



A HYBRIDBOX NYRT. VEZETŐSÉGI JELENTÉSE A 2011. ÉVI ÜZLETI TEVÉKENYSÉGÉRŐL

**ELŐTERJESZTÉS A HYBRIDBOX NYRT. 2012. ÁPRILIS 10-I ÉVES
KÖZGYŰLÉSÉRE**

A Társaság üzleti éve 2011. január 1-től 2011. december 31-ig tart.

Budapest, 2012. március 19.

Tartalomjegyzék

Vezetői összefoglaló	3
Általános háttér	7
1. Piaci, gazdasági, technológiai környezet	9
2. A hibrid TV termék / szolgáltatás főbb jellemzői	14
3. A Társaság 2011. évi főbb üzleti eseményei.....	17
4. A 2011. évi üzleti eredményei.....	21
5. A mérleg fordulónapja után bekövetkezett főbb változások és rendkívüli tájékoztatások...26	
6. Tisztségviselők és személyi változások.....	27
7. Várakozások 2012-re.....	28
8. A társaság 2011. évi közzétételei, rendkívüli tájékoztatásai.....	30
9. Ellenőrzött gazdasági társaság bemutatása	32
10. Nyilatkozat	34

Vezetői összefoglaló

A HybridBox Nyrt. 2011 végére 45 ezer hibrid TV felhasználót jelzett előre, amelyből 30 ezer a HybridBox márkanévű set-top-box-on, míg további 15 ezer az ingyenes HomeSys szoftveren keresztül érte volna el a hibrid TV szolgáltatást. A Hybridbox Nyrt. 2011 végére a 45 ezer hibrid TV felhasználó helyett 6 ezer felhasználót tudott csak elérni (a Vezetőségi Jelentés készítésének időpontjába ez a szám kicsivel több volt, mint 6.500), amely körnek több mint 80%-a az ingyenesen elérhető HomeSys szoftveren keresztül használta a hibrid TV szolgáltatást. Ugyanakkor 2011-ben megduplázódott a HomeSys szoftvert felhasználók száma a 2010. decemberi állapothoz képest, ám a felhasználói szám még így is elmaradt a várakozástól.

Összességében a HybridBox Nyrt.:

1. az ingyenesen elérhető HomeSys szoftvert használók esetén a 2011 áprilisában előre jelzett bázis közel 40%-át érte el, míg
2. a HybridBox márkanévű set-top-box-ok eladása esetén kevesebb mint 1%-át.

A tervezett árbevétel tekintetében 2011 végére a Hybridbox Nyrt. a Hybridbox márkanévű set-top-box-ok értékesítéséből 1.950 millió forint, a hibrid TV felületen keresztül tervezett interaktív hirdetésekéből 200 millió forint árbevételt jelzett előre. A tényleges árbevétel összességében 27,1 millió forint, amely a Hybridbox márkanévű set-top-box-ok eladásából származott. Az interaktív hirdetések értékesítését a Társaság nem tudta megkezdeni az alacsony felhasználói elérés miatt, így ebből árbevétele nem származott. 2010-hez képest az értékesítés nettó árbevétele ugyan 140%-kal nőtt, de még így is messze elmaradt az előre jelzethez képest.

Összességében a HybridBox Nyrt.:

1. a külföldi értékesítés árbevételét a Jersey Telecomnál történő tesztelesekre alapozva jelezte előre 2011 áprilisában. Az akkor folytatott tárgyalásokból arra lehetett következtetni, hogy a pilot időszak 2011 nyarának elején elindul a Jersey Telecommal és annak sikerességétől függően kerülhetett volna sor még 2011 végén a hibrid TV szolgáltatás bevezetésére. Ezzel szemben a pilot időszak 2011 decemberében tudott csak elindulni és a pilot időszak jelenleg is tart, így a tervezett külföldi értékesítési volument nem sikerült teljesíteni.
2. A külföldi értékesítés másik lába az SPI International társasággal közösen tervezett izraeli piaci bevezetés volt. 2011 nyarán a kiskereskedelmi tárgyalások lezajlottak a legnagyobb izraeli kiskereskedelmi hálózattal, ám a nyár végére az SPI menedzsmentjében jelentős személyi változás következett be, amelynek eredményeként az SPI felfüggesztette a HybridBox márkanévű set-top-box-ra alapozott nemzetközi terjeszkedési stratégiáját. Ezzel párhuzamosan az SPI világszinten újratervezte a VoD stratégiáját is, amelynek eredményeként kivette a VoWeb szolgáltatását. Ennek eredményeként Magyarországról, így a HomeSys

szoftverből is kivezetésre került ez a szolgáltatás. Ugyanakkor 2011 decemberére az SPI elkészült az új VoD szolgáltatásával és újrakezdődtek a tárgyalások az SPI International társasággal.

3. A hazai értékesítés volumenét a Társaság a kábeltévé és telekommunikációs társaságokkal 2011 elején, folytatott tárgyalásaira alapozta. A kábeltévé társaságok az év elején megfogalmazták azokat a műszaki fejlesztési paramétereket, amelyek teljesítése esetén a Hybridbox márkanévű set-top-box-ot megfelelőnek tartották a kábeltévé hálózatukon történő üzemeltetésre. Ennek eredményeként került sor a HybridBox 2.0-ás jelzésű set-top-box továbbfejlesztésére, amely – az operációs környezet kivételével – teljesítette a kábeltévé társaságok műszaki elvárásait. A Hybridbox 2.0-ás jelzésű új set-top-box-ok 2011 végére érkeztek meg Magyarországra és kezdődtek meg újra az egyeztetések a kábeltévé társaságokkal.
4. 2010 novembere óta folyik az egyeztetés egy meghatározó piaci részesedéssel rendelkező telekommunikációs céggel a hibrid TV szolgáltatásuk bevezetésével kapcsolatos stratégiai együttműködésről és a HomeSys alkalmazás integrálásáról. A telekommunikációs partner oldaláról az előkészítő munkálatok elhúzódtak, így a műszaki specifikáció átadására a Hybridbox Nyrt. részére csak 2011 végén került sor, így az előre jelzett HomeSys felhasználói számot emiatt sem sikerült elérni. Ugyanakkor az egyeztetések továbbra is folynak és a mérlegfordulót követően egy másik nagy piaci részesedéssel rendelkező telekommunikációs társasággal is megkezdődtek a tárgyalások.

A Hybridbox Nyrt. a 2011. évi terjeszkedését arra alapozta, hogy valamely multinacionális méretű jogtulajdonos és / vagy telekommunikációs társaság mögé beállva éri el az előre jelzett set-top-box értékesítési volument, illetve a szoftver felhasználói számot. Összességében a 2011 elején folytatott egyeztetések az előbb említett társaságokkal elhúzódtak, így a várakozások nem teljesültek. Az önálló piacépítés és hibrid TV szolgáltatás beindítása jelentős tőkeerőt igényelt volna, amihez a Társaság tulajdonosi köre nem tudta biztosítani a tőkét, így 2011 végén a Hybridbox Nyrt. nemzetközi tőkebefektetői társaságokkal kezdett tárgyalásokba.

2011 harmadik negyedévére a Hybridbox Nyrt. meghatározó tulajdonosai felülvizsgálták az Nyrt. stratégiáját és menedzsmentjének működését. Ennek eredményeként a 2011 novemberére összehívott rendkívüli közgyűlés keretében új menedzsment megválasztására került sor és a közgyűlés elfogadta a korábbi elnök-vezérigazgató, dr. Kondi Miklós, Bencsik Attila igazgatósági tag, továbbá Dr. Klics Orsolya, Herczeg Tamás és Gebesh Richard felügyelőbizottsági tagok lemondását. Az új igazgatóság áttekintette a korábbi menedzsment működését és megállapította, hogy szakmailag megalapozatlan üzleti döntéseket hoztak és vállaltak a Társaságra nézve túlzott kötelezettségeket.

A 2011. év további tapasztalata, hogy bár a Hybridbox márkanévű set-top-box műszakilag és technológiailag egy világszínvonalú hardver, ám annak magas gyártási költségei miatt nem versenyképes az alacsonyabb tudású, ám lényegesen olcsóbb megoldásokhoz képest. A HomeSys szoftver esetén pedig, bár az operációs környezet (MS Windows) jóval nagyobb flexibilitást ad a felhasználóknak, ám ezt az operációs környezetet a kábeltévé társaságok nehezebben menedzselhetőnek tartják a magas felhasználó oldali szabadságfok miatt.

Az előbbiek eredményeként 2011 végén az új menedzsment úgy döntött, hogy az MS Windows környezet mellett kifejleszti a HomeSys Androidos verzióját is, illetve jelentős mértékben átalakítja annak felhasználó oldali működési környezetét. A hardver oldalon pedig amellet döntött, hogy a saját fejlesztés helyett kooperációban fejleszt ki egy magas műszaki tudású, Androidos környezetet futtató, de lényegesen olcsóbb set-top-box-ot, továbbá nyit az okostévé gyártók felé. Az utóbbi eredményeként a mérlegforduló napjáig a Hybridbox Nyrt. új menedzsmentje a Samsung, majd a mérlegfordulót követően a Sony és LG okostévéket gyártó társaságokkal kötött együttműködési megállapodást. Az együttműködés keretében a Hybridbox Nyrt. TV-s widget-eket szállít az okostévé gyártóknak Magyarország mellett a szomszédos országokba is.

Összességében:

1. a 2011-re tervezett volumen számok nem teljesültek, így 2011 novemberében a közgyűlés új menedzsmentet választott. A korábbi menedzsment szakmailag megalapozatlan döntéseket hozott és vállalt a Társaságra nézve túlzott kötelezettségeket.
2. A nemzetközi trendek alapján – köszönhetően a globális szereplők, mint például a Google, Apple, Tivo, Hulu, Netflix, Vodafone, BBC, vagy az okostévé gyártók aktivitásának – a hibrid TV-s szolgáltatások tömeges elterjedésére lehet számítani a következő években. A hibrid TV-s technológia mostanra, ugyanakkor a fenntartható hibrid TV-s ökoszisztéma továbbra sem forrta ki magát. Az ökoszisztéma kiépülésével lezajlik a piacfelosztás is, amelyben a Hybridbox Nyrt. és leánycége, az elmúlt évek befektetései és tapasztalatai alapján megerősíti a helyét.
3. 2011 novembere óta az Nyrt. havi rendszerességgel riportot készít a hirdető és média ügynökségek számára a hibrid TV nézők tévé nézési és tartalomfogyasztási szokásairól. A riportok célja, hogy a hirdető és az ügynökségek aktuális képet kapjanak a hibrid TV-s piac érettségéről, valamint annak hirdetési potenciáljáról.

Az új menedzsment az év végén új stratégiát készített, amelynek a főbb elemei:

1. a hibrid TV felhasználók számának drasztikus növelése érdekében együttműködési (keret)megállapodások kötése az okostévé gyártókkal. A Vezetőségi Jelentés elkészítésének napjáig a Samsung, a Sony és az LG tévégyártókkal a szerződések aláírásra kerültek. Jelenleg más tévégyártókkal is folynak a tárgyalások. A jelenlegi szerződésállomány eredményeként 2012 végére az okostévé gyártókon keresztül a Hybridbox Nyrt. közel 200 ezer háztartást (mintegy 600 ezer TV néző) tud majd elérni a hibrid TV-s widget-jén keresztül. Ez a volumen már megalapozza az interaktív hirdetések piaci bevezetését és eléri a hirdető háztartás-elérési ingerküszöbét.
2. A HomeSys szoftver a MS Windows operációs környezet mellett több más operációs környezetre is kifejlesztésre kerül. A legjelentősebb csapásirány az Androidos vonal, amellyel kapcsolatban a fejlesztések megkezdődtek.
3. A saját fejlesztésű HybridBox márkanévű set-top-box-ok helyett új, Androidos környezetet futtató set-top-box-ok kerülnek kifejlesztésre kooperációban. Ezzel kapcsolatban a potenciális fejlesztőkkel / gyártókkal a tárgyalások megkezdődtek. A

cél, hogy a jelenleg Hybridbox 2.0 márkaneven futó set-top-box mellett lényegesen olcsóbb, Androidos hibrid TV-s set-top-box-ok is bekerüljenek az Nyrt. portfóliójába.

4. Az Nyrt. függetlenül a telekommunikációs és kábeltévé társaságokkal folytatott tárgyalásoktól a saját hibrid TV szolgáltatás bevezetése mellett döntött. Az ehhez szükséges tőkemennyiséget tőkebefektetőkön keresztül kívánja biztosítani. Ezzel kapcsolatban a tárgyalások 2011 vége óta folynak.
5. Az Nyrt. az üzleti modelljét az interaktív reklámozására alapozza. Ennek keretében az Nyrt. új, innovatív reklámozási módszertant dolgozott ki 2011 végére a hirdető és az ügynökségek számára.
6. Az Nyrt. a HomeSys szoftver strukturális megújítását megkezdte, amely a Vezetőségi Jelentés közreadásával párhuzamosan fejeződik be. Az új szoftver új grafikus interfészt, új tartalomelérési logikát és egyszerűbb felhasználhatóságot biztosít. Az új szoftver már tartalmazza az első interaktív hirdetési formátumokat, valamint a valós idejű gamblinghez szükséges interfészeket.
7. A reorganizáció jegyében az Nyrt. újrapozícionálja a szoftver termékét.
8. Az új szoftvert az Nyrt. licenzelni fogja más gyártók hibrid hardvereire is.
9. E-commerce felületek, kupon oldalak integrálása a hibrid TV-s szolgáltatás környezetbe. Ennek első lépéseként a Hybridbox Nyrt. a Shopline-nal (korábbi Bookline) és a Bónusz Brigáddal kötött affiliate megállapodást.
10. „Többképernyős” stratégia elindítása, amelynek legfőbb eleme a böngésző alapú elérés biztosítása.

Általános háttér

A Hybridbox Nyrt. (továbbiakban „Társaság”), mely a vállalatcsoport (továbbiakban: „Csoport”) anyavállalata, a Magyar Köztársaságban bejegyzett gazdasági társaság. A Társaság működését 2010.08.03 napján kezdte meg Zártkörűen Működő Részvénytársaság formájában. Alaptőkéje 10.000 eFt volt.

A Társaság tevékenységének célja, a HomeSys Media Szolgáltató Kft (1138 Budapest Jakab József u. 17.) nyilvántartó bíróság: Fővárosi Cégbíróság (Cg.:01-09-923233) tulajdonosai által kifejlesztett HybridBox médiainformatikai eszköz továbbfejlesztése, és annak gyártása és forgalmazása elsősorban a nemzetközi piacon.

Ennek a célnak az érdekében 2010. augusztus 06. napján az alapító döntést hozott a Társaság tőkéjének zártkörű felemeléséről, és ennek keretében felhívta a HomeSysMedia Szolgáltató Kft - (1138 Budapest Jakab József u. 17.) nyilvántartó bíróság: Fővárosi Cégbíróság (Cg.:01-09-923233) - tulajdonosait, hogy nyilatkozzanak átveszik-e a tőkeemelés kapcsán kibocsátott részvényeket.

A HomeSys Media Szolgáltató Kft (1138 Budapest Jakab József u. 17.) nyilvántartó bíróság: Fővárosi Cégbíróság (Cg.:01-09-923233) tulajdonosai 2010. augusztus 09.napján akként nyilatkoztak, hogy a kibocsátott részvényeket átveszik. Ezzel a társaság tőkéje 510.000.- eFt azaz ötszázötvenmillió forintra emelkedett, mely 10.200.000. db egyenként 50.- Ft névértékű névre szóló törzsrészvényből áll.

A Hybridbox Zrt egyúttal 2010. augusztus 09. napján megszerezte az 500.000.- eFt törzstőkéjű HomeSys Media Szolgáltató Kft (1138 Budapest Jakab József u. 17.) nyilvántartó bíróság: Fővárosi Cégbíróság (Cg.:01-09-923233) üzletrészenek 100 %-át.

A Társaság 2010.09.01-től Nyilvánosan Működő Részvénytársasággá alakult át, 10.200.000 darab, egyenként 50.- Ft névértékű névre szóló dematerizált „A” sorozatú törzsrészvénnyel. Részvényeinek tőzsdei bevezetésére („B” kategória) 2010. szeptember 29-én került sor.

A Társaság székhelye 1138 Budapest Jakab József utca 17 alatt található.

A Társaság 5 %-ot meghaladó tulajdonosai a fordulónapokon (december 31):

Tulajdonos neve	Tulajdoni hányad (%)	
	2011.12.31	2010.12.31
Poczkodi Gábor	18 %	19 %
Riesz Attila	- %	69 %
ELAMEDIN Limited	13 %	- %
PHERIX Enterprises	11 %	- %
5 % alatti részvényesek	58 %	12 %

Összesen	100,00 %	100,00%
Részvények darabszáma	10.200.000	10.200.000
Részvények névértéke	50 Ft/db	50 Ft/db

1. Piaci, gazdasági, technológiai környezet

Rövid távon a hibrid televíziózás piacának és az azt megteremtő fenntartható ökoszisztéma kiforrása várható, amelynek főbb mozgatórugó:

1. Az internet világa beköltözik a televízióba, ezáltal egy új ökoszisztémát teremtve.
2. A távkapcsolóval már nemcsak a csatornák között választhat a tévéző, hanem internetes videók és alkalmazások (pl.: játékok, tőzsdei információk, rss feed-ek stb.) milliőből is. Ez a bőséges tartalomkínálat viszont felértékeli az intelligens tartalomszűrő és –ajánló megoldások jelentőségét.
3. Ismerőseinkkel megoszthatjuk, hogy épp mit nézünk és mit ajánlunk számukra (is) megtekintésre, ami erodálja majd a műsorszolgáltatók tartalomfogyasztási befolyásának egyeduralmát. A passzív tévézés és az aktív internetező magatartás „összeütközése” a tévé képernyőjén újfajta tartalomfogyasztási magatartásokat generál.
4. Az Y és a Z generáció számára a broadcast tartalomfogyasztás anakronisztikussá válik és igényt teremtenek az OTT (Over The Top) alapú tartalomfogyasztás iránt.
5. A műsorszolgáltatók már nemcsak egymással versenyeznek a tévé előtt ülők figyelméért, hanem az internetes tartalomszolgáltatókkal is. Tovább fokozódik a verseny a figyelemért, ami várhatóan új, innovatív tartalomajánlási rendszerek megjelenését kelti életre, ezáltal veszélyeztetve a szerkesztett műsorfolyam hegemoniáját.
6. Valós időben mérhetővé és értékelhetővé válnak tartalomfogyasztási szokásaink, ami újfajta reklámozási modellek számára nyitja meg a lehetőséget és ezáltal oszthatja újra a reklámtortát a jogtulajdonosok, a tartalomaggregátorok és a műsorszolgáltatók között.
7. Kiforratlan bevételi modellek versenyeznek egymással; ad based alapú modell, pay per view modell, flat rate modell stb.
8. Nem egyértelmű, hogy kik lesznek a hibrid televíziózás nyertesei és milyen értéklánc mentén működnek majd együtt. A TV készülék gyártók, a műsorterjesztő infrastruktúrát üzemeltetők, a jogtulajdonosok, a műsorszolgáltatók, az online videó szolgáltatók és tartalomaggregátorok mind ki akarják venni részüket ennek az új iparágban a bevételi tortájából. Új szövetségek, konglomerátumok alakulnak új üzleti koncepciók mentén, ám egyelőre nem egyértelmű melyik csoportosulásé lesz a nyerő üzleti stratégia.

Összegzés a nemzetközi hibrid TV-s piacról:

1. A legsikeresebbek jelen pillanatban a prémium videó szolgáltatást nyújtók és a streaming, illetve a hibrid tévé koncepció katalizátorai úgy, mint a Hulu és a Netflix. Stratégiájuk: két termék: ingyenes Hulu és a havi díjas Hulu Plus. Több mint 30 millió

havi aktív user a Hulu-nál és 25 millió a Netflix-nél. Minden eszközön elérhető a szolgáltatásuk + affiliate stratégia.

2. Az USA-ban a streaming szolgáltatásra helyezik a hangsúlyt. A kábeltévé szolgáltatás relatíve drága, ezért a streaming szolgáltatás alternatív helyettesítőként tud fellépni. Ugyanakkor a streaming mellett jellemzően nincs broadcast szolgáltatás, így valójában a dobozok inkább csak „intelligens” médialejátszónak tekinthetők, ezért kritikus pont a prémium videó szolgáltatás. Az USA-ban ez katalizálja a piacot elsősorban a Hulu és a Netflix révén. Európában viszont nincs ilyen széles kínálattal rendelkező prémium videó szolgáltató. Rendkívül alacsony áron adják a médiabox-ot (jellemzően nem hibrid) és csak a prémium videó szolgáltatásért kell havi díjat fizetni. Nagyon erős viszont az ad based modell.
3. Európában a broadcast + streaming koncepció erősödik, azaz a „valós” hibrid tévé. Itt ugyanakkor még nincs kialakult üzleti modell, azaz, havi előfizetési díjas legyen, mint egy telekommunikációs, vagy kábeles szolgáltatás, vagy csak a dobozt kell megvenni és utána mindenki maga állítja össze, hogy milyen fizetős videó szolgáltatást akar nézni. Az ad based modell is egyelőre kialakulatlan. Európában még nincsenek „nagyszereplők”, így a piac még teljesen nyitott.

A hazai hibrid TV-s piac formálódása:

1. Magyarországon a hibrid TV-s ökoszisztéma kiépülése az elmúlt hónapokban vett jelentősebb lendületet köszönhetően a Magyar Telekom hibridSAT TV szolgáltatás elindulásának, a Youtube lokális törekvéseinek, továbbá az Apple közép-kelet-európai nyitásának.
2. Ezzel párhuzamosan a Smart TV penetráció dinamikus növekedése is ösztönzően hatott a magyarországi hibrid TV-s ökoszisztéma fejlődésére. 2011 végéig kb. 100-150 ezer okostévé került értékesítésre, amelyek már alkalmasak internetes videók és tartalmak fogyasztására is.
3. A kereskedelmi televíziók (elsősorban az RTL Klub és a TV2) is egyre jelentősebb erőfeszítéseket tesznek az internetes jelenlétük fejlesztése, továbbá a saját gyártású tartalmak interneten keresztüli elérhetősége érdekében.
4. A hibrid TV technológia eddigi győztesei az internetes videó szolgáltatók, akik képessé váltak beköltözni a TV-be és nézettségi időt kannibalizálni a kereskedelmi tévéktől. E veszélyre a kereskedelmi tévék is reagáltak azzal, hogy egyre több saját gyártású tartalmat tesznek elérhetővé az interneten keresztül, vagy gyártanak közvetlenül a webre. Ebben a versenyben a kereskedelmi tévék közül egyedül az RTL Klubnak sikerült bekerülnie a TOP 5 nézettségű magyar internetes videó szolgáltató közé. A hibrid TV nézők körében a magyar szolgáltatók közül a Videa lett a győztes.
5. Az okos tévék és a hibrid set-top-box-ok rendkívül gyors terjedésével 2012 már a hibrid tévézés éve lesz.

A nemzetközi hibrid TV-s ökoszisztéma néhány meghatározó szereplőjének piaci lépései / stratégiája

„Nagykutyák”		Milyen stratégiával építenek piacot? Mivel különböztetik meg magukat?
Eszközgyártó (TV)	1.) Samsung: Smart TV (global)	Agilis reklámkampány, továbbá a világ első HDTV app store-jának létrehozása, amely jelenleg több mint 1.000 alkalmazást tartalmaz. 2011-ben indult az értékesítés és 2011 végére kb. 8 millió eladott darabban számolnak. Eddig 10 millió letöltés a Samsung app store-jából.
Eszközgyártó és tartalom-aggregátor	2.) Apple TV (US)	Indulás 2010 szeptemberében. Eddig 1 millió eladott darab. Nincs broadcast, és külső eszközöket (a TV kívül) sem enged csatlakoztatni. Rendkívül olcsó: 99\$. Stratégia lásd: iPod v. iTunes. TV show-k: 99 cent, filmek: 1,99\$, HD minőségű filmek: 2,99\$.
Tartalom-aggregátor	3.) Hulu (US)	2010 októberében már 30 millióan használták a szolgáltatást és 260 millió streamet néztek meg. 2008-ban 25 millió \$, 2009-ben 108 millió \$, 2010-ben 240 millió \$ bevételt termelt. 352 partnere volt már ekkor és 800 millió reklám megjelenés a rendszerben. Egy felmérés szerint a Hulu userek 4%-a (?) fizet elő a Hulu Plusra. Üzleti modell: havi díj (Hulu Plus) 7,99\$ + ad based modell.
	4.) Tivo (US)	2001-2007 között rendkívül expanzívan növekedett és a userek száma elérte a 4,4 milliót. 2007-ben viszont a Hulu és a Netflix stratégiájának eredményeként folyamatosan csökken a userek száma. Jelenleg már csak 2 millió felhasználójuk van. Üzleti modell: stratégiai partnerség kábelszolgáltatókkal (7 kábeles és 1 satellit). Három doboz értékesítése, amelyeket önállóan is meg lehet vásárolni (ekkor nincs hűségidő): 100\$-ért, 300\$-ért és 500\$-ért.
	5.) Roku (US)	1 millió eladott doboz és 1 milliárd megnézett stream. A legolcsóbb dobozár stratégiával dolgozik: 60\$, 80\$, 100\$. Üzleti modell: doboz eladása, részesedés a fizetős videószerzők előfizetési díjából (revenue share), illetve ad-based modell. 300 prémium videószerzővel van szerződése.
	6.) Google TV (US)	A jogtulajdonosokkal nem sikerült megállapodniuk, ezért a 2010 őszi indulás kudarcba fulladt, de nem adták fel a koncepciót. Stratégia: a Sonyval közös indulás a TV oldalon, illetve a LogiTech-hel az STB oldalon. Utóbbi esetén az STB valószínűleg túlárazott volt és ezért is vihették le az árat 250 \$-ról 99\$-ra. Üzleti koncepció: revenue share a fizetős videószerzők árbevételéből + ad based modell, amiben erős a Google.
	7.) Boxee (US)	A piac szerint ezzel a műszaki összeállítással túlárazott a doboz (és a tudása is alacsony), ezért folyamatosan csökkentik az árat (jelenleg 180\$), de még ezt is sokallja a piac. Stratégia: töltsd le először a szoftvert ingyenesen, és ha tetszik, akkor vegyél egy dobozt és használd a TV-den a „médiabox”-ot.
Műsor-szolgáltató	8.) YouView (BBC, UK)	A BBC állt az élére és az USA modellhez képest valós hibrid (broadcast és a broadband összeszova) modellt szeretnének kialakítani. Az indulás folyamatosan csúszik, kb 1 éves csúszásban vannak az eredeti terveikhez képest. Üzleti modell: vegyél egy dobozt és akkor eléred a YouView szolgáltatást. Nincs előfizetési díj, így valószínűleg revenue share alapon jönne az árbevétel a doboz eladásokból, illetve a reklámokból.
Mobil-szolgáltató	9.) Vodafone (DE, ES)	Valójában IPTV-t adnak egy hibrid koncepcióban. FTA alapú broadcast + streaming és VoD, de ráköthető a meglévő DVB-C-s vagy DTH-s előfizetésre, mivel képes kábeltévét és satot is kezelni. Klasszikus bundled csomagolás: 39,95 EUR/havi díj és a doboz csak bérelni lehet. A doboz önmagában is megvásárolható kb. 180-200\$-os áron. Üzleti stratégia: mobilinternet előfizetés értékesítése „prémium” szolgáltatásként pozicionálva.

A hibrid TV-s ökoszisztéma várható szereplői és „dilemmáik” Magyarországon

Iparágak	Magyarországi szereplők	Dilemmák, amelyekre a hibrid TV megoldást jelenthet
Elektronikus hírközlési szolgáltatók (műsorterjesztők, internet szolgáltatók)	Inkumbensek, mint műsorterjesztők	Hogyan tudnak egy „gyilkos” árversenyben nagyobb sáv szélességű csomagokat értékesíteni az előfizetőknek, vagy váltásra kényszeríteni őket? Hogyan tudnak a sat-os tévéelőfizetők számát növelni (amelynek növekedési üteme visszaesett)? Mi az az új szolgáltatáscsomag, amellyel előfizetőket rabolhatnának a kábelesektől, a versenytársaktól?
	Mobilszolgáltatók, mint speciális műsorterjesztők	Hogyan tudnak (nagyobb sáv szélességű) mobilinternet vásárlásra ösztönözni az előfizetőket? Mi az az eszköz, amely (újabb) internet előfizetésre ösztönzi a felhasználókat?
	ISP-k, kábeltévé szolgáltatók (Internetszolgáltatók, mint műsorterjesztők)	A „kicsik” követik a nagyok bundling stratégiáját. Ügyfélmegtartás problémája. Mi az a szolgáltatáscsomag, amelyet lokálisan nagy árréssel tudnak értékesíteni, hogy ne legyenek a nagyok árversenyének áldozatai?
	Antenna Hungária (DVB-T-re épülő műsorterjesztő)	Miképpen lehet a DVB-T-s tévés csomag alternatíva a kábelek kínálatával szemben? Edukálják a piacot TV kampányokon keresztül és beszálltak az „árversenybe”. Miképpen tudnak megkülönböztetni magukat?
Kereskedelmi tévék, műsorszolgáltatók	RTL Klub, TV2, Viasat3 stb.	Két különböző felület (TV és web), amelyek jelenleg versenyeznek egymással a felhasználók figyelméért (Kie a prime time?). Hogyan tudnak az egyre növekvő heavy user internetezőket a TV előtt lekötöni?
TV készülék gyártók	Samsung, Sony, LG, Panasonic	Globális tartalomszolgáltatással lokálisan nehezen fogják meggyőzni a lakosságot okos tévé beruházásra. Edukálják a piacot TV kampányokon keresztül.
Set Top Box gyártók	Huawei	Olcsó doboz árstratégia a telkok kegyeiért. Hogyan tudnának kitörni az árversenyből? Hogyan lehet kilépniük az olcsó buta doboz stratégiából, amely illeszkedik a telkok jövőbeli szolgáltatás fejlesztéseihez?

A hibrid TV-s ökoszisztéma biztos nyertesei:

Iparágak, szereplők	Milyen értéket biztosít számukra a hibrid televíziózás?	Hogyan biztosíthatják ezt az értéket a hibrid televíziózást nyújtó megoldások?
Hirdetők	A reklámozás hatékonyságának növelése.	Személyre szabott, célzott (interaktív) hirdetések a felhasználók tartalomfogyasztási és demográfiai jellemzői alapján (+Hulu reklámozási módszertanának adaptálása). Tartalomhoz kötődő újfajta, interakciót kiváltó reklámozás kialakítása. Továbbá innovatív hirdetési modell kialakítása a hirdetőknél. Win-win modell: csak akkor fizet a hirdető, ha az interakció megvalósul a „reklámmal”.
(Online elérésre is alkalmas) tartalom előállítók, jogtulajdonosok	Értéklánc rövidítése, bekerülési lehetőség a kicsiknek a TV-be.	A jogtulajdonosok direkt elérést kapnak a felhasználókhoz. A webes jelenlét mellett (vagy helyett) egy prémium képernyőn (a TV-n) való megjelenési lehetőség. Nagyobb reach – nagyobb reklámérték.
Alkalmazásfejlesztő társaságok	TV-s ökoszisztémába való bekerülési lehetőség. AppStore modell	A szoftverfejlesztők alkalmazásai (TV-s app-ok, widgetek) széles reach számára lesznek elérhetőek. A felhasználók ezeket az alkalmazásokat közvetlenül letölthetik a hibrid TV-s app store-ból és a szoftverfejlesztők pénzt kapnak a felhasználó által fizetett díjból.

Jövőkép:

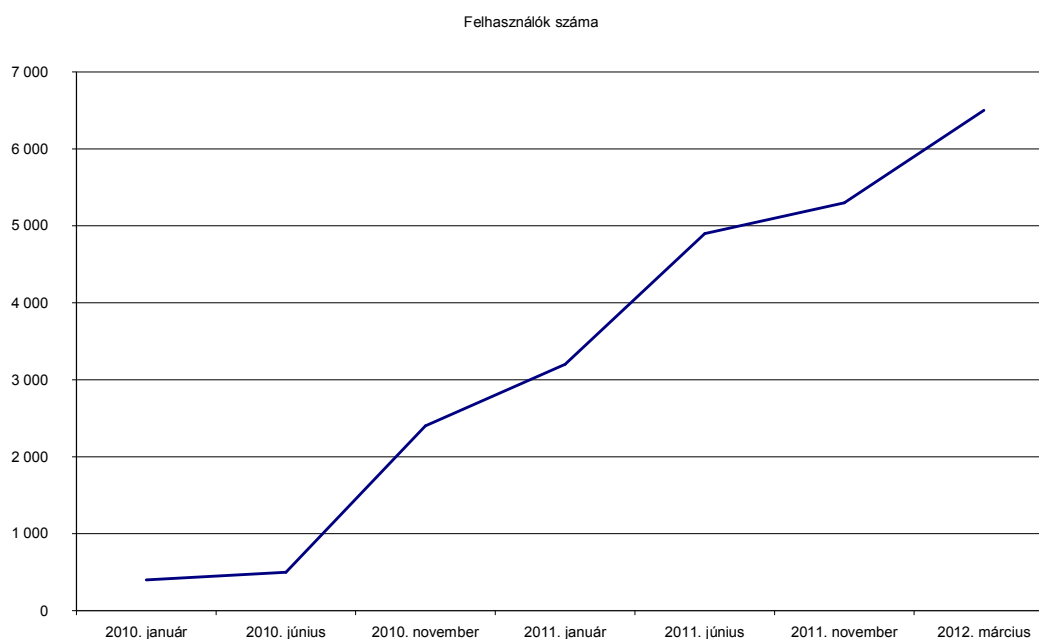
1. A hibridtévés ökoszisztéma egy új keresleti piacot teremt, amely gyökereiben változtathatja meg a jelenlegi „paytv” modellt.
2. A TV már nemcsak tartalomszolgáltatói felület lesz, hanem egy új „hub” (csomópont), amelyen interaktív reklámok, játékok, tévés alkalmazások (app-ok) és online boltok jelennek meg. Ez a hub új értékláncot képez, amely újfajta üzleti koncepciók és bevételi lehetőségek forrása lesz.
3. Akik elsőként építik ki ezt a hub-ot, azok tartják majd kézben az új tévés ökoszisztémát és szabhatják meg a későbbi belépők „belépési” díját.
4. Az Apple, a Google, a Samsung, a Sony, a BBC, a Vodafone és még sokan mások már felismerték ennek az új ökoszisztémának a jelentőségét és keresik a helyüket abban.
5. Magyarország is megérett az új ökoszisztéma kialakítására és az értéklánc újradefiniálására.

2. A hibrid TV termék / szolgáltatás főbb jellemzői

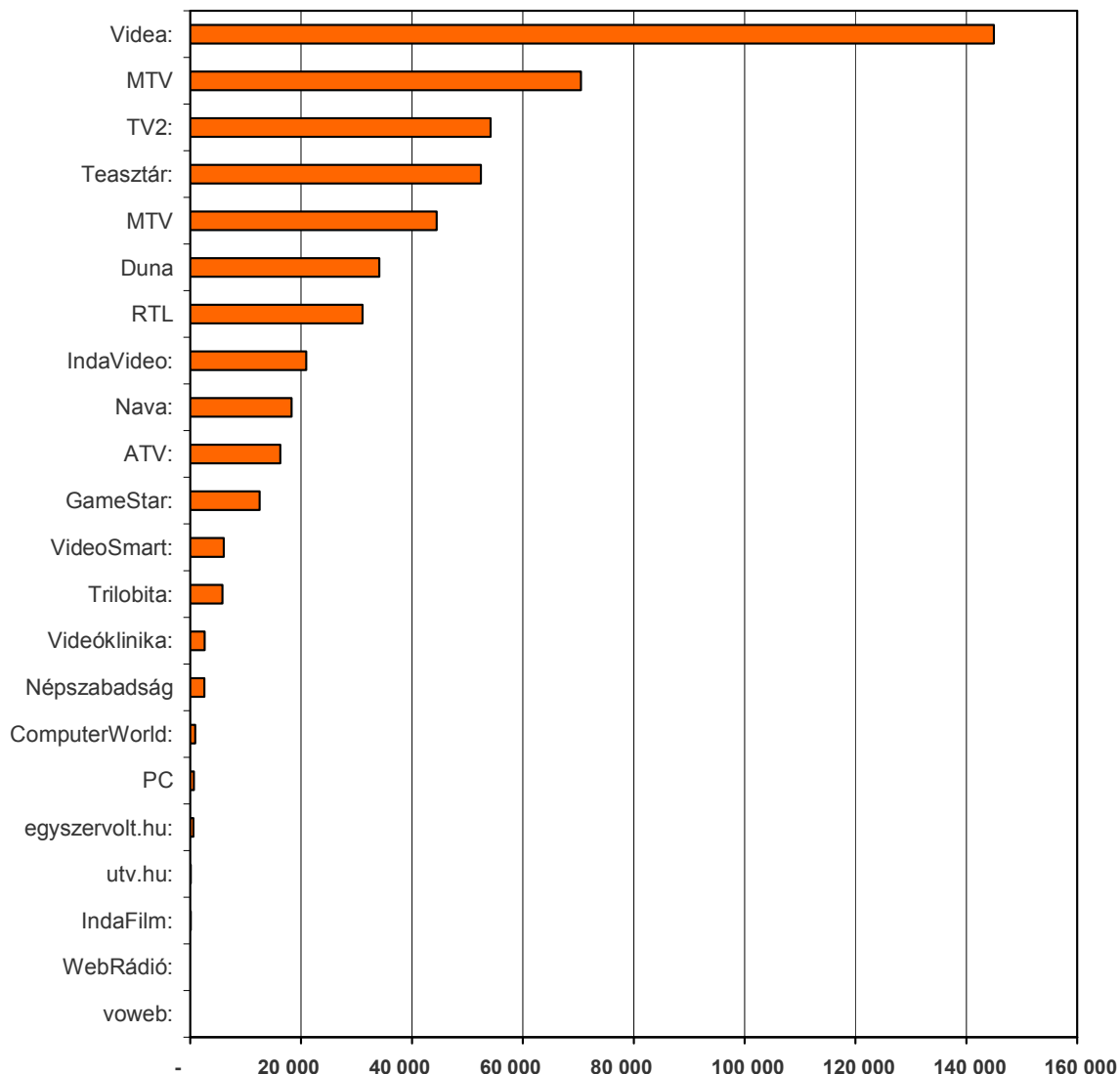
A HomeSys hibrid TV platform főbb jellemzői:

1. A legnagyobb hazai videó szolgáltatók többsége elérhető a HomeSys hibrid tévé platformon keresztül, kifejezetten tévés felületre optimalizálva. Pl.: Origo, Index, Sanoma, RTL, TV2, MTV, NOL stb.
2. Jelenleg közel 30 magyar videó szolgáltató szerepel a HomeSys hibrid TV platformban, amely kör folyamatosan bővül.
3. A két legnagyobb hazai filmforgalmazóval (*SPI International, Best Hollywood*) kötött egyedi megállapodás eredményeként prémium filmek is elérhetők a platformon keresztül.
4. Az SPI, a Best Hollywood és az Indavideo által jelenleg közel 200 magyar nyelvű film érhető el. Ez a mennyiség 12 hónapon belül további 500 filmmel bővül.
5. Több mint másfél éve stabilan működik a HomeSys hibrid TV platform, mintegy 6.500 felhasználóval.
6. Több mint 600 ezer magyar nyelvű podcast, videó és film van bekötve a HomeSys hibrid TV platformba, ami által a Hybridbox Nyrt. Magyarország legnagyobb OTT aggregátorává vált. Havonta ez a mennyiség 1-2 ezerrel bővül az új belépők nélkül is.
7. Nincsenek konvertálási problémák, így pár perc alatt beköthető új streaming, vagy VoD tartalom.

A HomeSys hibrid tévé felhasználók számának alakulása



A HomeSys hibrid tévé szoftveren keresztül elérhető magyar nyelvű videók mennyisége



A HomeSys hibrid TV nézők demográfiai összetétele és tévénézési szokásai

A HomeSys hibrid TV megoldást jellemzően a városban élő, a technológiai újdonságok iránt fogékony, 18-49 éves korosztály használja. A HomeSys hibrid TV nézők 80 %-a budapesti. A HomeSys hibrid TV nézők további jellemzője, hogy tudatos médiafogyasztók, és aktívan válogatnak az elérhető tartalmak között.

A HomeSys hibrid TV nézők 1/3-a a MindigTV, vagy a MindigTV Extra szolgáltatáson keresztül néz TV-t és legalább 5 megabit/sec szélessávú internet kapcsolattal rendelkezik. Vagyis a HomeSys hibrid TV-t nézők túlnyomó többsége már nem kábeltévé-előfizető, hanem az internetet és a digitális földfelszíni TV-adást választja mozgóképes információ éhségének csillapítására.

Az összes tévénézéssel töltött idő 50%-át jelenti az internetes videók nézettsége a HomeSys hibrid tévénézők körében.

A HomeSys hibrid TV nézők havonta átlagosan 10 gigabitnyi mennyiségű internetes videót fogyasztanak és naponta átlagosan legalább 40 percet töltenek a tévénézés mellett – ugyanazon a TV képernyőn keresztül – internetes videók megtekintésével. Hagyományos tévét ugyanez a csoport csupán napi 40 percet néz. Az AGB Nielsen adataihoz képest a 18-49 éves HomeSys hibrid TV nézők szignifikánsan kevesebb időt töltenek tévénézéssel, ami azzal is magyarázható, hogy ez a médiafogyasztói célcsoport aktívabb életet él.

3. A Társaság 2011. évi főbb üzleti eseményei

Dátum	Tárgy, rövid tartalom
2011.02.08.	<p>Megállapodás a Gravity R&D Kft.-vel</p> <p>A Hybridbox Nyrt. 100%-os tulajdonú leánycége a HomeSys Media Kft. együttműködési megállapodást kötött a Gravity R&D Kft.-vel a Gravity által fejlesztett Impress ajánlórendszer HomeSys Media Platformba történő integrálásáról. A megállapodás lényege, hogy a felek együttesen is ajánlják szolgáltatásaikat, ezzel is erősítve egymás hazai és nemzetközi piaci pozícióit.</p>
2011.02.17.	<p>A szlovák Hybridbox SK S.r.o. leányvállalat megalapítása</p> <p>A Hybridbox Nyrt. bejegyezte a 100%-os tulajdonában álló Hybridbox SK S.r.o leánycégét Szlovákiában.</p>
2011.02.28.	<p>Megállapodás az Egyesült Államokban működő P.I.J. Inc. DreamWorld Digital társasággal</p> <p>A megállapodás lényege, hogy a P.I.J. Inc. DreamWorld Digital az Egyesült Államokban élő magyarok számára Magyarországról élő színházi és sportközvetítéseket fog nyújtani a Hybridbox márkanévű hybrid Set Top Boxon keresztül. A P.I.J. Inc. DreamWorld Digital közvetítéseinek hivatalos doboza az Egyesült Államokban a Hybridbox lesz.</p>
2011.03.02.	<p>Megállapodás a Best Hollywood Kft.-vel</p> <p>A Hybridbox Nyrt. 100%-os tulajdonában álló HomeSys Media Kft. együttműködési megállapodást kötött a Best Hollywood Kft.-vel a Best Hollywood Kft. által forgalmazott filmek Video on Demand szolgáltatás keretében történő felhasználására. A megállapodás lényege, hogy a Best Hollywood filmjei a HomeSys média platformon keresztül elérhetővé válnak a HomeSys rendszert használók számára.</p>
2011.03.07.	<p>Megállapodás az SPI International BV érdekeltségi körébe tartozó Voweb Hungary Kft.-vel</p> <p>A Hybridbox Nyrt. 100%-os tulajdonában álló HomeSys Media Kft. együttműködési megállapodást kötött az SPI International BV érdekeltségi körébe tartozó Voweb Hungary Kft.-vel az SPI által forgalmazott filmek felhasználására. A megállapodás lényege, hogy az SPI közel 150 filmje a HomeSys média platformon keresztül ingyenesen elérhetővé válnak a HomeSys rendszert használók számára. A</p>

	megállapodás keretében az érintett felek interaktív reklámozásra épülő üzleti modellben biztosítják a filmek ingyenes elérhetőségét.
2011.04.18.	<p>Együttműködés a Jersey Telecommal</p> <p>A Hybridbox Nyrt. 100%-os tulajdonú leánycége, a HomeSys Media Szolgáltató Kft. együttműködési szándéknyilatkozatot kötött a Jersey Telecom Limited (at No. 1 The Forum, Grenville Street, St Helier, Jersey, JE4 8PB) társasággal, melynek célja a Jersey Telecom hálózatán a hybrid televíziózást megteremtő technológia és a Hybridbox márkanévű hybrid set-top-box műszaki tesztelése.</p>
2011.05.08.	<p>Együttműködés a VoWeb International (UK) társasággal az izraeli piaci bevezetésről</p> <p>A Hybridbox Nyrt. 100%-os tulajdonú leánycége, a HomeSys Media Szolgáltató Kft. együttműködési szándéknyilatkozatot kötött az SPI International BV érdekeltségi körébe tartozó VoWeb International (UK, London, Ealing, Hart Grove 8.) társasággal a Hybridbox márkanévű hybrid set-top-box izraeli piaci bevezetéséről.</p>
2011.05.10.	<p>Együttműködés az I-QRS Kft.-vel</p> <p>A Hybridbox Nyrt. 100%-os tulajdonú leánycége, a HomeSys Media Szolgáltató Kft. együttműködési megállapodást kötött az I-QRS Kft.-vel a vezeték nélküli egészségügyi szenzoroknak a hybrid televíziós megoldásba való integrálásáról és a közös nemzetközi piaci fellépésről.</p>
2011.06.07.	<p>Végleges filmforgalmazási együttműködési megállapodás a Best Hollywood Kft.-vel</p> <p>A megállapodás értelmében a Best Hollywood Kft. az általa forgalmazott filmeket a HomeSys Media Kft. részére rendelkezésre bocsátja abból a célból, hogy azokat a HomeSys rendszerében Video on Demand szolgáltatás keretében bemutassa. A Best Hollywood engedélyezi, hogy HomeSys a számára rendelkezésre bocsátott filmeket un. Ad Based modellben jelenítse meg.</p>
2011.06.22.	<p>Együttműködési megállapodás a Sanoma Media Budapest Zrt.-vel</p> <p>A Hybridbox Nyrt. 100%-os tulajdonú leánycége, a HomeSys Media Szolgáltató Kft. együttműködési megállapodást kötött a Sanoma Media Budapest Zrt.-vel a Sanoma által forgalmazott és gyártott videó tartalmak felhasználásáról. A megállapodás lényege, hogy a Sanoma Media Budapest Zrt. tartalmai a HomeSys Média Platformon keresztül elérhetővé válnak a HomeSys rendszerében, miközben felek a tartalmakon generálódó reklámbevételen megosztóznak.</p>
2011.06.30.	<p>A Jersey Telecom megrendeli az első Hybridbox kontingenst</p>

	<p>A Jersey Telecom egy meghívásos beszerzési tárgyalássorozatot követően a Hybridbox márkanévű set-top-box-ot választotta a hybrid televíziós szolgáltatásának kialakításához. A kiválasztást követően a Jersey Telecom megrendelte a Hybridbox Nyrt. leánycégétől, a HomeSys Media Szolgáltató Kft.-től az első kontingens Hybridbox-ot a felhasználó oldali tesztelések érdekében.</p>
2011.08.28.	<p>Együttműködési szerződés az Origo Zrt.-vel</p> <p>A megállapodás lényege, hogy az Origo Média és Kommunikációs Szolgáltató Zrt. videós tartalmai a HomeSys Média platformon keresztül elérhetővé válnak a HomeSys rendszerben, miközben felek a tartalmakon generálódó interaktív reklámbevételen megosztóznak.</p>
2011.11.04.	<p>HybridBox SK S.r.o szlovák leányvállalat és a Pherix Enterprises Inc. Vagyonkezelő leányvállalatok eladása</p>
2011.11.08.	<p>Hybridbox Nyrt. rendkívüli közgyűlés</p> <p>A rendkívüli közgyűlés napirendi pontjai:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Személyi és a társaság vezetőségét érintő kérdések. 2. Székhely áthelyezése. 3. Nyrt. saját részvények szerzése.
2011.11.22.	<p>Hybridbox 2.0-ás set-top-box-ok értékesítésének megkezdése; a Jersey Telecom számára az első kontingens leszállítása</p> <p>A továbbfejlesztett Hybridbox-ok megfelelnek a kábeltévé és telekommunikációs szolgáltató társaságok műszaki elvárásainak, amelyek beépített kártyaolvasóval is rendelkeznek. Az új Hibridbox-ok első vásárlója a Jersey Telecom (<i>No. 1 The Forum, Grenville Street, St Helier, Jersey, JE4 8PB</i>).</p>
2011.11.29.	<p>Együttműködési szándéknyilatkozat kötése a Cellum Global Zrt.-vel (8600 Siófok, Újpiac tér 8.)</p> <p>A HybridBox Nyrt. és a Cellum Global Zrt. közös együttműködésben kívánják megvalósítani a jelenleg „Homesys” márkanéven futó médiaplatformba a Cellum által fejlesztett mobilfizetési megoldás (MasterCard Mobile) integrálását. Ezen fizetési megoldás integrálásával lehetővé válik a tévén keresztül vásárolt termékek ellenértékének kifizetése.</p>
2011.12.08.	<p>Együttműködési szándéknyilatkozat kötése az Alcor márkanévű DVB-T tunereket forgalmazó Infopatika Kft.-vel (1145 Budapest, Szugló utca 9-15.)</p> <p>A Hybridbox Nyrt. és az Infopatika Kft. kifejezték szándékukat, hogy</p>

	<p>együtműködni kívánnak az alábbi területeken:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. az Infopatika által forgalmazott, DVB-T vételre alkalmas, Alcor márkanéven futó USB-s tunerek és a jelenleg „HomeSys” márkanéven futó hibrid tévé szoftver közös értékesítésén. 2. A hibrid televíziózásra alkalmas, Android operációs rendszert futtató, Alcor márkanévvvel fémjelzett eszközökre külön hibrid tévé platform fejlesztésén és közös értékesítésén.
2011.12.12.	<p>Együtműködési szándéknyilatkozat kötése a Bónusz Brigád szolgáltatást nyújtó Skoopy Kft.-vel (1075 Budapest, Madách tér 3.)</p> <p>A Hybridbox Nyrt. és a Skoopy Kft. kifejezték szándékukat, hogy együtműködni kívánnak az alábbi területeken:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. affiliate program indítása, amelynek keretében a HomeSys hibrid TV média platformon a Bónusz Brigád ajánlatai (bónuszai) megjelennek. A bónuszokat a TV képernyőjén keresztül a Mastercard Mobile megoldásával lehet majd kifizetni. 2. Közös, interaktív, személyre szabott hirdetési pilot kidolgozása a Bónusz Brigád kiemelt ajánlataira a hibrid TV nézők számára.
2011.12.20.	<p>Együtműködési keretmegállapodás kötése a Samsung Eletronics Magyarország Zrt.-vel (5126 Jászfényszaru, Samsung tér 1.)</p> <p>A Hybridbox Nyrt. és a Samsung Zrt. között kötött megállapodás értelmében a Hybridbox Nyrt. Samsung Smart TV-ken futó alkalmazást (widget-et) fejleszt. A widget-en keresztül a HomeSys néven futó Média Platformban aggregált és rendszerezett internetes tartalmak, valamint személyre szabott interaktív hirdetések jelenhetnek meg.</p>

4. A 2011. évi üzleti eredményei

Árbevétel

A Csoport tárgyévi árbevétele a folytatódó tevékenységek esetében az alábbiak szerint alakult

	2011	2010
	eFt	eFt
Értékesítés árbevétele: - belföldi értékesítés	20.712	19.155
- külföldi értékesítés	6.421	0
Összesen:	27.133	19.155

A fenti árbevétel-tételek külső vevőktől származó bevételeket képviselnek. A tárgyévben a Csoporton belüli értékesítés nem történt (2010-ben sem).

Szegmens információk

A Csoport az IFRS 8 „Működési szegmensek” standardot alkalmazza. Az IFRS 8 előírja a működési szegmensek azonosítását a Csoport tagjaira vonatkozó azon belső jelentések alapján, amelyeket a vállalkozás legfőbb döntéshozója rendszeresen tanulmányoz az erőforrásoknak az egyes szegmensekhez történő allokálása és a szegmensek teljesítményének értékelése során.

A Csoport 2011-ben és 2010-ben egy szegmens mentén tevékenykedett: a Hybridbox fantázia nevű termék értékesítése és a hozzá kapcsolódó alkatrészek eladása. A tevékenységet a leányvállalat végezte. Nagykereskedői értékesítés a vizsgált időszakban nem történt, a kiegészítő alkatrészek értékesítési aránya 12%.

Egyéb bevételek és ráfordítások, nettó

	2011	2010
	eFt	eFt
Iparüzési adó	(85)	(144)
Egyéb adók és környezetvédelmi termékdíj	(147)	(30)
Kapott késedelmi kamatok, bírságok	(2)	(18)
Egyéb nem elszámolható kiadások	(1.099)	(127)
Anyavállalat kötelezettségeinek átvállalása (1.226 eFt)	0	-
Egyéb bevételek és ráfordítások, nettó	(1.333)	(319)

Immateriális eszközök

	Egyéb immateriális eszközök eFt	Összesen eFt
<u>Bruttó érték</u>		
2010. augusztus 04-én	499.500	499.500
Növekedés és átsorolás	0	0
Csökkenés és átsorolás	0	0
2010. december 31-én	499.500	499.500
Növekedés és átsorolás	0	0
Csökkenés és átsorolás	0	0
2011. december 31-én	499.500	499.500
<u>Halmazott értékcsökkenés</u>		
2010. augusztus 04-én	0	0
Éves leírás	0	0
Csökkenés	0	0
2010. december 31-én	0	0
Éves leírás	0	0
Csökkenés	0	0
2011. december 31-én	0	0
<u>Nettó könyv szerinti érték</u>		
2010. augusztus 04-én	499.500	499.500
2011. december 31-én	499.500	499.500
2011. december 31-én	499.500	499.500

Szellemi termék

Az eddigi (független könyvvizsgálóval hitelesített) szellemi termék értéke 499.500 eFt. Teljes egészében leírásra kerül, 10 év elteltével (2020. december 31-én). A szellemi terméket szabadalom oltalmi eljárás alá akarja az IT vetetni, ezért csak később kezdi az Nyrt. a könyveiben az értékcsökkenést vezetni. Jelenleg az Nyrt könyveiben szereplő szellemi termék a hibrid set top box know-how-ja, gyártási, konfigurálási folyamatai. A rendszer tárgya maga a kis fogyasztású vevőoldali hibrid doboz dekóderkártyával, az azon futó valamilyen keretszoftver és a szerver oldali tartalomszolgáltató szoftver azzal, hogy a keretszoftver képes önállóan, más hardvereken is működni, feltéve, ha abban a hardver komponensek kompatibilisek a keretszoftverben lévő dekódolási algoritmusokkal és eljárásokkal.

Készletek

	2011	2010
	eFt	eFt
Anyagok,alkatrészek	7.316	5.012
Félkész termékek	4.317	4.860
Késztermékek	25.285	0
Összesen	36.918	10.213

Vevők és egyéb éven belüli követelések

	2011	2010
	eFt	eFt
Vevőkövetelések	15.953	1.428
Vevőkövetelések értékvesztése		
Egyéb követelések	13.296	14.184
Aktív időbeli elhatárolások	13	150
Összesen	29.262	15.762

Jegyzett tőke és tartalékok

A Társaság jegyzett tőkéje 2011. december 31-én 10.200.000 db részvényből állt. A részvények névértéke 50 Ft/db. 2011 év folyamán tőkeemelés, tőkelezárlás nem történt.

	Részvények száma (darab)	Jegyzett tőke változása eFt	Tőketartalék változása eFt	Esemény
2010.08.03	200.000	10.000	0	Zrt alapítás
2010.08.09			15.000	Homesys Kft kötelezettség
apportálás				
2010.08.06 emelés	10.000.000	500.000		Jegyzett tőke
2010.12.31.	10.200.000	510.000	15.000	
2011.12.31.	10.200.000	510.000	15.000	

Kötelezettség apportálása

A Homesys Kft-nek 2010-ben nyújtott kölcsönt átalakították a tőke részévé, a tőketartalékon keresztül.

Hosszú lejáratú pénzügyi kötelezettségek a vállalatcsoport vonatkozásában:

Hitelnyújtó	Hitel lejárata	Deviza neme	2010 eFt	2009 eFt
Magánszemélyek	2015.12.31.	HUF	17.000	0
Jogi személyek	2015.12.31	HUF	31.000	0

A szerződésekben fedezet kikötésére nem került sor, a kölcsön kötelezettség kamatmentes.

Rövid lejáratú pénzügyi kötelezettségek a vállalatcsoport vonatkozásában

Hitelek, kölcsönök megnevezése	Devizaneme	2010 eFt	2009 eFt
Egyéb kölcsön magánszemélyekkel szemben	HUF	5.425	3.065
Összesen		5.425	3.065

A szerződésekben fedezet kikötésére nem került sor, a kölcsön kötelezettség kamatmentes

Kockázatkezelés

Likviditási kockázat

A likvid pénzeszközök és követelés kockázata korlátozott. A rendelkezésre álló kölcsönök megfelelő feltételeket nyújtanak a likviditás biztosításához és a pénzügyi rugalmassághoz a Csoport számára.

Tőkekezelés

A Csoport tőkekezelésének legfőbb célja a kedvező hitelbesorolás megtartása és a megfelelő pénzügyi mutatók biztosítása annak érdekében, hogy minél jobban támogassa az üzletmenetet és maximalizálja a Csoport részvényesi értékét. A Csoport a mindenkori gazdasági körülményeknek megfelelően alakítja ki és szükség esetén változtatja a tőkeszerkezetét. Ennek eszközeként dönt a Csoport az osztalék kifizetés összegéről, tőkét juttathat vissza a részvényeseknek vagy új részvényeket bocsáthat ki. Nem történt változás az ezzel kapcsolatos célkitűzésekben, politikában vagy eljárásokban a 2011. december 31-re, illetve 2010. december 31-ére végződő években.

A Csoport tagjaival és harmadik felekkel kapcsolatban vállalt készfizető kezességek

A csoport tagjaival szemben nincs zálogjoga sem magánszemélynek, sem jogi személyiségű társaságnak. A társaság nem nyújtott bankgaranciát sem banknak, sem egyéb magán vagy jogi személynek.

Függő és jövőbeni kötelezettségek

Jogviták

A mérleg fordulónapjáig a Csoporttal szemben kárigények nem kerültek bejelentésre.

Tranzakciók kapcsolt felekkel

2011-ben az anyavállalat kötelezettségeinek egy részét (1.227 eFt) leányvállalata átvállalta és kifizette. Ez az ingatlan bérleti díjait és a Budapesti Értéktőzsde felé fennálló tartozásokat érintette.

A Csoporton belül 2010-ben és 2011-ben egyéb tranzakció nem történt.

A Társaság által alkalmazott Igazgatósági tagok az Igazgatósági tagságukért nem részesülnek külön juttatásban.

5. A mérleg fordulónapja után bekövetkezett főbb változások és rendkívüli tájékoztatások

Dátum	Tárgy, rövid tartalom
2012.01.26.	A Hybridbox Nyrt. 18.000 darab saját részvényt vásárolt a BÉT-en keresztül 50,81 Ft/db átlagáron.
2012.02.07.	Együtműködési megállapodás kötése az LG Electronics Magyar Kft.-vel (<i>H-1097 Budapest, Könyves Kálmán krt. 3/A</i>). Az együtműködési megállapodás értelmében a Hybridbox Nyrt. TV-s widget alkalmazást fejleszt LG Smart TV-kre. A TV-s widget alkalmazáson személyre szabott, interaktív hirdetések jelenhetnek meg. A szerződéssel érintett régiók: Magyarország, Szerbia, Horvátország, Bulgária, Albánia, Macedónai, Bosznia, Koszovó és Románia.
2012.02.09.	Együtműködési megállapodás kötése a Sony Network Entertainment Europe Limited (<i>10 Great Marlborough Street, London W1F 7LP, UK</i>) társasággal. A megállapodás értelmében a Hybridbox Nyrt. TV-s widget alkalmazást fejlesztés a Sony okos tévékre.

6. Tisztségviselők és személyi változások

Személyi változások

2011. március 30-án **Reisz Attila**, az igazgatóság tagja lemondott.

A 2011. november 7-ei rendkívüli közgyűlésen a közgyűlés elfogadta az alábbi vezető tisztségviselők lemondását:

1. **Dr. Kondi Miklós** - Az Igazgatóság Elnöke
2. **Bencsik Attila** – Az Igazgatóság Tagja
3. **Dr. Klics Orsolya** – Felügyelő Bizottság és Audit Bizottság tagja
4. **Herczeg Tamás** – Felügyelő Bizottság és Audit Bizottság tagja
5. **Gebesh Richard** – Felügyelő Bizottság és Audit Bizottság tagja

A 2011. november 7-ei rendkívüli közgyűlésen a közgyűlés megválasztotta az alábbi vezető tisztségviselőket:

1. **Lemák Gábort**, az Igazgatóság tagjának
2. **dr. Molnár Lászlót**, a Felügyelő Bizottság és Audit Bizottság tagjának
3. **dr. Magyar Gábort**, a Felügyelő Bizottság és Audit Bizottság tagjának
4. **Kopka Miklóst**, a Felügyelő Bizottság és Audit Bizottság tagjának

Vezető tisztségviselők

A Társaság Igazgatóságának tagjai

- 1.) **Lázár Lajos Csaba** – Jogviszony kezdete: 2010. augusztus 13.
- 2.) **Poczkodi Gábor** – Jogviszony kezdete: 2010. augusztus 13.
- 3.) **Lemák Gábor** – Jogviszony kezdete: 2011. november 7.

A Társaság Felügyelő Bizottságának tagjai

- 1.) **dr. Molnár László** – Jogviszony kezdete: 2011. november 7.
- 2.) **dr. Magyar Gábor** – Jogviszony kezdete: 2011. november 7.
- 3.) **Kopka Miklós** – Jogviszony kezdete: 2011. november 7.

A Társaság Audit Bizottságának tagjai

- 1.) **dr. Molnár László** – Jogviszony kezdete: 2011. november 7.
- 2.) **dr. Magyar Gábor** – Jogviszony kezdete: 2011. november 7.
- 3.) **Kopka Miklós** – Jogviszony kezdete: 2011. november 7.

7. Várakozások 2012-re

	Stratégiai cél	Tevékenység	Indikátor
1. lépés	Kritikus hibrid TV felhasználói tömeg elérése Magyarországon az interaktív reklámozás megalapozása érdekében	„Enabler device” gyártókkal keretmegállapodás kötése hibrid TV szoftver és/vagy TV-s widget szállítására. Elsődleges stratégiai partneri kör: Smart TV gyártók. A Vezetőségi Jelentés elkészítéséig eddig a Samsunggal, a Sony-val és az LG-vel sikerült megállapodni. Az év végéig további okosTV gyártókkal kívánunk megállapodni.	Az okostévéken keresztül 2012 végéig legalább 200 ezer háztartás, mintegy 600 ezer felhasználó elérése. A jelenlegi megállapodások alapján ez a szám már teljesül, így minden további TV gyártóval történő megállapodás tovább növeli a háztartás-elérésünket.
		Androidos hibrid TV Box bevezetése a magyar piacra. Részben önálló szolgáltatás indítása, részben a kábeltévé és telekommunikációs társaságok számára az új androidos box értékesítése.	A piac és a felhasználói közönség edukálása érdekében a jelenlegi Hybridbox 2.0-nál lényegesen olcsóbb és könnyebben menedzselhető szoftveres és hardveres megoldás értékesítése. A cél év végéig az új androidos box piaci bevezetése és 1-2 ezer doboz értékesítése.
		A hibrid televíziózásban, vagy a video streaming szolgáltatás elindításában gondolkodó telekommunikációs cégek számára hibrid TV-s megoldások szállítása.	Az év végéig legalább 2 telekommunikációs társaság számára TV-s alkalmazás szállítása.
		Böngésző alapú hibrid TV megoldás bevezetése.	A cél, a hazai internetes társadalom teljeskörű elérése és megismertetése a böngésző alapú hibrid tévézéssel. Ennek eredményeként 2012 végére ezen megoldáson keresztül kb. 5 millió magyar internet felhasználót érhetünk el.
2. lépés	Új, innovatív, interaktív reklámozási modellek, és üzleti / elszámolási módszertanok bevezetése.	A hirdető és a média ügynökségekkel a megoldások megismertetése, illetve az interaktív reklámok bevezetése.	Az év végéig legalább 10-15 „nagyhirdetőnek” az interaktív reklámozás értékesítése.
3. lépés	Belépés új szolgáltatási területekre és piacokra.	Affiliate program indítása az e-commerce és bónusz oldalakkal közösen.	Az év végéig legalább 10 e-commerce és bónusz oldal bevonása a hibrid TV-s platformba.
		Gambling elindítása a hibrid TV-s felületen.	Az év végéig legalább 1 sportfogadást bonyolító társasággal megállapodás kötése.
		Nemzetközi terjeszkedés és nyitás telekommunikációs cégek, valamint jogtulajdonosok irányába, illetve stratégiai partnerségeken keresztül az új szoftver és hardver termék értékesítése.	Az év végéig legalább 2 új országban a Hybridbox Nyrt. hibrid TV-s megoldásának bevezetése.

A fenti célok elérése érdekében a Hybridbox Nyrt. 2012-ben új tőkét kíván bevonni. A tőkebevonást a társaság az alaptőke felemelésével és új részvények forgalomba hozatalával kívánja biztosítani. Ennek érdekében az Igazgatóság a 2012. április 10. napján megtartásra kerülő közgyűlésen a közgyűlés felhatalmazását kéri zártkörű tőkeemelés végrehajtására.

8. A társaság 2011. évi közzétételei, rendkívüli tájékoztatásai

A Társaság Tpt. előírásai alapján publikált közzétételei, rendkívüli tájékoztatásai és bejelentései 2011-ben:

Dátum	Tárgy, rövid tartalom
2011.01.02.	Szavazati jogok számáról
2011.01.10.	A Hybridbox továbbfejlesztett változatának tesztelésének a befejező fázisáról
2011.01.18.	Vagyonkezelői megállapodás módosításáról
2011.01.19.	A részvény állományról
2011.01.31.	A szlovák leányvállalat alapításának előkészítéséről
2011.02.02.	A szavazati jogok számáról
2011.02.08.	A Gravity R&D Kft.-vel való megállapodásról
2011.02.17.	A szlovák Hybridbox SK S.r.o. megalapításáról
2011.02.28.	Az Egyesült Államokban működő P.I.J. Inc. DreamWorld Digital társasággal való megállapodásról
2011.03.02.	A Best Hollywood Kft.-vel között megállapodásról
2011.03.07.	Az SPI International BV érdekeltségi körébe tartozó Voweb Hungary Kft.-vel kötött megállapodásról
2011.03.19.	A Közgyűlés összehívásáról
2011.03.30.	Igazgatósági tag lemondásáról
2011.04.04.	A szavazati jogok számáról
2011.04.17.	Közgyűlési előterjesztések
2011.04.18.	Együtműködés a Jersey Telecommal
2011.05.01.	Közgyűlési határozatok
2011.05.02.	Tulajdonosi bejelentés
2011.05.03.	Éves Jelentés
2011.05.08.	Együtműködési szándéknyilatkozat a VoWeb International (UK) társasággal az izraeli piaci bevezetésről
2011.05.10.	Együtműködési szerződés az I-QRS Kft.-vel vezeték nélküli egészségügyi szenzoroknak a hybrid televíziós megoldásba való integrálásról és a közös nemzetközi piaci fellépésről
2011.05.10.	Tulajdonosi bejelentés – Elamedim Limited tulajdon szerzése a Hybridbox Nyrt.-ben
2011.05.17.	Időközi vezetőségi beszámoló
2011.05.17.	Tulajdonosi bejelentés – Vezető állású személy részvénytranzakciója
2011.06.07.	Végleges filmforgalmazási együttműködési megállapodás a Best Hollywood Kft.-vel
2011.06.22.	Együtműködési megállapodás a Sanoma Media Budapest Zrt.-vel a Sanoma által forgalmazott és gyártott videó tartalmak felhasználásáról
2011.06.30.	Tájékoztatás a Jersey Telecom megrendeléséről
2011.07.30.	Tájékoztatás a szavazati jogok számáról; május
2011.07.30.	Tájékoztatás a szavazati jogok számáról; június
2011.07.31.	Tájékoztatás a szavazati jogok számáról; július

2011.08.28.	Együttműködési szerződés kötése az Origo Zrt.-vel
2011.08.29.	Féléves jelentés közzététele
2011.08.31.	Tájékoztatás a szavazati jogok számáról; augusztus
2011.10.01.	Szavazati jogok száma 2011.09.30-án
2011.10.03.	Igazgatósági döntés leánycégek eladásáról
2011.10.05.	Rendkívüli közgyűlés meghívója
2011.10.05.	A rendkívüli közgyűlés előterjesztései
2011.11.04.	A Hybridbox Nyrt. megvált leánycégeitől
2011.11.04.	Szavazati jogok száma 2011.10.31-én
2011.11.08.	A 2011.11.07-ei rendkívüli közgyűlés határozatai és jegyzőkönyve
2011.11.15.	Vezető tisztségviselők megválasztása
2011.11.16.	Vezető állású személyek változása.
2011.11.18.	Részvényügylet
2011.11.18.	A Hybridbox Nyrt. időszaki vezetőségi beszámolója (2011/Q3)
2011.11.22.	Hybridbox 2.0 verzió értékesítés megkezdése
2011.11.29.	Együttműködési szándéknyilatkozat kötése a Cellum Global Zrt.-vel
2011.12.02.	Szavazati jogok száma 2011.11.30-án
2011.12.08.	Együttműködési szándéknyilatkozat kötése az Infopatika Kft.-vel
2011.12.12.	Együttműködési szándéknyilatkozat kötése a Bónusz Brigáddal
2011.12.12.	Szavazati jog változása.
2011.12.13.	Tájékoztatás vezető állású személy tranzakciójáról
2011.12.20.	Samsung – Hybridbox együttműködési keretmegállapodás

9. Ellenőrzött gazdasági társaság bemutatása

HomeSys Media Szolgáltató Kft.

A HomeSys Media Szolgáltató Kft. a Hybridbox Médiainformatikai Nyrt. 100%-os tulajdonú leánycége.

A HomeSys Media Kft. 2009 augusztusában alakult, 500 eFt alaptőkével.

A HomeSys Media Kft. meghatározó tulajdonosai több mint 5 éve a HybridBox és HomeSys fejlesztésével foglalkoznak. Egy platformot (HW + SW + Tartalom menedzsment) fejlesztettek, melynek lényege a hagyományos broadcasting lineáris televízió (FTA: free to air/DVB-T vagy egyéb más televízió jel) és a stream Internetes tartalmak (nem lineáris), összemosása a lokális médiafogyasztással.

A HomeSys személyre szabott televízió/médiaeszköz célja, hogy kiegyensúlyozza és újjáélessze a műsoripart. Egy igazi alternatívát kínál a felhasználóknak, hiszen képes összemosni a többségében ingyenes, digitális DVB-T rendszerben sugárzott TV jelet, az Interneten található, és a lokális számítógépen a felhasználó által tárolt különböző egyéb média (zene, kép, videó) forrásokkal. Ez teljesen új lehetőségeket nyit meg a műsorszolgáltatók számára most és nem évek múlva. A műsorszolgáltatók, jogtulajdonosok ezáltal közvetlenül szerezhetnek új nézőket, gyárthatnak kifejezetten ide készülő interaktív új műsorokat, célzott és személyre szabott reklámokat juttathatnak el számukra, és mindenre kiterjedő felhasználói szokásokat tudnak elemezni a HomeSys tartalom/reklám menedzsment rendszer használatával.

Az elmúlt évek tapasztalatai alapján, nyilvánvalóvá vált, hogy az Internet, a TV, a lokális médiafogyasztás konvergál, és ez egy eszközben/platformban fog kicsúcsosodni. A mi megoldásunk előnye, hogy a számtalan, egyébként ingyenesen elérhető internetes videókat/tartalmakat, és a hagyományos televíziót, valamint a lokális médiafogyasztást egyetlen eszközben sűríti, miközben normál számítógép funkció is megmaradnak. A felhasználó észre sem veszi (számára nem is releváns), hogy éppen milyen tartalmakat lát. Neki kizárólag a felhasználó élmény érzékelhető (egyszerű használat, nagy felbontás, intelligens – a szokásai alapján kiválasztott - műsorajánlók, érdekes - pontosan neki szánt - reklámok, szép gyors felület stb.). A tartalomszolgáltatók viszont elérhetik azt a számukra nagy jelentőséggel bíró réteget, akik már nem néznek TV-t, hiszen csak az Internetet használják médiafogyasztásra. Így mindkét piaci szereplő megkaphatja a vágyait, miközben minden oldalról adott az elégedettség.

A Homesys Kft. alaptőkéje 2010.08.01-én 500.000 eFt volt, mely 500 eFt pénzbeli betétből és 499.500 eFt nem pénzbeli betétből (apportból) állt.

A HomeSys Média Szolgáltató Kft a Csoport egyetlen leányvállalata.

Működési köre a Hybridbox informatikai eszköz gyártása, továbbfejlesztése és értékesítése.

A HomeSys Média Szolgáltató Kft. 2011. évi üzleti eredményének főbb adatai:

Értékesítés nettó árbevétele:	27 133 ezer Ft
Befektetett Eszközök:	504 182 ezer Ft
Forgó Eszközök:	61 315 ezer Ft
Eszközök Összesen:	565 510 ezer Ft
Saját Tőke:	515 616 Ft
Mérleg szerinti eredmény:	198 ezer Ft
Források:	565 510 ezer Ft

10. Nyilatkozat

A Hybridbox Médiainformatikai Nyrt. Igazgatósága ezen jelentését a Társaság 2011. évi magyar és IFRS számviteli szabályok szerint készített auditált éves beszámolója alapján állította össze.

A Vezetőségi Jelentés valós és megbízható képet ad a Társaság eszközeiről, kötelezettségeiről, pénzügyi helyzetéről és 2011. évi eredményéről, továbbá a Társaság fejlődéséről és teljesítményéről, ismertetve a bizonytalansági tényezőket.

A közgyűlés által történő jóváhagyást követően jelen jelentést a Társaság Igazgatósága, mint a Hybridbox Médiainformatikai Nyrt. 2011. üzleti évről szóló éves jelentését a hirdetményi helyein közzéteszi.

Hybridbox Nyrt. Igazgatósága