



# **A HYBRIDBOX NYRT. ÉVES VEZETŐSÉGI JELENTÉSE A 2011. ÉVI ÜZLETI TEVÉKENYSÉGÉRŐL**

**ELFOGADVA A HYBRIDBOX NYRT. 2012. ÁPRILIS 13-I ÉVES KÖZGYŰLÉSÉN!**

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 hirdetők 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. újrapozicionálja 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 Shoptline-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 %

<b>Összesen</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00%</b>
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 tévénéző, hanem internetes videók és alkalmazások (pl.: játékok, tőzsdei információk, rss feed-ek stb.) milliőiből 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 tévénézés 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 iparágnak 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 kínálatú 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 satellitese). 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 összemossa) 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 dobozt 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
<b>Elektronikus hírközlési szolgáltatók (műsorterjesztők, internet szolgáltatók)</b>	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 kábelesek kínálatával szemben? Edukálják a piacot TV kampányokon keresztül és beszálltak az „árversenybe”. Miképpen tudnák megkülönböztetni magukat?
<b>Kereskedelmi tévék, műsorszolgáltatók</b>	RTL Klub, TV2, Viasat3 stb.	Két különböző felület (TV és web), amelyek jelenleg versenyeznek egymással a felhasználók figyelméért (Kié a prime time?). Hogyan tudnák az egyre növekvő heavy user internetezőket a TV előtt lekötöni?
<b>TV készülék gyártók</b>	Samsung, Sony, LG, Panasonic	Globális tartalomszolgáltatással lokálisan nehezen fogják meggyőzni a lakosságot okos tévé beruházásra. Edukálják a piacot TV kampányokon keresztül.
<b>Set Top Box gyártók</b>	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:

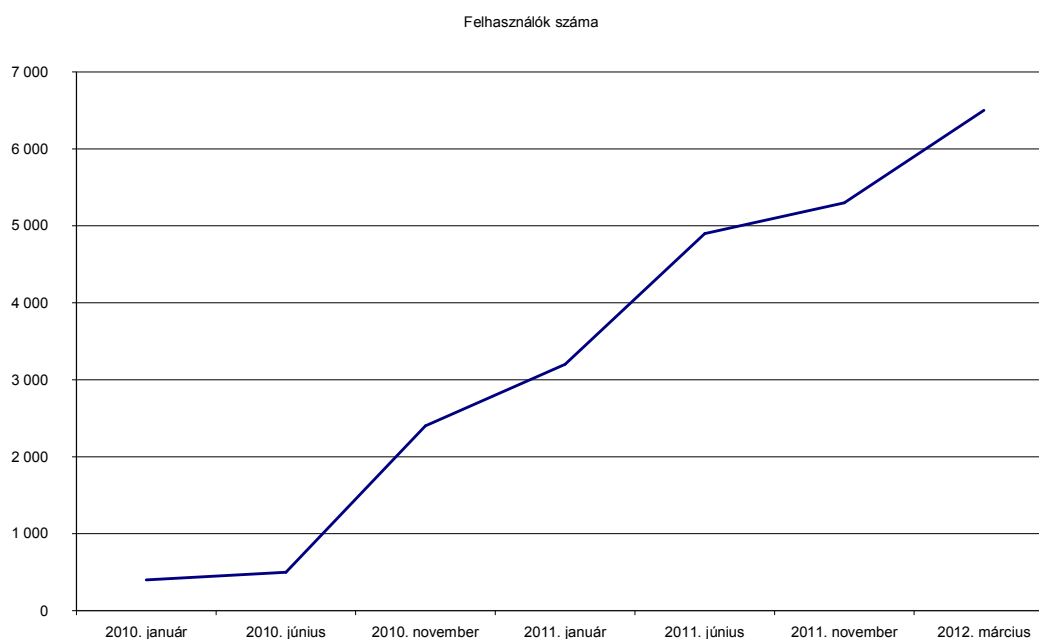
1. A hibridtévés ökoszisztéma egy új keresleti piacot teremt, amely gyökereiben változtathatja meg a jelenlegi „paytv” modellt.
2. A TV már nemcsak tartalomszolgáltatói felület lesz, hanem egy új „hub” (csomópont), amelyen interaktív reklámok, játékok, tévés alkalmazások (app-ok) és online boltok jelennek 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

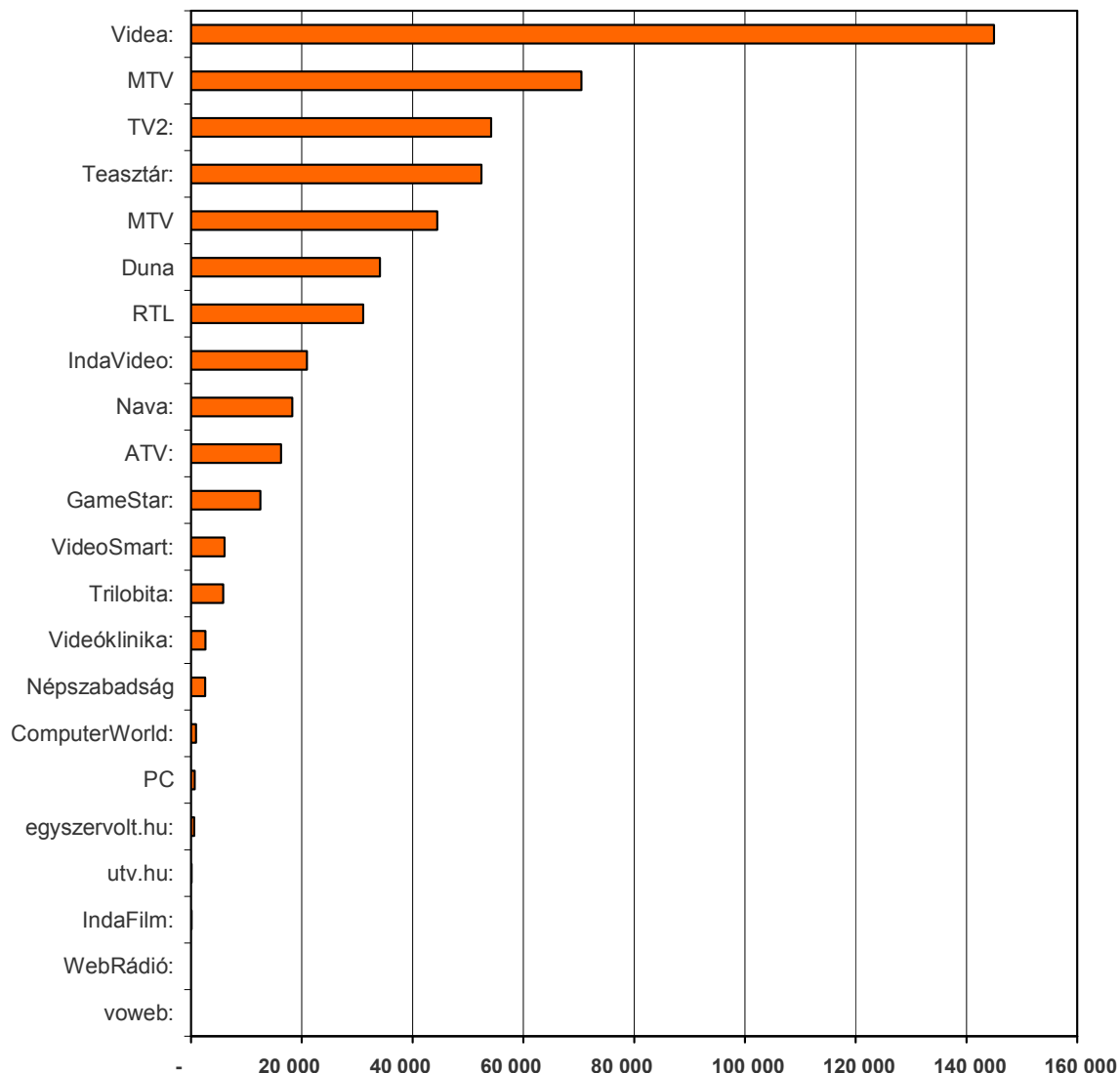
### A HomeSys hibrid TV platform főbb jellemzői:

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><b>Megállapodás a Gravity R&amp;D Kft.-vel</b></p> <p>A Hybridbox Nyrt. 100%-os tulajdonú leánycége a HomeSys Media Kft. együttműködési megállapodást kötött a Gravity R&amp;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><b>A szlovák Hybridbox SK S.r.o. leányvállalat megalapítása</b></p> <p>A Hybridbox Nyrt. bejegyezte a 100%-os tulajdonában álló Hybridbox SK S.r.o leánycégét Szlovákiában.</p>
2011.02.28.	<p><b>Megállapodás az Egyesült Államokban működő P.I.J. Inc. DreamWorld Digital társasággal</b></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><b>Megállapodás a Best Hollywood Kft.-vel</b></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><b>Megállapodás az SPI International BV érdekeltségi körébe tartozó Voweb Hungary Kft.-vel</b></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><b>Együttműködés a Jersey Telecommal</b></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><b>Együttműködés a VoWeb International (UK) társasággal az izraeli piaci bevezetésről</b></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><b>Együttműködés az I-QRS Kft.-vel</b></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><b>Végleges filmforgalmazási együttműködési megállapodás a Best Hollywood Kft.-vel</b></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><b>Együttműködési megállapodás a Sanoma Media Budapest Zrt.-vel</b></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><b>A Jersey Telecom megrendeli az első Hybridbox kontingenst</b></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><b>Együttműködési szerződés az Origo Zrt.-vel</b></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><b>HybridBox SK S.r.o szlovák leányvállalat és a Pherix Enterprises Inc. Vagyonkezelő leányvállalatok eladása</b></p>
2011.11.08.	<p><b>Hybridbox Nyrt. rendkívüli közgyűlés</b></p> <p>A rendkívüli közgyűlés napirendi pontjai:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Személyi és a társaság vezetőségét érintő kérdések.</li> <li>2. Székhely áthelyezése.</li> <li>3. Nyrt. saját részvények szerzése.</li> </ol>
2011.11.22.	<p><b>Hybridbox 2.0-ás set-top-box-ok értékesítésének megkezdése; a Jersey Telecom számára az első kontingens leszállítása</b></p> <p>A továbbfejlesztett Hybridbox-ok megfelelnek a kábeltévé és telekommunikációs szolgáltató társaságok műszaki elvárásainak, amelyek beépített kártyaolvasóval is rendelkeznek. Az új Hybridbox-ok első vásárlója a Jersey Telecom (<i>No. 1 The Forum, Grenville Street, St Helier, Jersey, JE4 8PB</i>).</p>
2011.11.29.	<p><b>Együttműködési szándéknyilatkozat kötése a Cellum Global Zrt.-vel (8600 Siófok, Újpiac tér 8.)</b></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><b>Együttműködési szándéknyilatkozat kötése az Alcor márkanévű DVB-T tunereket forgalmazó Infopatika Kft.-vel (1145 Budapest, Szugló utca 9-15.)</b></p> <p>A Hybridbox Nyrt. és az Infopatika Kft. kifejezték szándékukat, hogy</p>

	<p>együttműködni kívánnak az alábbi területeken:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>2. A hibrid televíziózásra alkalmas, Android operációs rendszert futtató, Alcor márkanévvvel fémjelzett eszközökre külön hibrid tévé platform fejlesztésén és közös értékesítésén.</li> </ol>
2011.12.12.	<p><b>Együttműködési szándéknyilatkozat kötése a Bónusz Brigád szolgáltatást nyújtó Skoopy Kft.-vel (1075 Budapest, Madách tér 3.)</b></p> <p>A Hybridbox Nyrt. és a Skoopy Kft. kifejezték szándékukat, hogy együttműködni kívánnak az alábbi területeken:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>2. Közös, interaktív, személyre szabott hirdetési pilot kidolgozása a Bónusz Brigád kiemelt ajánlataira a hibrid TV nézők számára.</li> </ol>
2011.12.20.	<p><b>Együttműködési keretmegállapodás kötése a Samsung Eletronics Magyarország Zrt.-vel (5126 Jászfényszaru, Samsung tér 1.)</b></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

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

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

	<b>2011</b>	<b>2010</b>
	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	-
<b>Egyéb bevételek és ráfordítások, nettó</b>	<b>(1.333)</b>	<b>(319)</b>

## Immateriális eszközök

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

## 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
<b>Összesen</b>	<b>36.918</b>	<b>10.213</b>

### 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
<b>Összesen</b>	<b>29.262</b>	<b>15.762</b>

### 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
<b>2010.08.03</b>	<b>200.000</b>	<b>10.000</b>	<b>0</b>	Zrt alapítás
2010.08.09			15.000	Homesys Kft kötelezettség
apportálás				
2010.08.06 emelés	10.000.000	500.000		Jegyzett tőke
<b>2010.12.31.</b>	<b>10.200.000</b>	<b>510.000</b>	<b>15.000</b>	
<b>2011.12.31.</b>	<b>10.200.000</b>	<b>510.000</b>	<b>15.000</b>	

### 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
<b>Összesen</b>		<b>5.425</b>	<b>3.065</b>

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 <b>LG Electronics</b> 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 <b>Sony Network Entertainment Europe Limited</b> ( <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	<b>Kritikus hibrid TV felhasználói tömeg elérése Magyarországon az interaktív reklámozás megalapozása érdekében</b>	„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	<b>Új, innovatív, interaktív reklámozási modellek, és üzleti / elszámolási módszertanok bevezetése.</b>	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	<b>Belépés új szolgáltatási területekre és piacokra.</b>	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 Médiainformaticai 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