett.

A nem rádiós területen az elkövetkező időszakban további költségcsökkentő lépéseket kell végrehajtani és egyébként is szigorú költséggazdálkodással arra kell törekedni, hogy az eredményesség tovább javuljon, míg a rádiós területen az árbevétel további felfuttatásával előbb el kell érni, majd meg kell haladni a már beállt költségszintet. Természetesen ennek során figyelemmel kell lenni arra, hogy az eddig kialakított média-portfóliónk későbbi fejlődési és növekedési lehetőségei is fenntarthatóak maradjanak. A 2009-es évhez képest a 2010-es év adatait az árbevétel tekintetében milliárdos nagyságrendű növekedésben megtestesülő, az eredményesség tekintetében pedig - figyelemmel arra, hogy bevezető-felfutó évről van szó - jelenleg még pontosan nem megbecsülhető módon befolyásolják majd az országos kereskedelmi rádió és kereskedőházának adatai is.

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

A nemzetgazdaság 2009-es rossz teljesítménye (és a 2010Q1 minimális javulása) sajnos nem ad okot különösebb pozitív várakozásokra, ugyanakkor a 2009-es egész évi adatok szerint (Nemzeti Médiaanalízis) a vásárlóerő csökkenésével párhuzamosan a fizetős sajtótermékeknél megfigyelhető csökkenő olvasottság a legfőképpen ingyenes termékekből álló EMG-portfólió mért részében éppen ellenkező hatással, az olvasószám növekedésével járt, ami a felületeinket hirdetői szempontból értékesebbé és ezért hatékonyabban értékesíthetővé teheti. A NeoFM elindulása és felfutása szintén az EMG egész média-portfóliójának hirdetői szempontból történő felértékelődését eredményezheti.

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

A Média Üzletág piaci környezete

A Média Üzletág konszolidációba teljes körűen bevont cégeinek és azok termékeinek legfőbb bevételi forrása a reklámok értékesítéséből és egyéb marketing, illetve szponzorációs tevékenységből ered. A 2008-as év végén jelentős megtorpanás volt érezhető a megváltozott világ gazdasági környezet reklámköltségekre gyakorolt hatása miatt, amely a teljes hazai médiapiacra érezte hatását. Mindezen negatív folyamatok a 2009-es évben tovább erősödtek, illetve a 2010-es évre is áthúzódtak, érezhetően visszavetve a teljes reklám-, és ezáltal a médiapiac teljesítményét.

A teljes reklámpiac bevételeinek alakulása jól mutatja az ágazatban tapasztalható válsághatásokat: amíg a teljes piac reklámköltsége a Magyar Reklámszövetség (MRSZ) nettó bevételekre vonatkozó becslése alapján 2008-ban több mint 7 százalékkal nőtt az előző évhez képest, addig ugyanez a szám 2009-ben 19,2 százalékos csökkenést mutatott. A TNS Media Intelligence listaáras mérései ugyanakkor csak 7,4 százalékos csökkenést mutatnak a 2009-es évre. A listaáras és a nettó bevételek visszaesése közötti különbség jól mutatja, hogy a keresleti oldalról hirtelen beszűkült hirdetési piacon a médiatulajdonosok a korábbinál jelentősen magasabb engedményeket adtak a hirdetőknél. A negatív tendencia ugyan megfordulni látszik, hiszen a Kantar Media (a korábbi TNS Media Intelligence) listaárakat figyelembe vevő felmérése szerint a teljes magyar hirdetési piac (napilap, folyóirat, indoor, közterület, online, rádió, mozi, kábeltévé, televízió) 2010 első negyedévében 5,6 százalékkal már növekedni tudott, azonban a kábeltévé és az online szegmens kivételével, amelyek 46, illetve 17 százalékos bővülést mutattak fel, minden más szegmens (magazinpiac -14, rádiós piac -9, indoor piac -28 százalék) további csökkenést könyvelhetett el a 2009-es év azonos időszakához képest.

A 2010-es egész éves előrejelzések - azon túl, hogy nem erre az évre teszik a reklámpiac újbóli beindulását - nem egybehangzóak. Így például a ZenithOptimedia legfrissebb becslése szerint a magyarországi nyomtatott sajtóreklámok piaca 2,2 százalékkal bővül majd, míg az MEC Medialab szerint ez a piac újabb 16 százalékos esést könyvelhet majd el. A teljesség kedvéért tegyük hozzá, hogy az MEC Medialab a nyomtatott sajtóreklám piac visszaesését összefüggésbe hozza a romló olvasottsági trendekkel, ami az EMG portfólióba tartozó főként ingyenes termékekre nem igaz, ezeknél a válság hatása éppen fordított volt, növekvő olvasottságot hozott.

A magazinpiac

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

Miközben 2010 első negyedévében a nyomtatott sajtópiac listaáras bevételei 10 százalék körül csökkentek, az EMGPrint árbevétele - elsősorban a Custom Publishing szegmensnek köszönhetően - legalább ekkora mértékben nőtt.

Az online piac

Az online a legdinamikusabban fejlődő szegmense a médiapiacnak. Újabb és újabb szereplők indulnak a piacon, erőteljes a szegmentálódás. Ennek köszönhetően azonban a régebbi szereplők bevételeinek növekedése évek óta lassul. Szintén komoly csapást mért rájuk a reklámköltések szűkülése, 2009-ben a listaáras növekedés visszaesése a ténylegesen realizált árbevétel szintjén valójában már komoly csökkenésbe fordult, mely akár a 18-20 százalékot is elérhette.

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

Az indoor piac

Az indoor piac 2009-re jelentősen visszaesett, ekkor több mint 40 százalékos csökkenést könyvelt el a szegmens. Ez az óriási mértékű változás a kiesett szereplőknek köszönhető, ha ezek bevételeit nem vesszük figyelembe, akkor a csökkenés mértéke 25 százalék körüli, amely még így is magasnak tekinthető. A drasztikus változás elsődleges oka, hogy a médiatervekből nem ritkán teljesen kimarad az indoor, valamint minden más „ambient média”-ként számon tartott felület. Ez a tendencia 2010 első negyedévében is folytatódott, a listaáras költségek 28 százalékkal csökkentek az előző év azonos időszakához képest. Ugyanakkor ezen a területen is örömteli fejlemény, hogy az EMGIndoor üzletágának bevételei közel 7 százalékos növekedést mutattak az első negyedévben.

A broadcast (rádiós) piac

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

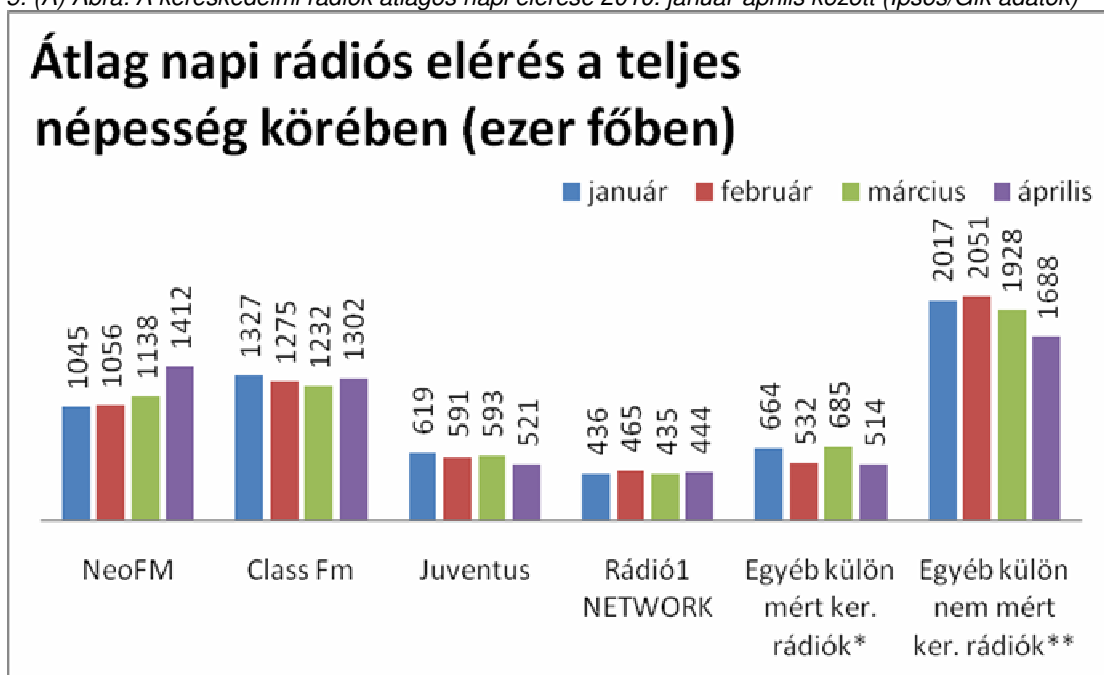
A magyarországi rádiós piacot - a közrádió adóit leszámítva - két országos, néhány kvázi országos hálózatba kapcsolódott, több körzeti és sok helyi rádióadó jelenti. A rádiós reklámtorta legnagyobb szeletét a két országos kereskedelmi adó viszi el, a maradékon a többi szereplő osztozik. A NeoFM a korábbi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

A két korábbi országos kereskedelmi rádió kiesésével és az új belépőkkel megváltozott rádiós piacon 2010 januárjától a korábbi naplós módszer helyett hibrid adatfelvételi módszerrel történik a hallgatottság mérése. Ezt a mérési módszert a médiavásárló ügynökségeket képviselő Magyar Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége (MAKSZ) is támogatásáról biztosította. A korábbi országos kereskedelmi adók 2009. november 18-i megszűnésétől kezdődött átmeneti időszakban a rádióadók és a MAKSZ tagjai által

hivatalos adatszolgáltatásként elfogadott Ipsos-GfK hallgatottsági adatbázisában a két új országos adóra vonatkozólag nem tettek külön adatokat. Ugyanakkor ebben az időszakban több, nem elfogadott módszerrel végzett felmérés eredményei is napvilágot láttak, amelyek a piacnak az országos frekvenciák hátrányára történő átrendeződéséről számoltak be. Ezeket az eredményeket az első ízben 2010 januárjára vonatkozólag közzétett Ipsos-GfK „hivatalos” hallgatottsági mérés csak lényegesen kisebb mértékben igazolta vissza.

Az alábbi 5. (A) Ábra az új mérési adatok alapján bemutatja a kereskedelmi rádiós piac alakulását az idei év első négy hónapjában.

5. (A) Ábra: A kereskedelmi rádiók átlagos napi elérése 2010. január-április között (Ipsos/GfK adatok)



* InfoRádió, Klubrádió, radiocafé 98.6, Roxy, Sztár FM

** minden egyéb, a mérésbe bevont helyi és regionális rádióadó

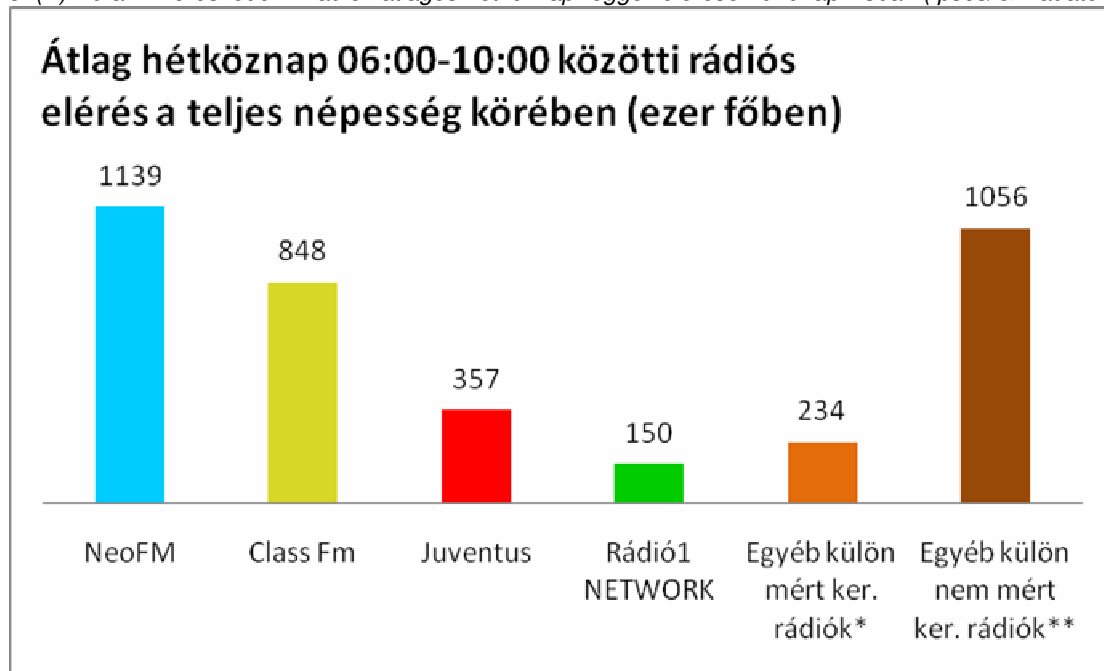
Jól látható, hogy a két új országos kereskedelmi rádió a mintegy 6 millió elért hallgató 35-45 százalékát fedi le. A januári adatok mutatnak ugyan némi hangsúlyeltolódást a száznál is több adót magában foglaló *Egyéb külön nem mért kereskedelmi rádiók* javára, azonban ez a helyzet áprilisra az országos adók, elsősorban a NeoFM javára visszarendeződött. Ebben jelentős szerepe volt a Bumeráng újraindulásának, illetve az erőteljes marketing tevékenységnek is. A NeoFM 2010 áprilisára a legnagyobb eléréssel rendelkező kereskedelmi rádióvá vált, napi több mint 1,4 milliónyian hallgatják.

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

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

A következő 5. (B) Ábra a rádiós piacon kereskedelmi szempontból legfontosabb, hétköznapi reggeli hallgatói elérést mutatja be.

5. (B) Ábra: A kereskedelmi rádiók átlagos hétköznapi reggeli elérése 2010. áprilisban (Ipsos/GfK adatok)



* InfoRádió, Klubrádió, radiocafé 98.6, Roxy, Sztár FM

** minden egyéb, a mérésbe bevont helyi és regionális rádióadó

A reggeli műsorsávban a Bumeráng című műsorunk a 2010 januári indulását követő 3 és fél hónap alatt egyértelmű piacvezetővé vált, nincs olyan kereskedelmi rádió, amely hallgatottságban akár csak megközelítené.

Célunk, hogy a NeoFM stabilan megtartsa a 2010 első négy hónapjában megszerzett piaci pozícióját.

Sziget Kft. akvizíció

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

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

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

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

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

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

Figyelemmel arra, hogy a 2009-es évben eredményelvárások nem kerültek alkalmazásra, a 2009-es év után vételár fizetési kötelezettség sem keletkezett. A tavalyi évről a fentiek szerint 2010. 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.

6. (A) Ábra: EBITDA elvárások alakulása

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

A fenti 6. (A) Ábra szerinti adatokból a VOLT Fesztivállal és a Balaton Sound Fesztivállal szembeni 2010-es és 2011-es eredményelvárások (átlagosan évi 324 millió forintos EBITDA) 10 százalékon felüli túlteljesítése esetén ezen fesztiválok eladói a 2009. május 8-i módosítás szerint további - nagyságrendileg nem lényeges összegű - prémium vételárra válhatnak jogosulttá.

6. (B) Ábra: fizetési kötelezettségek alakulása évenként

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

Amint az a 6. (B) Ábrából is látható, 2009-ben 211 millió forint kifizetése volt esedékes, ez azonban nem pénzbeli teljesítést jelent, hanem - a korábban megállapodottak szerint - a VOLT Fesztivál és Balaton Sound Fesztivál tulajdonosai részére vételár részként átadásra kerülő 1 millió darab, 211 forintos elszámolóárú econet.hu részvényt takarja.

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

6.(C) Ábra: részesedés-szerzési ütemezés

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

Abban a nem várt esetben, ha 2010. október 15-ig nem kerülne kifizetésre az akkor esedékes mintegy 1,45 milliárd forintos vételár, az akvizíciós folyamat megállna, és az eladók az ügylet meghíúsulása 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 meghíúsulása 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 kimaradt, azaz sem a teljesítmény-elvárások, sem a fizetési kötelezettségek tekintetében nem számítottak, továbbá, hogy a 2009-ben esedékes vételár-részeket majd másfél évvel későbbi időpontban 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.

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

III.2. Anyavállalat

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

Az Anyavállalat eseményei

Az econet.hu Nyrt. - összhangban az új cégcsoport stratégiával - folytatja a cégcsoport strukturális, egypólusú médiavállalattá történő átalakítását. Ennek megfelelően anyavállalati szinten alapvetően média fókuszú vagyonkezelési tevékenység folyik. Ez a Média Üzletág, valamint az econet.hu Nyrt. 2007 előtt szerzett nem média jellegű 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 igénybevétele a projekt mintegy két és fél éves időtartama alatt kerülhet sor. A projekt megvalósítása a jelen gyorsjelentéssel érintett időszakban is folyamatban volt.

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

Az Anyavállalat eredményei

A 2009-es konszolidált eredményekhez az Anyavállalat csökkentő tétellel járult hozzá. Az időszaki adatokat az alábbi 7. Ábrán foglaljuk össze.

7. Ábra: Az Anyavállalat 2009Q1 és 2010Q1 IFRS szerint összesített adatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1	2010Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	21 850	9 191	-12 659	-58
Üzemi eredmény	-41 731	-36 484	5 247	13
Értékcsökkenés	18 694	16 787	-1 907	-10
EBITDA	-23 037	-19 697	3 340	14
Adózott vállalkozási eredmény	-77 646	-15 696	61 950	80

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

Az econet.hu Nyrt-nél realizálódó árbevétel csökkenésének elsődleges oka az, hogy a cégközpont tevékenységében a stratégiának megfelelően a hangsúly a külső megrendelők felé történő szolgáltatásnyújtásról áthelyeződött az econet.hu cégcsoport számára végzett tulajdonosi irányítási és ellenőrzési tevékenységre, illetve az egyéb anyavállalati feladatok ellátására. Ez egyfelől a külső megrendelésekhez kapcsolódó költségek arányos csökkenésével járt, ugyanakkor azonban az intenzívebb tőzsdei jelenlétből, a cégcsoport méretnövekedéséből és ebből következően a megnövekedett irányító-ellenőrző feladatok ellátásából adódó adminisztratív és dologi jellegű költségek fajlagosan megnöttek, amik az üzemi és EBITDA eredmény sorokat terhelték. A 2010Q1 adózott vállalkozási eredményét a Társaság 2,1 millió darab saját részvényre vonatkozó, 72,96 forintos átlagáron nyitott határidős pozíciója (melynek részleteit lásd *A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei* című alfejezetben) nem érintette.

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

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

8. Ábra: A 2009Q1 és 2010Q1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1	2010Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	258 992	695 762	436 770	169
Üzemi eredmény	-410 142	-420 736	-10 594	-3
Értékcsökkenés	34 799	50 638	15 839	46
EBITDA	-375 343	-370 098	5 245	1
Adózott vállalkozási eredmény	-368 826	-342 713	26 113	7

A Q1 a hirdetési piac ciklikussága miatt általában az év leggyengébben teljesítő negyedéve. Ennek ellenére a 2010Q1-es árbevételi adat az előző évihez képest több mint két és félszeres növekedést mutat. Ez egyfelől a bázisévi számban még nem szereplő NeoFM-nek, másfelől az EMGPrint ún. Custom Publishing szegmense (különszámok) javuló teljesítményének tudható be.

A 2009Q1-ről 2010Q1-re az üzemi eredmény, az EBITDA és az adózott eredmény nagyságrendileg nem változott. Lényeges különbség azonban, hogy míg a 2009Q1-ben az egész cégcsoport gyengén teljesített, a 2010Q1-ben az üzemi veszteséghez legnagyobb részt, mintegy 240 millió forinttal az FM1 Zrt. járult hozzá.

9. Ábra: A 2009Q1 és 2010Q1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések az FM1 Zrt. számaiból megtisztított főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés / E Ft	2009Q1	2010Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	258 992	514 993	256 001	99
Üzemi eredmény	-410 142	-178 005	232 137	57
Értékcsökkenés	34 799	35 154	355	1
EBITDA	-375 343	-142 851	232 492	62
Adózott vállalkozási eredmény	-368 826	-133 448	235 378	64

A 9. Ábrából látszik, hogy a cégcsoportnak az FM1 Zrt. számaiból megtisztított teljesítménye minden tekintetben nagyságrendi javulást mutat, azonban a reklámpiac ciklikusságából adódóan még mindig a negatív tartományban van. Az FM1 Zrt. a 4. Ábrán bemutatott eredményeket üzemi szinten 240 millió forinttal, EBITDA és adózott eredmény szinten mintegy 220 millió forinttal rontja (lásd a 8. Ábra számaiból). Ez alapvetően abból adódik, hogy a NeoFM beindulásával és a műsorszerkezet 2010. januári kialakulásával a rádió költségszerkezete is véglegesedett. Az országos kereskedelmi rádió - a korábbi frekvenciabirtokos 550-650 millió forint közötti negyedéves költségénél olcsóbban - 400 millió forint körüli negyedévenkénti költséggel működik (műsorszolgáltatási díj, sugárzási díj, a tervezetthez képest a Bumeráng produkcióval megnövekedett műsorgyártási költségek, dologi és személyi kiadások, jogdíjak, stb.). A rádió, amely jelenleg bevezető-felfutó időszakában van, várhatóan az év második felében fog a költségszinthez fölzárkózni, majd az év végétől fogja meghaladni azt.

A 2010Q1 költségszintje - a NeoFM fentebb részletezett hatásainak kiszűrésével - a 2009-es, 687 millió forint átlagos negyedévi adat környékén maradt. Ez a 2008-as, 816 millió forint átlagos negyedévi költségszinthez képest mintegy 125 millió forinttal kedvezőbb képet mutat.

A cégcsoport nem rádiós területein az elkövetkező időszakban további hatékonyság növelő lépéseket kell végrehajtani és egyébként is szigorú költséggazdálkodással arra kell törekedni, hogy az eredményesség tovább javuljon, míg a rádiós területen az árbevétel további felfuttatásával előbb el kell érni, majd meg kell haladni a már beállt költségszintet.

A javuló tendenciát mutató, bár előjelüket tekintve a szokásos reklámpiaci ciklikusság miatt még mindig kedvezőtlen 2010 első negyedévi adatok 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 elhúzó válsághelyzetet a Társaság minden valódi és látszólagos veszteség ellenére is előnyére fordíthatja, ha képes lesz arra, hogy áramvonalas és ütöképes 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 tőzsdéi jelenléte.

IV. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei

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

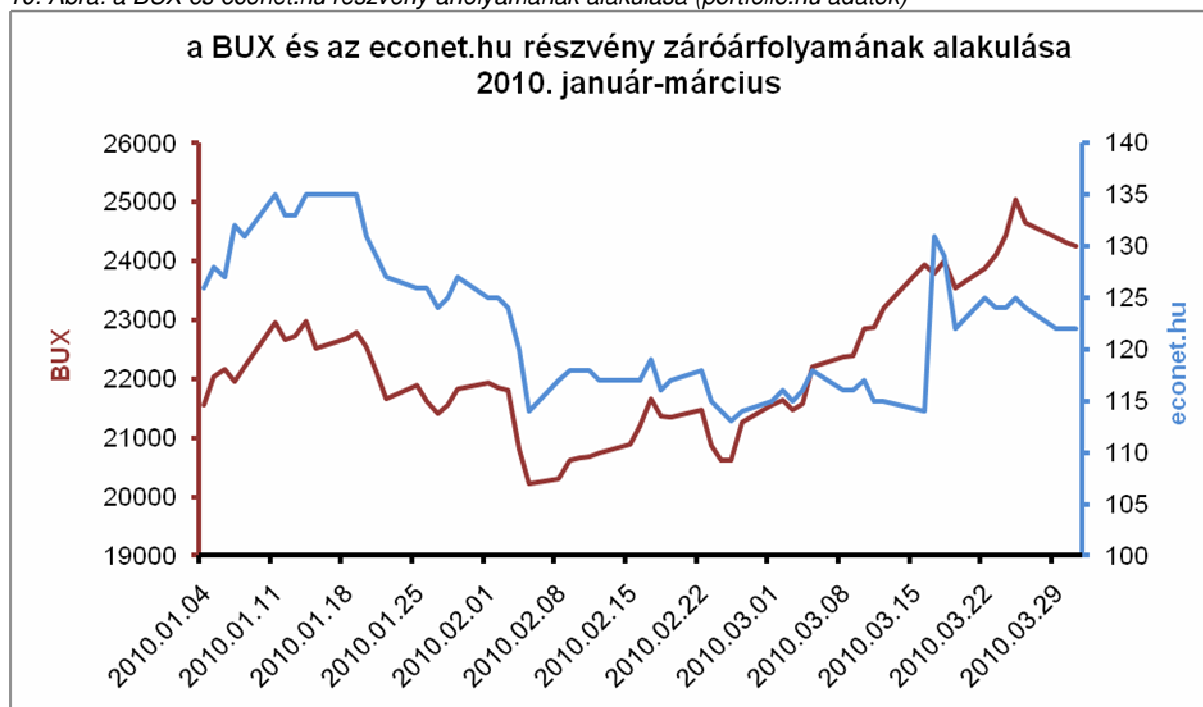
Az Igazgatóság a fenti felhatalmazás alapján az abban foglalt célokból 2008. október 10. és 2009. február 19. között több részletben mindösszesen 210 darab (2.100.000 darab törzsrészvénynek megfelelő), 2009. márciusi lejáratú határidős vételi kontraktust nyitott, 72,96 forintos részvényenkénti átlagáron, melyeket előbb 2009. március 20-án 52,8 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. júniusi határidőre, 2009. június 18-án 57 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. szeptemberi határidőre, 2009. szeptember 18-án 63 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. decemberi határidőre, 2009. december 17-én 126 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. márciusi határidőre, majd 2010. március 17-én 129 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. júniusi határidőre görgetett tovább. A tranzakciókra tőzsdéi ügyletek keretében, az Equilor Befektetési Zrt. mint befektetési szolgáltató igénybevételeivel került sor.

A Társaság 2010. február 1-én rendkívüli közgyűlést tartott, amely 3/2010. (02. 01.) számú határozatával megújította az Igazgatóság 2009. december 31-én lejárt alaptőke-emelésre vonatkozó felhatalmazását. Az új felhatalmazás 2015. január 31-ig szól, az alaptőke-emelés összege névértéken egyetlen naptári évben sem haladhatja meg a megelőző év december 31-i alaptőke 100 százalékát. A felhatalmazás a korábbi részletszabályok fenntartása mellett az átváltoztatható kötvények kibocsátási szabályait is pontosította.

IV.1. Részvény adatok

A Társaság részvényei továbbra is a Budapesti Értéktőzsde Részvények „A” kategóriájában forognak, immár hetedik időszakban BUX-kosártagként, a BUMIX-kosárban való folyamatos részvétel mellett. Bár a 2010Q1 átlagos napi forgalma nem érte el a 100 millió forintot és így a részvény a jogszabályi meghatározás szerint nem minősül likvid értékpapírnak, az econet.hu részvény a forgalmi adatok alapján továbbra is a BÉT legnagyobb forgási sebességű tőzsdei részvényeinek egyike.

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



Az econet.hu részvények 2010 első negyedévi átlagos napi forgalma 97,8 millió forint volt. A január 4-i nyitóár 119 forint, a március 31-i záróár 122 forint volt.

V. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai

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

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

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

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

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

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

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

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

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

VI. A Társaság rövid- és középtávú feladatai

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

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

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

VI.1. Média Üzletág

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

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

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

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

- (a) akvizíciók útján (pl. az EXIT kisebbségi részesedése),
- (b) saját vagy külső partnerrel közös termékfejlesztéseken keresztül (legutóbbi és fontos példa a saját termékfejlesztésre a NeoFM felállítás),
- (c) reklámértékesítési vagy kiadói képviselet ellátásával (erre a közelmúltban több példa is volt: a TimeOut Budapest megjelentetése, a facebook.com magyarországi, illetve legutóbb az EXIT magazin reklámértékesítésének ellátása).

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

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

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

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

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

Az EMG média-portfólió 2009. november 19-én új elemmel bővült. A NeoFM elnevezésű országos kereskedelmi rádióadó a fogyasztók potenciális elérését még szélesebbé teszi mind területileg, mind korcsoportok és státusz

szempontjából. A rádióadó az ország területének 81 százalékán fogható. Az ezen a frekvencián adó korábbi műsorszolgáltató hallgatótáborra milliós nagyságrendű volt és szinte minden kor- és egyéb célcsoportot lefedett. Célunk, hogy a NeoFM megtartsa és erősítse az idén áprilisra elért vezető piaci pozícióját, emellett pedig gyorsan és zökkenőmentesen beillesztésre kerüljön az EMG média-portfóliójába és kiaknázásra kerülhessenek a különféle portfólió elemek közötti potenciális kölcsönös előnyök, mind a működés, mind az értékesítés során.

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

A Sziget Kft. akvizíciós folyamatának 2009. május 8-i módosítása a jelen fejezet bevezetőjében említett körülmények fényében alapvetően azt a célt szolgálja, hogy az EMG egy számára kedvezőbb időpontban és körülmények között zárhassa a Sziget Kft. akvizíciót. Azáltal, hogy 2009 tavaszán a cég mentesült egy, a méretéhez képest jelentős, majd másfél milliárd forintos azonnali forrásbevonási szükséglet alól, lehetővé vált, hogy az EMG - és ezen keresztül az econet.hu Nyrt. - egy áramvonalas és ütőképes 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 fél év során a lehető legkedvezőbb forrásbevonás mellett - képes lehet arra is, hogy a Sziget Kft. akvizíció folytatásával meghatározó szereplő legyen a hazai - és a Sziget Fesztivál révén - fontos szereplő legyen az európai fesztiválszervezési és event marketing piacon.

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

VI.2. Anyavállalat

Az új cégcsoport stratégia szerint az Anyavállalat nem média jellegű 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 erősítik a Média Üzletág működését, ugyanakkor valószínűsíthető, hogy a jelenlegi gazdasági válságkörnyezetben akár a 2009-es év végi értékelés során kialakult könyvi értékeknél kedvezőtlenebb értékeltségi szinteken történő azonnali értékesítésekre kerülhetne csak sor. Tekintve azonban, hogy összességében fontosabb szempont a stabil likviditás, mint a nem média jellegű befektetések megőrzése, ezek felvállalhatóak, ha üzemi szintű költség- és egyéb erőforrás megtakarítást jelentenek. Mindezek érdekében fel kell gyorsítani a nem média jellegű befektetések értékesítését vagy egyéb hasznosítását. Emellett az egyes befektetések értékesítéséig vagy egyéb hasznosításáig is feladatként jelentkezik a költségek csökkentése.

VII. A Társaság főbb célkitűzései

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

A fenti, általános érvényű célkitűzések megvalósítása a jelenlegi, az elmúlt évtizedekben nem tapasztalt mélységű és hatású gazdasági válságkörnyezet körülményei között más eszköztárat igényelnek. A hosszú távú árbevétel, fedezet és nyereségesség növelése bizonyos esetekben és területeken akár rendhagyó lépésekkel is járhat. Mindemellett a válság az egyes üzletágbeli piacokon jövőbemutató lehetőségeket is kínálhat, azonban elképzelhető, hogy ezek kihasználása csak más üzletágbeli piacok súlyának csökkentésével vagy az azokról való kivonulással lenne lehetséges.

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

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

A piaci pozíciónk megtartása és növelése „csak” intuícióra 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 2010. évre tervszámokat nem tesz közzé, figyelemmel arra, hogy a gazdasági válságkörnyezetből adódó rendkívüli piaci bizonytalanság miatt a múltbéli adatokon alapuló becslésen túlmutató megalapozottságú tervek nem készülhettek, elhúzódó válságidőszakban pedig becsült adatok közlése a Társaság álláspontja szerint nem volna felelős magartartás.

A Társaság az elmúlt években megtett lépéseken kívül is a minél transzparenssebb 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 leányvállalatokra is kiterjedő 5 éves menedzsment-ösztönző rendszer. Az ösztönző rendszer célja és alapja szintén a részvényesi érték növelése, a juttatások az árbevételi-, eredmény- és részvényárfolyam-célok elérésétől függenek.

A Társaság célkitűzéseinek elérését az is segíti, hogy a menedzsmentet a tágabb szakmai nyilvánosság körében is elismert személyek adják. A MARKETING & MEDIA című szakmai folyóirat 2010. május 18-án tette közzé a magyar médiaipar 50 legbefolyásosabb emberének listáját, melyen 13. helyen szerepel Kádár Tamás, az EMG ügyvezetője, az FM1 Zrt. vezérigazgatója és a Magyar Reklámszövetség elnökségi tagja, 20. helyen szerepel Gerendai Károly, a Sziget Kft. ügyvezetője, mindketten az econet.hu Nyrt. Igazgatóságának tagjai is egyben, valamint 48. helyen szerepel Balázs Csaba, az econet.hu Nyrt. elnök-vezérigazgatója is. Gerendai Károly ezen felül 2008-ban megkapta az Ernst & Young rangos „az Év Üzletembere” díját is.

A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA

I. MÉRLEG

Felhívjuk a figyelmet, hogy az Externet Nyrt-ben meglévő részesedés 2009. második negyedévében értékesítésre került és emiatt a Társaság számviteli politikája szerint az Externet Nyrt. és leányvállalatai, a radiocafé Kft. pedig 2010. április 29-én kikerültek a konszolidációs körből. A Társaság számviteli politikája alapján ezen cégek adatai a bázisidőszaki adatokból kiszűrésre kerültek, a radiocafé Kft. pedig ezen felül a tárgyidőszaki konszolidációba nem kerülhetett bevonásra. Ennek megfelelően az időszaki adatok összehasonlíthatósága érdekében a 2009-es bázisidőszaki adatok a tavaly közzétettekhez képest eltérőek: a korábbi Telekommunikációs Üzletág, illetve a radiocafé Kft. adatai nélkül kerülnek bemutatásra, azonban maga az Externet Nyrt. és radiocafé Kft. részesedés értéke a bázis időszakban a megfelelő sorokon szerepel.

A mérlegfőösszeg 6 százalékkal magasabb a bázisidőszakihoz képest. Eszköz oldalon a forgóeszközök 49 százalékkal nőttek, a hosszú távú befektetések 14 százalékkal, az ingatlanok, ingók a termelésben 3 százalékkal, az immateriális javak pedig 6 százalékkal csökkentek. Forrás oldalon a rövid lejáratú kötelezettségek 52 százalékkal nőttek, a hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek 59 százalékkal, a saját tőke pedig 7 százalékkal csökkent.

A konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok 2010. március 31-én: az econet.hu Nyrt., a GridLogic Kft., Betagrid Kft., Gridtech Kft., econet Invest Kft., Magyar Vendor Kft., EST Media Group Kft., EMERGING MEDIA GROUP Kft., Pesti Est Kft., Fénypont Kft., O-Zone Kft., Tele EST Kft., FM1 Zrt., D-E-G Lapkiadó Kft. és a Fidelio EST Kft. Egy évvel korábban az említettek túl a konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok voltak még az azóta értékesítésre került radiocafé Kft. és az Externet Nyrt. és leányvállalatai, az ULTRAWEB Kft. és a VIVANET Kft. is. A radiocafé Kft. 2010. április 29-i értékesítését megelőzően a radiocafé Kft. az EST Media Group Kft. részére átruházta az általa birtokolt 75 százalékos FM1 Zrt. részesedést, amely így - szemben a korábbi helyzettel amikor az EST Media Group Kft. közvetlen és közvetett 100 százalékos tulajdonában állt - az EMG közvetlen 100 százalékos tulajdonába került, azaz ez a lépés az FM1 Zrt. konszolidációs körüli helyzetét nem befolyásolta. A többi, tartós befektetésként nyilvántartott társaság mérlegfőösszegét, saját tőkéjét, illetve árbevételét tekintve a konszolidációs szempontból „nem jelentős” kategóriába került. Ezek az Artigo Kft., EST INDOOR Kft., eMusic Kft., Est Pont Kft., PRO FUTURE Kft., Sziget.hu Zrt. (mely utóbbi két Társaság 2009. május 5-én a Magyar Vendor Kft-be történt beolvadással megszűnt) és a SANORG Kft. (amelynek tevékenysége a 2007. augusztusi akvizíciót követően az O-Zone Kft-be és a Pesti Est Kft-be integrálódott be).

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

1. ESZKÖZÖK

econet.hu Nyrt.					
KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2009.03.31	2010.03.31	változás %
1	A	Forgóeszközök	2 007 152	2 984 496	49%
2	I.	Pénzeszközök	54 479	128 044	135%
3	1.	Szabad rendelkezésű pénzeszközök	54 479	128 044	135%
4	2.	Elkülönített pénzeszközök			
5	3.	Azonnal pénzé tehető, likvid értékpapírok			
6	II.	Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok	680 587	592 793	-13%
7	1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok			
8	2.	Eladásra szánt hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok	680 587	592 793	-13%
9	3.	Egyéb céllal tartott hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok			
10	III.	Követelések	1 271 552	2 224 744	75%
11	1.	Vevőkövetelések	319 162	675 819	112%
12	2.	Váltókövetelések			
13	3.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése	390 989	521 148	33%
14	4.	Termékre és szolgáltatásra adott előlegek	36 739		-100%
15	5.	Letétek, óvadékok			
16	6.	Egyéb követelések	397 183	615 903	55%
17	7.	Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege	127 479	411 874	223%
18	8.	Folyamatban lévő kivitelezések ráfordításainak és bevételeinek pozitív egyenlege			
19	IV.	Készletek	534	38 915	7187%
20	1.	Késztermékek			
21	2.	Befejezetlen és félkész termékek			
22	3.	Növendék-, hízó- és egyéb állatok			
23	4.	Alap, segéd és üzemanyagok			
24	5.	Kereskedelmi áruk	534	38 915	7187%
25	V.	Halasztott ráfordítások			
26	B	Hosszú távú befektetések	1 949 090	1 674 706	-14%
27	I.	Értékpapírbefektetések	1 927 370	1 667 471	-13%
28	1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok			
29	2.	Egyéb céllal tartott hitel- és 20% alatti tulajdon viszonyt megtestesítő értékpapírok			
30	3.	Konszolidációba bevont vállalkozásokkal kapcsolatos befektetések	1 115 547	1 148 047	3%
31	4.	Befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsolt vállalkozásokba	811 823	519 424	-36%
32	II.	Befektetési alapokba történő befektetések			
33	III.	Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök	21 720	7 235	-67%
34	IV.	Hátrasorolt követelések			
35	V.	Tárgyi eszköz befektetések			
36	C	Ingatlanok, ingók a termelésben	156 799	152 252	-3%
37	I.	Ingatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok	15 198	16 274	7%
38	II.	Gépek, berendezések, járművek	40 405	52 522	30%
39	III.	Nagyértékű szerszámok			
40	IV.	Lízingelt eszközök	3 631	4 886	35%
41	V.	Biológiai eszközök, természeti erőforrások			
42	VI.	Folyamatban lévő beruházások, felújítások	97 565	78 570	-19%
43	D	Immateriális javak	3 742 794	3 510 746	-6%
44	I.	Kísérleti fejlesztés értéke			
45	II.	Vagyoni értékű és egyéb használati jogok (ingatlanhoz nem kapcsolódó jogok)	35 692	94 963	166%
46	III.	Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek	1 152 841	1 096 313	-5%
47	IV.	Üzleti vagy cégérték	2 554 261	2 319 470	-9%
48		Eszközök összesen	7 855 835	8 322 200	6%

1.1. A **Forgóeszközök** állománya mintegy 977 millió forinttal nőtt, melynek értékét több tényező az alábbiak szerint befolyásolta.

1.1.1. A *Pénzeszközök* állománya a fordulónapon mintegy 128 millió forintot tett ki, mely 135 százalékos növekedés a bázis időszakhoz képest.

1.1.2. A *Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok* értéke 13 százalékkal csökkent a 2009 év végi részesedés értékelés során a részesedésekre elszámolt értékvesztések miatt.

1.1.3. A *Követelések* mintegy 75 százalékos növekedése a *Vevőkövetelések, a Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése, az Egyéb követelések és a Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege* állományának jelentős bővülésének tudható be, melyet valamelyest ellentételezett a *Termékre és szolgáltatásra adott előlegek* értékének a csökkenése.

1.1.3.1. A *Vevőkövetelések* 112 százalékkal nőttek, ami a forgalom bázis időszakhoz képest 169 százalékos növekedése és a vevőkövetelések megnövekedett forgási sebessége együttes hatásának tudható be.

1.1.3.2. A *Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése* 33 százalékkal nőttek. 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 mintegy 36 millió forinttal csökkent.

1.1.3.4. Az *Egyéb követelések* 55 százalékkal növekedtek, elsősorban a tevékenység bővülése miatt. Ezen a soron került kimutatásra a konszolidációs körbe tartozó társaságok adó- és egyéb követelése, továbbá a cégcsoportnál nyújtott dolgozói kölcsönök és azok kamatai is.

1.1.3.5. A *Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege* állománya 223 százalékkal nőtt, ami a konszolidációba bevont társaságok elhatárolt veszteségeire jutó várhatóan megtérülő, nagyobb részt a korábbi évekből, kisebb részt az idei első negyedévből származó társasági adót tartalmazza.

1.1.4. A *Készletek* állománya mintegy 38 millió forinttal nőtt.

1.2. A **Hosszú távú befektetések** volumene 14 százalékkal csökkent.

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

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

1.3. Az **Ingatlanok, ingók a termelésben** volumene 3 százalékkal csökkent. Az *Ingatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok, a Gépek, berendezések, járművek, valamint a Lízingelt eszközök* értéke volumenében nem jelentős mértékben növekedett, míg a *Folyamatban lévő beruházások, felújítások* értéke csökkent.

1.4. Az **Immateriális javak** értéke a bázisidőszakhoz képest 6 százalékkal csökkent, elsősorban a *Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek és az Üzleti vagy cégérték* sorokon, mely hatást kis mértékben ellensúlyozott a *Vagyoni értékű és egyéb használati jogok* a bázisidőszakhoz képest 166 százalékos bővülése. A *Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek* értéke 5 százalékkal csökkent, ami egyes szellemi termékeknek a *Vagyoni értékű és egyéb használati jogok* sorra történő átsorolásának tudható be, amely miatt ez utóbbi sor volumenében csaknem ugyanilyen mértékben növekedett. Az *Üzleti vagy cégérték* sor 9 százalékos csökkenését az Externet Nyrt. után képzett cégértéknek az időközbeni értékesítés miatti kivezetése okozza. 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	2009.03.31	2010.03.31	változás %
49	E	Rövid lejáratú kötelezettségek	1 816 219	2 769 661	52%
50	1.	Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból	536 321	876 057	63%
51	2.	Váltótartozások			
52	3.	Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök	532 994	872 817	64%
53	4.	Kapott előlegek, előrefizetések	119 842	354 484	196%
54	5.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei	341 453	307 247	-10%
55	6.	Halasztott bevételek	104 488	81 769	-22%
56	7.	Halasztott adótartozások			
57	8.	Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek	181 121	277 287	53%
58	F	Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek	74 414	30 841	-59%
59	1.	Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök	28 000	18 953	-32%
60	2.	Tartozások kötvénykibocsátásból, átváltoztatható kötvények			
61	3.	Lízingtartozások	646	1 905	195%
62	4.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei	18 953		-100%
63	5.	Egyéb hosszú lejáratú kötelezettségek	1 727		-100%
64	6.	Hátrasorolt kötelezettségek			
65	7.	Várható jövőbeni kötelezettségek	25 088	9 983	-60%
66	G	Saját tőke	5 965 202	5 521 698	-7%
67	I.	Jegyzett tőke	4 950 000	4 950 000	
68	II.	(-) Visszavásárolt részesedések könyv szerinti értéken			
69	III.	A részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon	2 443 086	2 443 086	
70	IV.	Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény	-1 451 260	-1 879 097	-29%
71	V.	Piaci értékelési különbözetek			
72	VI.	Külső tulajdonosok részesedése	23 376	7 709	-67%
73		Források összesen	7 855 835	8 322 200	6%

2.1. A **Rövid lejáratú kötelezettségek** 52 százalékkal nőttek, összetételük megváltozott.

2.1.1. A *Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból* állománya 63 százalékkal nőtt, alapvetően a cégcsoport és tevékenysége volumene növekedésének betudhatóan.

2.1.2. A *Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök* értéke 64 százalékkal nőtt. Az állomány egyrészt a Média Üzletághoz tartozó konszolidációs körbe bevont társaságok által igénybe vett bankhiteleket, másrészt a portfólióban lévő cégek által felvett egyéb rövid lejáratú kölcsönöket foglalja magában.

2.1.3. A *Kapott előlegek, előrefizetések* állománya 196 százalékkal nőtt, a tárgyidőszakban itt megjelenő összeg várhatóan a 2010-es év folyamán fog árbevételben realizálódni.

2.1.4. A *Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei* mintegy 10 százalékkal 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 követelése.

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

2.1.6. A *Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek* állománya 53 százalékkal nőtt, ami nagyrészt a cégcsoport időközbeni növekedésének tudható be.

2.2. A **Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek** állománya 59 százalékkal csökkent.

2.2.1. A *Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök* soron a bázis időszakban szereplő összeg rendezésre került, míg a tárgyidőszakban kimutatott összeg a Fénypont Kft. külső tulajdonosa által a társaság számára korábban biztosított hosszú lejáratú kölcsönnek felel meg, ami ezt megelőzően a *Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei* között szerepelt.

2.2.2. A *Lízingtartozások* volumene mintegy 1 millió forinttal nőtt, ami az év végén bevont Fidelio EST Kft-ben fennálló lízingtartozásnak tudható be.

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

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

2.2.5. A *Várható jövőbeni kötelezettségek* értéke 60 százalékkal csökkent, köszönhetően a korábban képzett céltartalékok felhasználásának.

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 ársíó a *Részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon* soron került kimutatásra.

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

II. EREDMÉNYKIMUTATÁS

econet.hu Nyrt.					
KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYKIMUTATÁS (az IAS/IFRS előírásai szerint)					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2009.03.31	2010.03.31	változás %
1	+	Értékesítés nettó árbevétele	258 992	695 762	169%
2	+/-	Aktivált saját teljesítmények			
3	-	Anyagjellegű ráfordítások	536 605	899 491	68%
4	-	Személyi jellegű ráfordítások	97 730	166 369	70%
5	-	Értékcsökkenési leírás	34 799	50 638	46%
6	=	Üzleti tevékenység eredménye	-410 142	-420 736	-3%
7	+	Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei	11 140	20 805	87%
8	+	Egyéb bevételek és nyereségek	33 392	4 917	-85%
9	-	Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei	64 001	29 390	-54%
10	-	Egyéb ráfordítások és veszteségek	19 009	15 414	-19%
11	=	Adózás előtti eredmény	-448 620	-439 818	2%
12	-	Jövedelemadó	-75 024	-92 552	-23%
13	=	Szokásos vállalkozási tevékenység eredménye	-373 596	-347 266	7%
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 érdekeltség	-4 770	-4 553	5%
21	=	Adózott vállalkozási eredmény	-368 826	-342 713	7%
22		Egyszerű EPS korrekciók nélkül (Ft / db)	-7,4510	-6,9235	7%
23		- ebből: üzleti eredményre jutó:	-8,2857	-8,4997	-3%
24		- ebből: szokásos vállalkozási tevékenység eredményére jutó:	-7,5474	-7,0155	7%
25		- ebből: megszűnő tevékenység eredményére jutó:			
26		- ebből: számviteli politika változásainak eredményére jutó:			

3.1. Az *Értékesítés nettó árbevétele* a tárgyidőszakban mintegy 700 millió forint volt, ami 169 százalékos növekedést jelent a bázis időszakhoz képest, amelynek értéke a konszolidációba teljes körűen bevont társaságok tevékenységéből a konszolidációs körön kívülről származó árbevételeket tartalmazza.

3.2. Az *Anyagjellegű ráfordítások* 68 százalékkal, míg a *Személyi jellegű ráfordítások* 70 százalékkal nőttek, ami alapvetően az országos kereskedelmi rádiós tevékenység cégcsoporton belüli megjelenéséből adódik.

3.3. Az *Üzleti tevékenység eredménye nagyságrendileg megegyezik* az előző évi azonos időszakkal. Összetételében azonban jelentős változás, hogy az üzemi eredmény legnagyobb, mintegy 240 milliós csökkentő tétele a bevezetési időszakban lévő NeoFM tevékenységéhez kapcsolódik. Az egyéb média tevékenység eredménye a tavalyi azonos időszakhoz képest mintegy 60 százalékkal kedvezőbb képet mutat, köszönhetően a NeoFM nélkül számított - és az elhúzódó gazdasági válságkörnyezet ellenére - több mint kétszeresére növekedett árbevételnek. A Média Üzletág és az Anyavállalat teljesítményének részletesebb elemzését az ÜZLETI JELENTÉS rész III. *Üzletági és Anyavállalati események és eredmények, konszolidált eredmények* című fejezete tartalmazza. Az ott írtakon túl itt csak annyit emelünk ki, hogy a Média Üzletág teljesítménye jellemzően a reklámpiaci költségek ciklikusságát követi. Ez azt jelenti, hogy miután a költségek legnagyobb része minden évben március-június, de leginkább az október-december hónapokra koncentrálódik, egy adott üzleti negyedév (a gazdasági válságkörnyezet nélkül is jellemzően erősen veszteséges Q1 és szolid veszteséget mutató Q3 vagy a válságmentes években jellemzően szolid eredményeket hozó Q2 és a jellemzően erősen nyereséges Q4) eredményességéből önmagában nem adódik következtetés az egész évi teljesítményre.

3.4. A *Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei*, illetve a *Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei* sorok főként az adott és kapott kamatokat, árfolyamnyereségeket, árfolyamveszteségeket tartalmazzák. Az *Egyéb bevételek és nyereségek*, illetve az *Egyéb ráfordítások és veszteségek* sorokon szerepelnek egyfelől a tárgyi eszköz értékesítések, céltartalék felhasználások és a pályázati bevételek, másfelől egyes adó- és adójellegű kötelezettségek (pl. IPA, kulturális járulék, termékdíj), valamint a tárgyi eszköz értékesítésekhez kapcsolódó könyvi érték kivezetések. Az itt említett négy eredmény sor összhatása a bázisidőszakhoz képest mintegy 19 millió forinttal kedvezőbb.

Összességében Társaságunk 2010. év I. negyedéves IFRS szerint konszolidált, nem auditált adózott vállalászási eredménye -342,713 millió forint volt, ami 7 százalékkal kedvezőbb az előző év azonos időszaki adatához képest.

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

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

Kijelentjük, hogy a jelen gyorsjelentés a valóságnak megfelelő, független könyvvizsgáló által nem auditált adatokat és állításokat tartalmaz, nem hallgat el olyan tényeket, amelyek 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 vonatkozóak. Ezen kijelentések a jelenlegi terveken, becsléseken és előrejelzéseken alapulnak, tehát nem lenne helyes ezen kijelentésekre a kellő mértékű meghaladó módon támaszkodni. A jövőre vonatkozó kijelentések azon időpontbeli állapoton alapulnak, amelyben ezen állítások elhangzanak, a Társaság nem vállal kötelezettséget arra nézve, hogy a kijelentések bármelyikét új információk vagy jövőbeli események alapján a továbbiakban nyilvánosan frissítse, módosítsa.

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

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

econet.hu Nyrt. Adatlapok

Társaság neve:	econet.hu Nyrt.	Telefon: 371-2100
Társaság címe:	1117 Bp. Hauszmann A. u. 3.	Telefax: 371-2101
Ágazati besorolás:	Vagyonkezelés	
Beszámolási időszak:	2010.01.01.-2010.03.31.	
Befektetői kapcsolattartó:	Leskó Nóra	E-mail: nlesko@econet.hu

Pénzügyi kimutatásokhoz kapcsolódó adatlapok

PK2. Konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaságok

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

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

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

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

	¹	2009Q1 ²	2009Q4 ²	2010Q1 ²	Q/Q	Y/Y
BetaGrid Kft.	L	153 582	134 472	128 325	-4,6%	-16,4%
D-E-G Lapkiadó Kft. ³	L	n/a	-53 054	-71 943	-35,6%	n/a
econet.hu Nyrt.	L	6 642 209	6 296 952	6 289 142	-0,1%	-5,3%
econet Invest Kft.	L	811 823	762 404	772 976	1,4%	-4,8%
EST Media Group Kft.	L	1 939 242	2 193 127	2 073 776	-5,4%	6,9%
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	L	513 067	516 884	518 715	0,4%	1,1%
Fénypont Kft.	L	81 473	73 598	73 337	-0,4%	-10,0%
Fidelio EST Kft. ³	L	n/a	29 310	27 729	-5,4%	n/a
FM1 Zrt. ⁴	L	n/a	-89 549	-315 917	-252,8%	n/a
GridTech Kft.	L	139 785	119 913	113 534	-5,3%	-18,8%
GridLogic Kft.	L	983 113	983 607	983 810	0,0%	0,1%
Magyar Vendor Kft.	L	167 814	90 868	70 754	-22,1%	-57,8%
O-ZONE International Kft.	L	32 672	48 365	48 112	-0,5%	47,3%
Pesti EST Kft.	L	297 823	144 323	124 966	-13,4%	-58,0%
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft. ⁵	T	n/a	406 982	n/a	n/a	n/a
Tele EST Kft.	L	-22 532	-155 603	-164 901	-6,0%	-631,9%

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

² a tárgy időszakai adatok nem auditáltak

³ első bevonás időpontja: 2009.12.31.

⁴ a társaság 2009Q4-ben alakult

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

Pénzügyi kimutatásokhoz kapcsolódó adatlapok

PK3. Mérleg (egyedi)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

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

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

econet.hu Nyrt.					
MÉRLEG 'A' változat ESZKÖZÖK					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2009.03.31	2010.03.31	változás %
1	A	BEFEKTETETT ESZKÖZÖK	6 167 019	5 904 142	-4%
2	I.	IMMATERIÁLIS JAVAK	125 693	110 055	-12%
10	II.	TÁRGYI ESZKÖZÖK	18 383	15 646	-15%
18	III.	BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK	6 022 943	5 778 441	-4%
27	B	FORGÓESZKÖZÖK	1 121 483	1 324 781	18%
28	I.	KÉSZLETEK			
35	II.	KÖVETELÉSEK	556 138	818 248	47%
43	III.	ÉRTÉKPAPÍROK	519 343	499 440	-4%
49	IV.	PÉNZESZKÖZÖK	46 002	7 093	-85%
52	C	AKTÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK	98 682	50 016	-49%
56		ESZKÖZÖK ÖSSZESEN:	7 387 184	7 278 939	-1%
econet.hu Nyrt.					
MÉRLEG 'A' változat FORRÁSOK					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2009.03.31	2010.03.31	változás %
57	D	SAJÁT TŐKE	6 642 209	6 289 142	-5%
58	1.	JEGYZETT TŐKE	4 950 000	4 950 000	0%
61	2.	TŐKETARTALÉK	2 443 086	2 443 086	0%
62	3.	EREDMÉNYTARTALÉK	-674 198	-1 082 000	-60%
67	4.	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-76 679	-21 944	71%
68	E	CÉLTARTALÉKOK			
72	F	KÖTELEZETTSÉGEK	553 420	822 463	49%
73	7.	HÁTRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK			
77	8.	HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	2 373	168	-93%
86	F	RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	551 047	822 295	49%
98	G	PASSÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK	191 555	167 334	-13%
102		FORRÁSOK ÖSSZESEN:	7 387 184	7 278 939	-1%

PK3. Mérleg (konszolidált)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

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

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

	Bázisidőszak	Tárgyidőszak
Befektetett eszközök	5 848 683	5 337 704
Immateriális javak	3 742 794	3 510 746
Tárgyi eszközök	156 799	152 252
Befektetett pénzügyi eszközök	1 949 090	1 674 706
Forgóeszközök	2007 152	2 984 496
Készletek	534	38 915
Eszközök összesen	7 855 835	8 322 200
Saját tőke	5 965 202	5 521 698
Jegyzett tőke	4 950 000	4 950 000
Hosszú lejáratú kötelezettségek	74 414	30 841
Rövid lejáratú kötelezettségek	1 816 219	2 769 661
Források összesen	7 855 835	8 322 200

PK4. Eredménykimutatás (egyedi)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt eredményadatokat kötelesek feltüntetni:

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

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

econet.hu Nyrt.					
EREDMÉNYKIMUTATÁS ÖSSZKÖLTSÉG 'A'					
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2009.03.31	2010.03.31	változás %
3	I.	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	21 580	9 191	-57%
6	II.	AKTIVÁLT SAJÁT TELJESÍTMÉNYEK ÉRTÉKE			
7	III.	EGYÉB BEVÉTELEK			
14	IV.	ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	37 837	24 093	-36%
18	V.	SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	5 333	3 292	-38%
19	VI.	ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS	6 270	4 363	-30%
20	VII.	EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	565	299	-47%
22	A	ÜZEMI TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE	-28 425	-22 856	20%
33	VIII.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK BEVÉTELEI	8 019	26 170	226%
41	IX.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK RÁFORDÍTÁSAI	57 605	26 590	-54%
42	B	PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE	-49 586	-420	99%
43	C	SZOKÁSOS VÁLLALKOZÁSI EREDMÉNY	-78 011	-23 276	70%
44	X.	RENDKÍVÜLI BEVÉTELEK	1 332	1 332	0%
45	XI.	RENDKÍVÜLI RÁFORDÍTÁSOK			
46	D	RENDKÍVÜLI EREDMÉNY	1 332	1 332	0%
47	E	ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	-76 679	-21 944	71%
49	F	ADÓZOTT EREDMÉNY	-76 679	-21 944	71%
52	G	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-76 679	-21 944	71%

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	258 992	695 762
Üzleti eredmény (EBIT)	-410 142	-420 736
Pénzügyi tevékenység nettó eredménye	-52 861	-8 585
Adózás előtti eredmény	-448 620	-439 818
Adózott eredmény	-368 826	-342 713

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 biztosítékként.

5%-ot meghaladó részesedéshez, szavazati jogokhoz és saját részvényállományhoz kapcsolódó adatlapok a 2010. március 31-i állapot szerint

RS1. Tulajdonosi struktúra, a részesedés és szavazati arány mértéke

Tulajdonosi kör megnevezése	Teljes alaptőke						Bevezetett sorozat					
	Tárgyév elején (2010.01.01.)			Időszak végén (2010.03.31.)			Tárgyév elején (2010.01.01.)			Időszak végén (2010.03.31.)		
	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db
Belföldi intézményi/társaság	27,66	27,66	13691119	45,06	45,06	22305208	27,66	27,66	13691119	45,06	45,06	22305208
Külföldi intézményi/társaság	6,46	6,46	3199091	5,70	5,70	2820104	6,46	6,46	3199091	5,70	5,70	2820104
Belföldi magánszemély	62,79	62,79	31078231	46,84	46,84	23186729	62,79	62,79	31078231	46,84	46,84	23186729
Külföldi magánszemély	0,49	0,49	243530	0,34	0,34	167430	0,49	0,49	243530	0,34	0,34	167430
Munkavállalók, vezető tisztségviselők ^{3,4}	2,60	2,60	1288029	2,06	2,06	1020529	2,60	2,60	1288029	2,06	2,06	1020529
Saját tulajdon												
Államháztartás részét képező Tulajdonos ⁵												
Nemzetközi Fejlesztési Intézmények ⁶												
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 feltüntetésével.

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

⁴ Lásd még a TSZ2. táblázat 4. lábjegyzetét.

⁵ Pl.: ÁPV Rt., TB, Önkormányzat, 100%-os állami tulajdonban álló vállalatok, stb.

⁶ 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 (március 31.)		Résztesedés	
	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)
Társasági szinten	0 ¹	0 ¹		
Leányvállalatok ²	0	0		
Összesen	0	0		

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

² Konszolidációba bevont társaságok.

RS3. Az 5%-nál nagyobb Tulajdonosok felsorolása, bemutatása (2010. március 31-én) a bevezetett sorozatra (49.500.000 darab részvény) vonatkozóan¹

Név	Letétkezelő (igen/nem)	Mennyiség (db)	Résztesedés (%) ²	Szavazati jog (%) ^{2,3}
OTP Bank Nyrt.	Nem	7 250 870 ⁴	14,65	14,65
Canongate Investments Kft. ⁵	Nem	3 729 882	7,54	7,54
Erste Befektetési Zrt. ⁶	Nem	3 140 000	6,34	6,34
Gerendai Károly, Takács Gábor, Szigerta Invest Kft. ⁷	Nem	3 100 347	6,26	6,26
Balco Holding B.V.	Nem	2 849 131	5,76	5,76

¹ A Kibocsátó az 5 százaléknál nagyobb tulajdonosairól a 2010. április 30-i közgyűlésére 2010. április 23-i fordulónappal készített tulajdonosi megfeleltetés alapján 2010. április 30-án külön bejelentést tett közzé.

² Két tizedes jegyre kerekítve kell megadni.

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

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

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

⁶ Közvetlenül és 100 százalékos leányvállalatán, a Portfolio Kft-n keresztül. Az Erste Befektetési Zrt. közvetlen és közvetett befolyása a Társaságban 2010. április 6-án öt százalék alá csökkent.

⁷ Összehangoltan eljáró személyekként. Gerendai Károly ezen felül 25 darab (250.000 darab econet.hu Nyrt. tőzsrészvénynek megfelelő), 2010. júniusi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik. Ezen kontraktusok zárásával a nevezett összehangolt eljáró személyek 3.350.347 darab econet.hu Nyrt. tőzsrészvényt fog rendelkezni.

Vezető állású személyekhez, stratégiai alkalmazottakhoz kapcsolódó adatlapok a 2010. március 31-i állapot szerint

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

Jelleg ¹	Név	Beosztás	Megbízás kezdete	Megbízás vége/megszűnése	Saját részvény tulajdon (db)
IT	Dr. Balázs Csaba	IT elnök	2008.04.24	2014.04.28	0 ²
IT	Bencze György	-	2008.04.24	2014.04.28	36 600 ³
IT	Kis Andor		2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Bedő Balázs	-	2009.04.29	2014.04.28	0
IT	Bányász Péter	Pénzügyi igazgató	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Fenyő György	-	2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Gerendai Károly		2008.04.24	2014.04.28	983 929 ⁴
IT	Kádár Tamás		2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Lévay Örs		2008.04.24	2014.04.28	0
IT	Dr. Rosner Gábor	IT alelnök	2008.04.24	2014.04.28	0
FB	Bakos Bálint		2008.04.24	2014.04.28	0
FB, AB	Forró Zoltán	-	2008.04.24	2014.04.28	0
FB, AB	Hutiray Gyula	-	2009.07.06.	2014.04.28	0
FB, AB	Szabó Attila	-	2008.04.24	2014.04.28	0
Saját részvény tulajdon (db) Ö S S Z E S E N:					1 020 529

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

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

³ Bencze György a Társaságban a 2010. május 13-i bejelentése szerint 2010. május 12-én 27.510 darab törzsrészvényt rendelkezett.

⁴ Gerendai Károly igazgatósági tag 2010. március 31-én a Társaságban 983.929 darab törzsrészvényt 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 – 2010. március 31-én együttesen 3.100.347 darab részvényt rendelkeztek, amelynek része a Gerendai Károly tulajdonában álló, fentebb jelzett részvénytulajdonos is. Gerendai Károly ezen felül 25 darab (250.000 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvénynek megfelelő), 2010. júniusi lejáratú határidős vételi kontraktussal rendelkezik. Ezen kontraktusok zárásával a nevezett összehangoltak eljáró személyek 3.350.347 darab econet.hu Nyrt. törzsrészvényt fognak rendelkezni.

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

2010.03.31	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.03.30	BÉT/econet honlap	Javadalmazási nyilatkozat
2010.03.30	BÉT/econet honlap	Közgyűlési meghívó
2010.03.22	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.03.19	BÉT/econet honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedés bejelentéséről
2010.03.17	BÉT/econet honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2010.03.16	BÉT/econet honlap	Tájékoztató Term Sheet aláírásáról
2010.03.12	BÉT/econet honlap	Tájékoztató peres eljárásról
2010.03.11	BÉT/econet honlap	Tájékoztató a Sziget Kft. működéséről
2010.03.10	BÉT/econet honlap	2009. IV. negyedéves gyorsjelentés
2010.03.03	BÉT/econet honlap	Tájékoztató bennfentes személy által kötött ügyletről
2010.03.01	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.02.10	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv - 2010.02.01. 11:00 óra
2010.02.10	BÉT/econet honlap	Közgyűlési jegyzőkönyv - 2010.02.01. 10:00 óra
2010.02.02	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az 5 százaléknál nagyobb tulajdonosokról
2010.02.01	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2010.02.01	BÉT/econet honlap	2010. február 1-én megtartott rendkívüli megismételt közgyűlés érdemi határozata
2010.01.19	BÉT/econet honlap	Tájékoztató peres eljárásban hozott elsőfokú ítéletről
2010.01.18	BÉT/econet honlap	Előterjesztés
2010.01.07	BÉT/econet honlap	Tájékoztató az országos rádió műsorszolgáltatási tevékenységéhez kapcsolódó szerződés aláírásáról

Budapest, 2010. május 19.



dr. Balázs Csaba
econet.hu Nyrt.