



GoingPublic Media AG – IV. Investment Forum FFM

Frankfurt, 10. September 2009

Markus Rieger, Vorstand

GoingPublicMedia

AKTIENGESELLSCHAFT

- 1. Geschäftsjahr 2008/2009 in Zahlen**
- 2. Marktumfeld & Erwartungen 2009/2010**
- 3. Ziele, Aktie und Ausblick**



1. Das Jahr 2008 in Zahlen

- Kennzahlen GoingPublic Media AG
- Umsatzverteilung nach Bereichen
- Umsatzverteilung im Zeitablauf
- Zahlen Smart Investor Media GmbH/
"Die Stiftung" Media GmbH
- Umsatz- und Ergebnisentwicklung 1998-2009e
- Entwicklung des Eigenkapitals u.a.

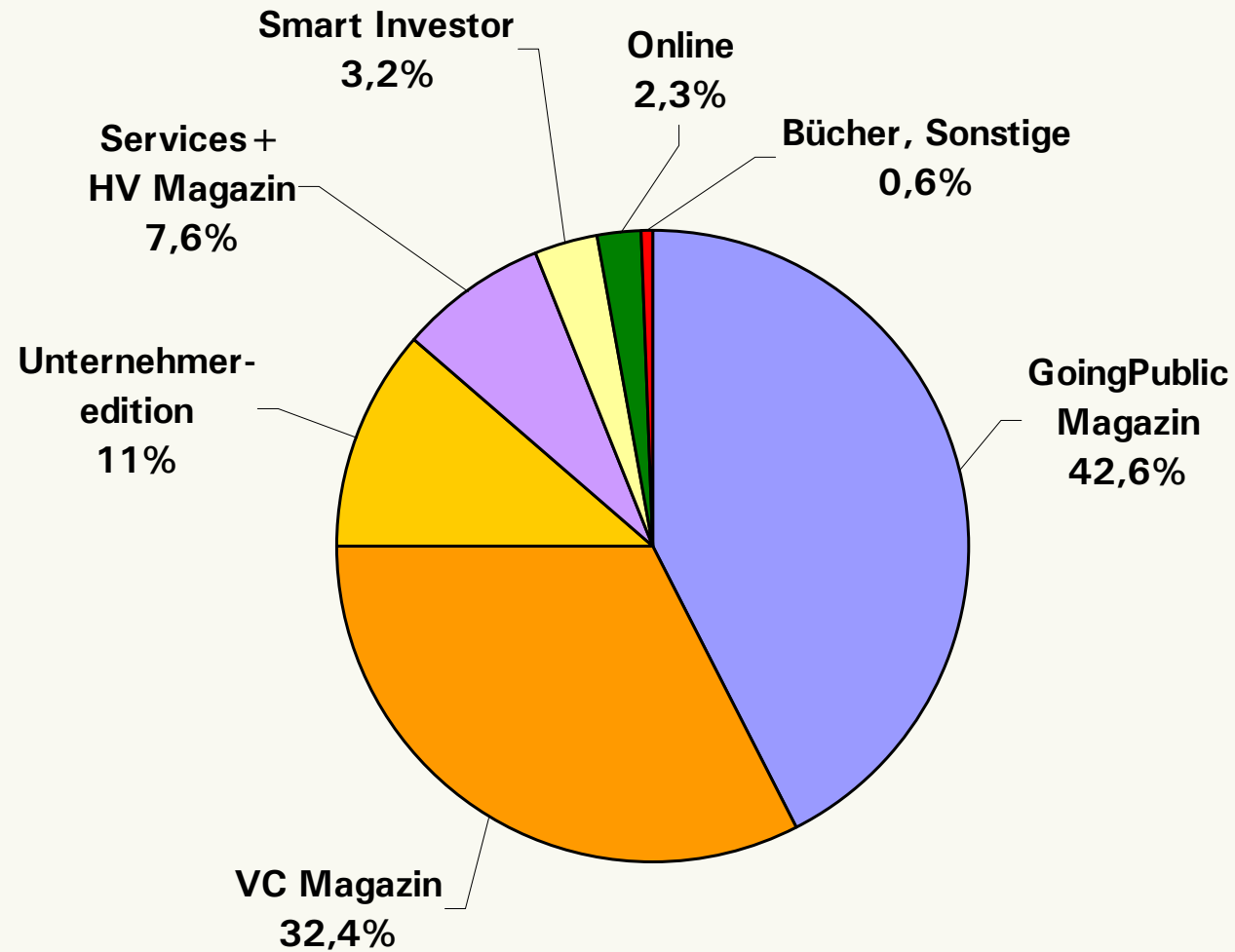
GoingPublic Media AG

- Umsatz: 2,47 Mio. Euro (Vj. 2,35; + 4,7 %)
- Ergebnis: 324 TEUR (Vj. 403 TEUR)
- Bilanzsumme: 1.635 TEUR (Vj. 1.362 TEUR)
- Eigenkapital: 1.350 TEUR (Vj. 1.026 TEUR)
- Eigenkapitalquote: 82,6 % (Vj. 75,3 %)
- Flüssige Mittel: 773 TEUR (Vj. 790 TEUR)

Umsatzverteilung

- GoingPublic Magazin 947 TEUR (- 9,7 %)
- VentureCapital Magazin 850 TEUR (+ 12,3 %)
- Unternehmeredition 286 TEUR (+ 7,5 %)
- Services 124 TEUR (+ 20,4%)
- Smart Investor/STIFTUNG 119 (Vj. 74)
- HV Magazin 115 TEUR (Vj. 75)
- Bücher/Sonstige 24 TEUR (Vj. 30)

Umsatz nach Bereichen



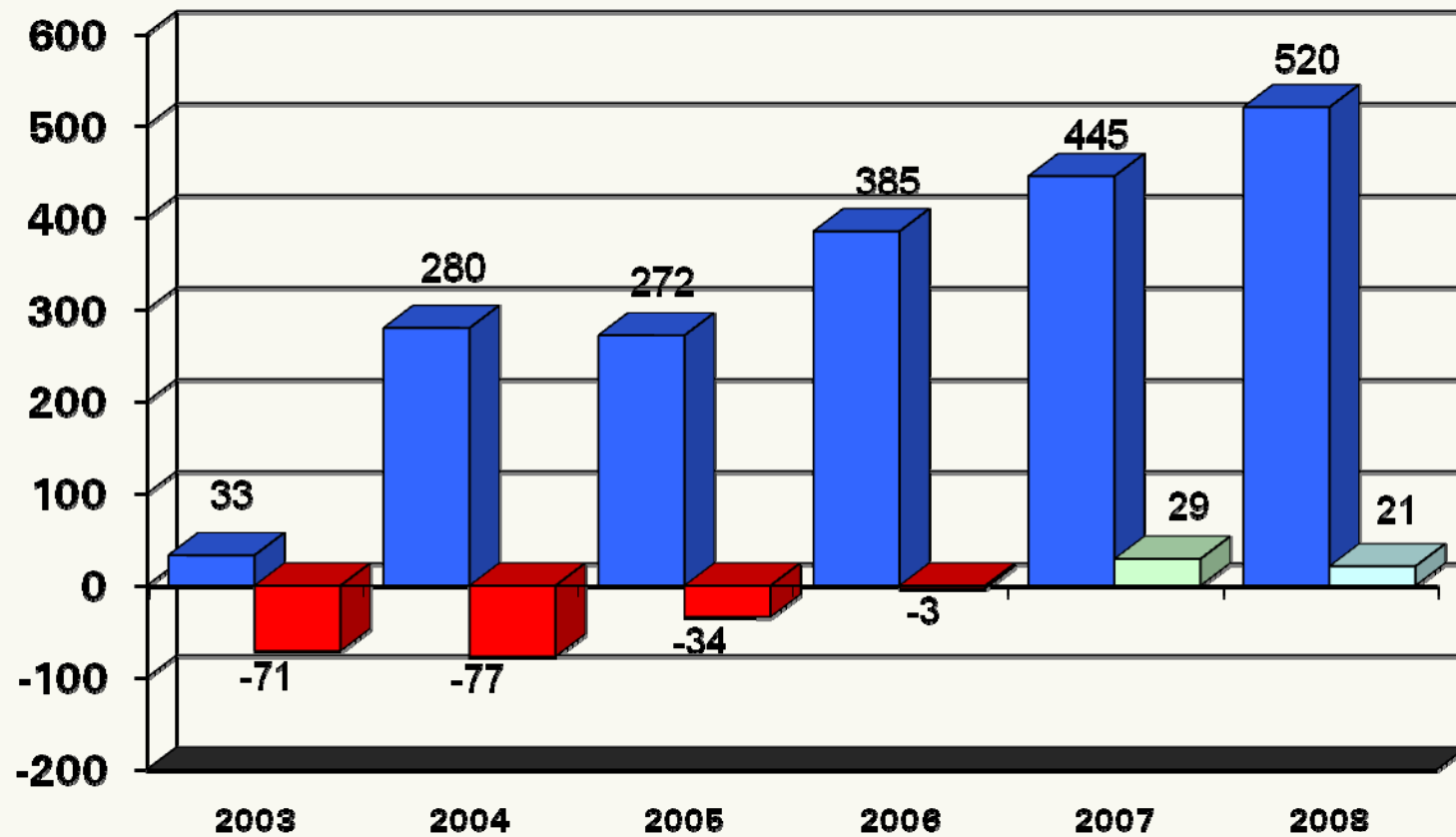
Smart Investor Media GmbH

- Umsatz: 520 TEUR (Vj. 449 TEUR)
- Ergebnis: 21,4 TEUR (Vj. 29,1 TEUR)
- Bilanzsumme: 228 TEUR (Vj. 181 TEUR)
- Eigenkapital: 75,3 TEUR (Vj. 53,9 TEUR)
- Eigenkapitalquote: 33,0 % (Vj. 30,0 %)
- Flüssige Mittel (31.12.): 169,6 TEUR (Vj. 136,2)

Smart Inv. Media 2003-2008

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

in TEUR



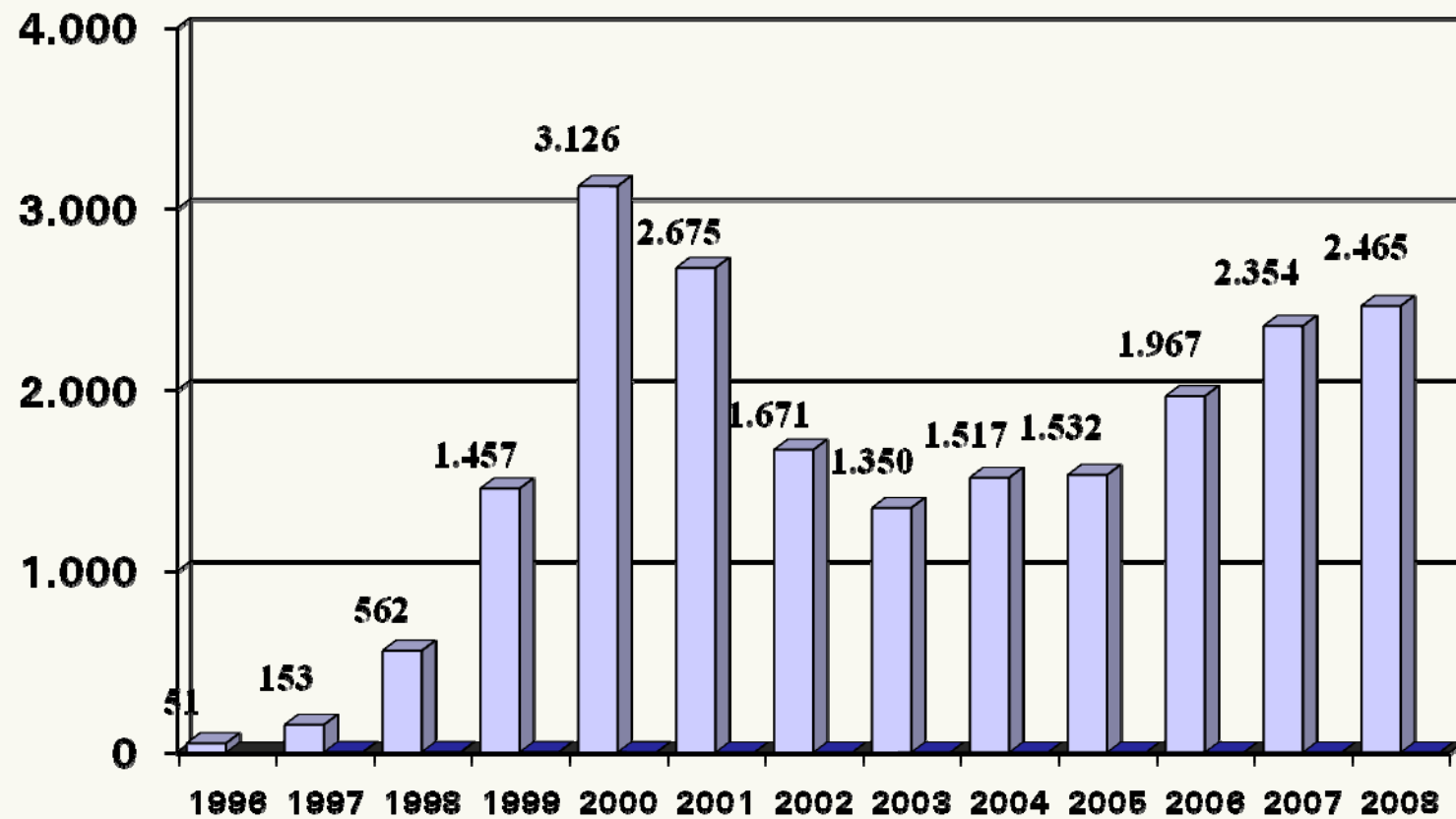
„Die Stiftung“ Media GmbH (1.5. – 31.12.2008)

- Umsatz: 159 TEUR
- Ergebnis: - 61,5 TEUR
- Bilanzsumme: 166,8 TEUR
- Eigenkapital: 83,5 TEUR
- Eigenkapitalquote: 50,0 %
- Flüssige Mittel (31.12.): 35,7 TEUR

Umsatzentwicklung 1996-2008

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

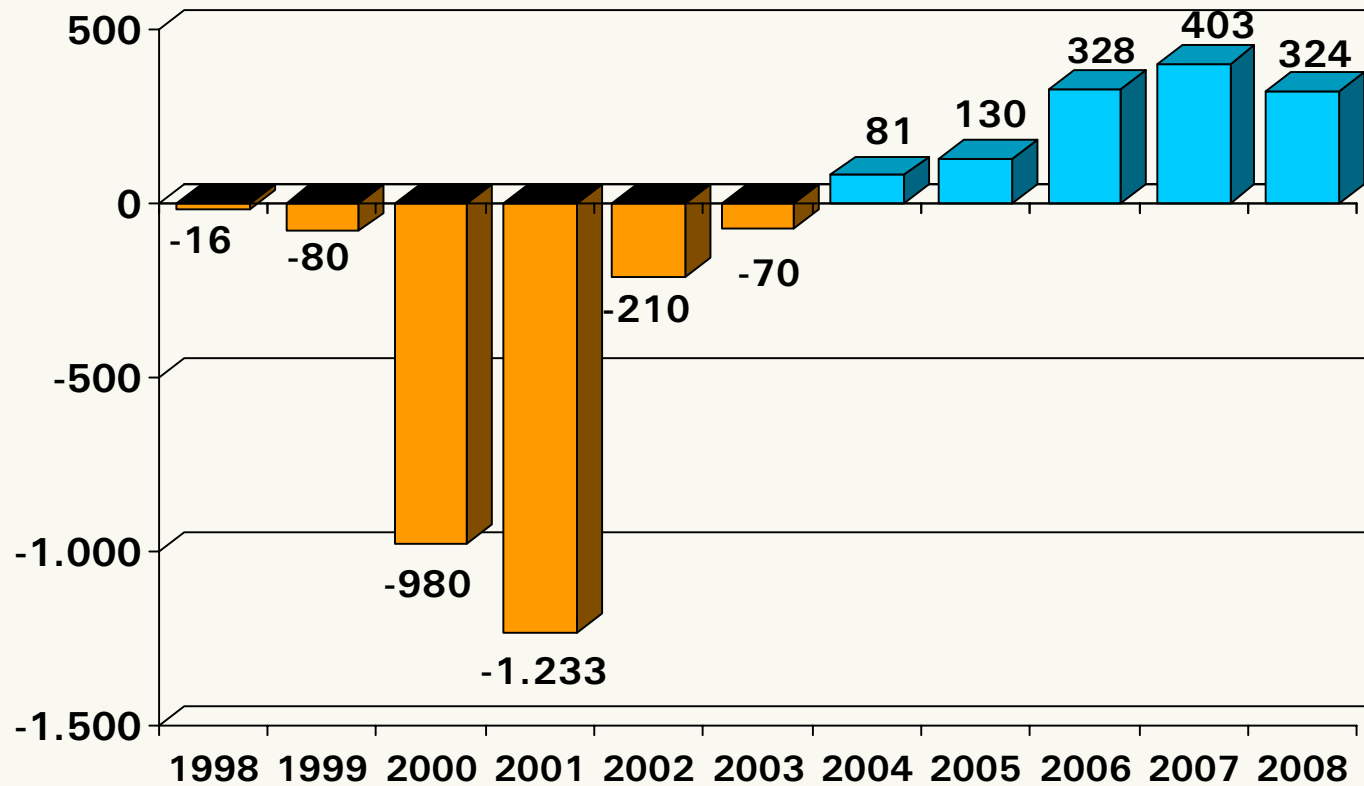
in TEUR



Ergebnisentwicklung 1998-2008*

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

in TEUR

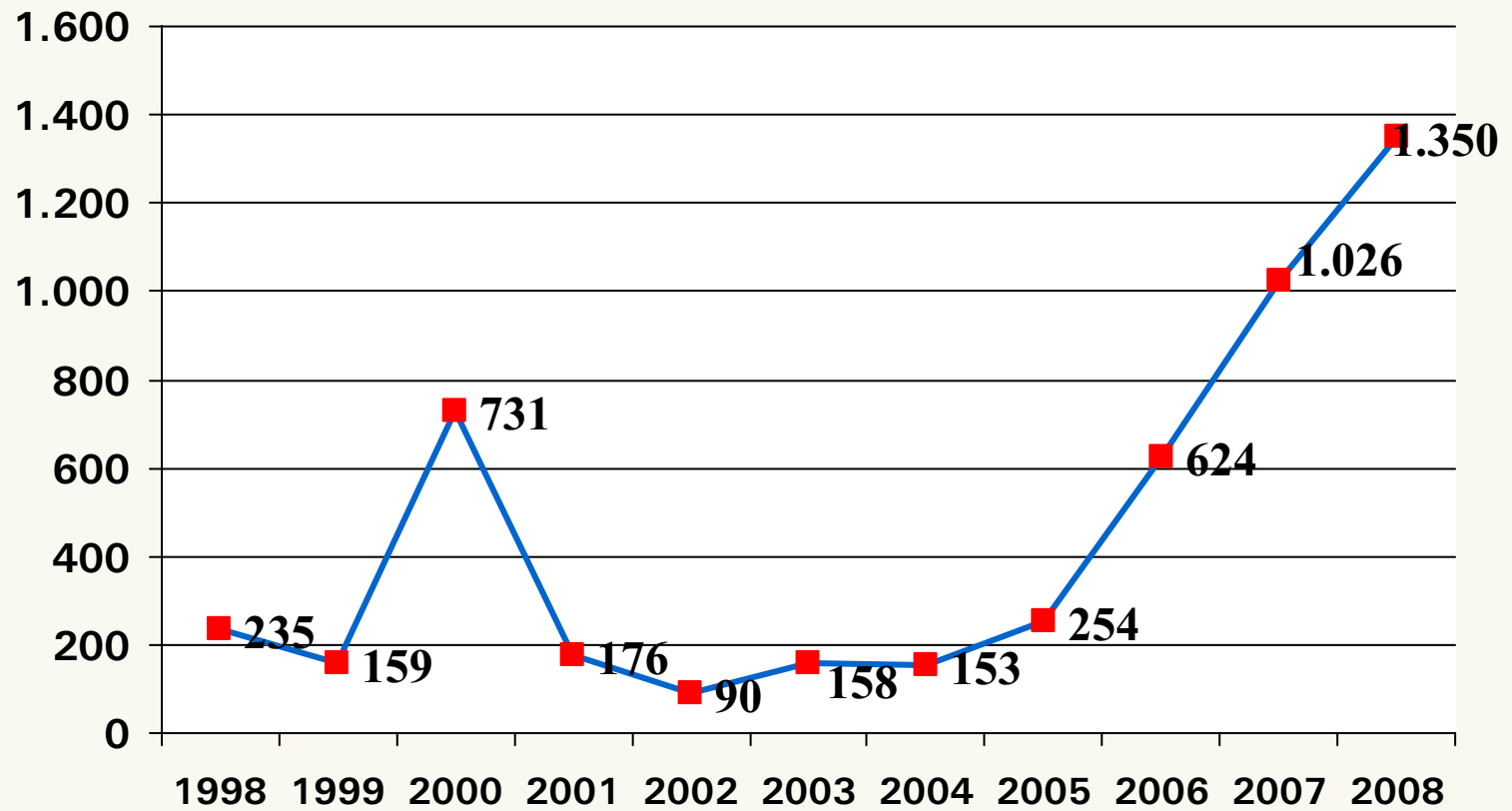


* Ex Listingkosten 2006 sowie a.o. Effekte 2004

Eigenkapital 1998-2008

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

in TEUR



GoingPublic Media AG – Zahlen zum 30.6.09

- Umsatz: 1,03 Mio. Euro (Vj. 1,08 Mio., – 5,0 %)
- Ergebnis: 0,6 TEUR (Vj. 106 TEUR)
- Flüssige Mittel: 555 TEUR (Vj. 670 TEUR)
- Smart Investor Media: Umsatz – 9,3 %, Ergebnis leicht negativ
- „Die Stiftung“ Media: Ergebnis – 84 TEUR
- Ausblick 2009: Ergebnisprognose > 100 TEUR für QIII/09 sowie Gesamtjahr veröffentlicht

Marken-Portfolio 2009

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

GoingPublic
— Magazin

VentureCapital
— Magazin

Smart Investor
Das Magazin für den kritischen Anleger

HVMAGAZIN
Themen & Trends
rund um die Hauptversammlung

Unternehmer
— Edition

DIE
STIFTUNG
Magazin für das Stiftungswesen und Private Wealth

GoingPublic
— Online

GoingPublic
— Services

 InvestorRelations.de
das fachportal für finanzkommunikation

Kooperation seit Januar 2009

- Exklusive Werbevermarktung der Zeitschriften

- „Finanzbetrieb“



- „KoR“



- „M&A Review“



- „Bewertungspraktiker“



- Vergütung fix + variabel

- Strategische Bedeutung

2. Marktumfeld & Erwartungen 2009

- Kapitalmarkt
- Private Equity/M&A
- Mittelstand
- Werbemarkt (für GoingPublic Media)
- Ergebnisrelevante Faktoren 2009

Kapitalmarkt

- IPO-Geschäft komplett zum Erliegen gekommen
- Schieflagen im Wertpapierhandel, Investorenstreik
- Wertpapierhandelsbanken kämpfen ums Überleben
- Geschäfts-/Investmentbanken auf dem Rückzug
- Verdrängungswettbewerb unter den Dienstleistern
- Schrumpfende Investor Relations-Budgets
- Kaum Lichtblicke

Private Equity/M&A

- LBO-Markt ab Mid Cap-Level nicht mehr existent
- So gut wie keine Fundraising-Bemühungen
- Viele Portfolien „unter Wasser“
- Wachsender Bereich „Restrukturierung“
- Relativ intakter Bereich „Venture Capital“
- Relativ intakter Bereich „Small/Mid Cap Buy-out“
- Depressive Stimmung trotz Investment-Bedingungen

Mittelstand

- Von der allgemeinen Wirtschaftskrise so stark betroffen wie seit Jahrzehnten nicht
- Wachsende Offenheit für „alternative“ Formen der Unternehmensfinanzierung
- Wachsende Eigenkapitalkultur (!?)
- Steigendes Informationsbedürfnis im Bereich Finanzierung / Restrukturierung

Werbemarkt (in Bezug auf GoingPublic Media)

- Geschäftsbanken-Budgets stark geschrumpft
- Förderbanken noch sehr aktiv
- Interesse der beratenden Berufe relativ stabil
- Insgesamt weitgehende Stabilität
- Hohe Bedeutung der Erschließung neuer Zielgruppen
- Festigung der Stellung im Wettbewerb
- Nischenkonzepte bieten in jeder Marktphase Chancen

3. Ziele, Aktie & Ausblick

- Ziele im Überblick
- Ergebnisbezogene Aussagen 2009
- SWOT-Analyse DIE STIFTUNG
- GoingPublic Media – die Aktie
- Gründe für die Unterbewertung?
- Finanzkalender 2008
- 7 Gründe für die GoingPublic Media-Aktie

- Umsatzsteigerung durchschnittlich 10 % + x p.a.
- Ergebnisorientiertes Wachstum
- Nachhaltige Dividendenfähigkeit
- Konsolidierung im Stammgeschäft, Festigung der Marktstellung
- Perspektiven Smart Investor & DIE STIFTUNG
- Ausbau „Unternehmerpublikation“
- Screening Kooperationen, Geschäftsfelder, M&A

Ziele im Langfrist-Kontext

- Jede Krise bietet auch herausragende Chancen!
- 2009: Test für die Erneuerungs-, Wandlungs- und Zukunftsfähigkeit jeder Organisation/jedes Unternehmens – auch für GoingPublic Media!
- „Luxus“, keinem Existenzdruck ausgesetzt zu sein!
- Ziel: Festigung der Stellung im Wettbewerb
- Chance zur Eroberung neuer Märkte, zur Entwicklung neuer Ideen

Ergebnisbezogene Aussagen 2009

- Gestiegene Fixkostenbasis 2009
- Rückgang der Werbeerlöse durchschn. um 10-20 %
- Sondereffekte bei Corporate Publishing/Online

Zwischenfazit:

- Weiter Gewinnerwartung im „Kerngeschäft“
- Weiterer Finanzierungsbedarf DIE STIFTUNG
- Weitere Abschreibungsrisiken „Die Stiftung“ Media

Beispiele aus dem Publikationsspektrum 2009:

- Thema „Restrukturierung/Distressed M&A“ über alle Medien
- Weiße Biotechnologie
- Regenerative Energien / Cleantech
- Private Equity-Markt: Secondaries
- Regionen-Specials (Bsp. NRW, Biotech-Cluster Bayern, Norddeutschland etc.)

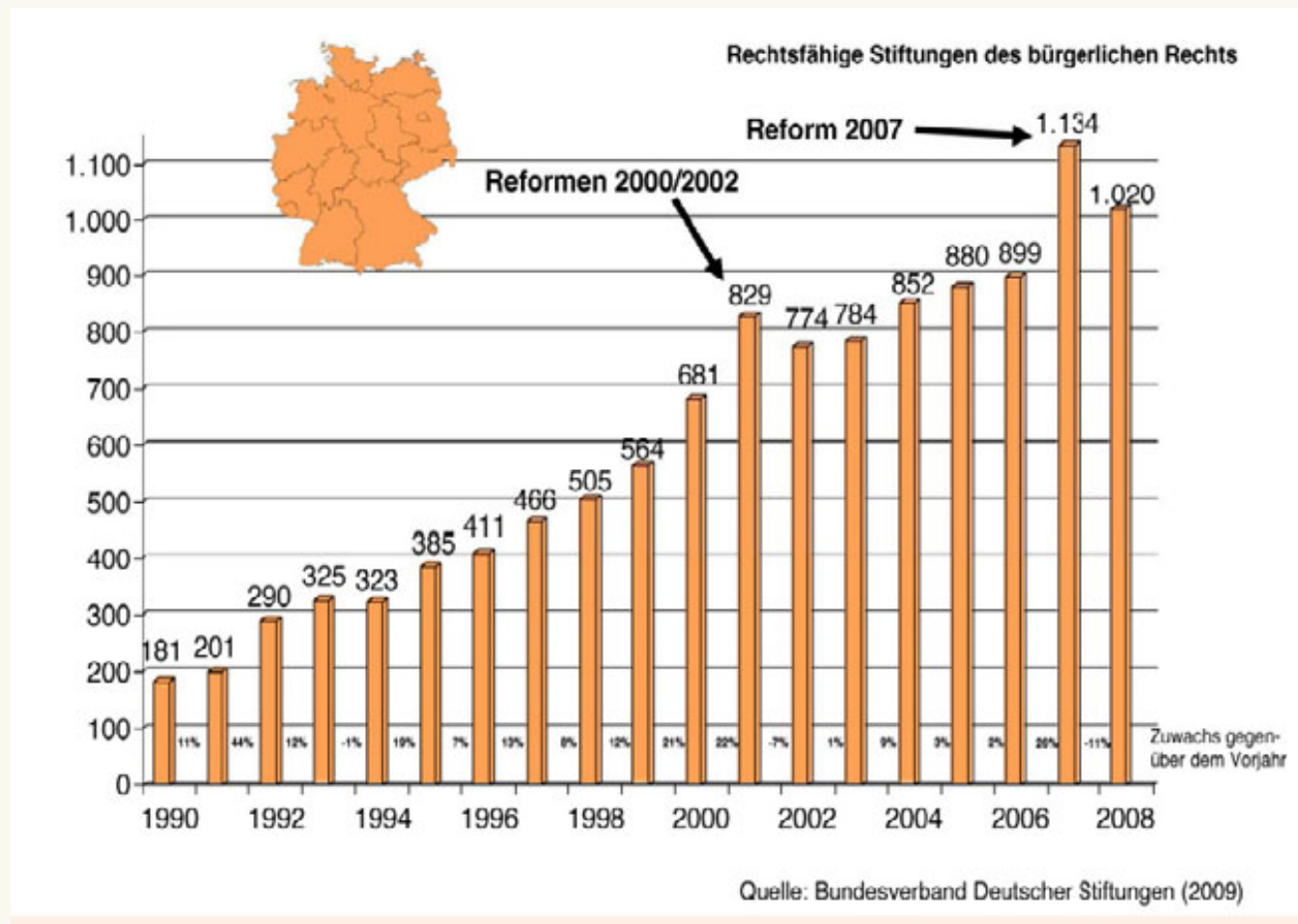
M&A-Nachwehen

- Verlust des 3-köpfigen Mitarbeiterstamms
- Falsche Einschätzung des Wettbewerbs und der Bedeutung der „Community“ im Stiftungswesen
- Erhalt von Kundenbeziehungen schwieriger als erwartet
- Unterschätzte Schwächen bei der inhaltlichen Aufstellung und des erforderlichen Know-Hows
- Unterschätzung des Zeitfaktors

Marktszenario kurz-, mittel-, langfristig

- Stiftungsboom bis Ende 2008 intakt
- Weiteres Wachstum im Non-Profit-Sektor wahrscheinlich
- Wettbewerb existent, aber überschaubar
- Großer Informationsbedarf vorhanden, u.a. im Bereich der Kapitalanlage
- Wachsende „Stiftungs-Community“

Stiftungerrichtungen 1990-2008 in Deutschland



Chancen

- Einziger Verlag als Magazin-Herausgeber
- Nachhaltigkeitstrend
- Mögliche Kernkompetenzfelder: Vermögensanlage, Familienstiftungen
- Riesiges Interesse der Kapitalanlage-Branche
- Übertragung des GoingPublic Media-Geschäftsmodells möglich und aussichtsreich

Risiken

- Überschätzte Kundengruppe „Stiftungen“?
- Geschäftsmodell wirklich übertragbar?
- Reputationsrisiken aus der Vergangenheit
- Langfristigkeit der Etablierung als „Plattform“
- Personelle Aufstellung und -Konstanz
- Verschärfung des Wettbewerbs
- Falsche Einschätzung des Finanzierungsbedarfs

Strategie 2009 ff.

- Verbesserung der inhaltlichen Qualität
- Erweiterung des Erscheinungsturnus (2009: 6 x)
- Aufbau Abo-Geschäft & „Verwertungs-Geschäft“
- Professionalisierung Werbegeschäft, u.a. Etablierung Sponsoring-Modell
- Aufbau Event-Geschäft
- Konzeption erster Sonderpublikationen, Erschließung neuer Erlösquellen

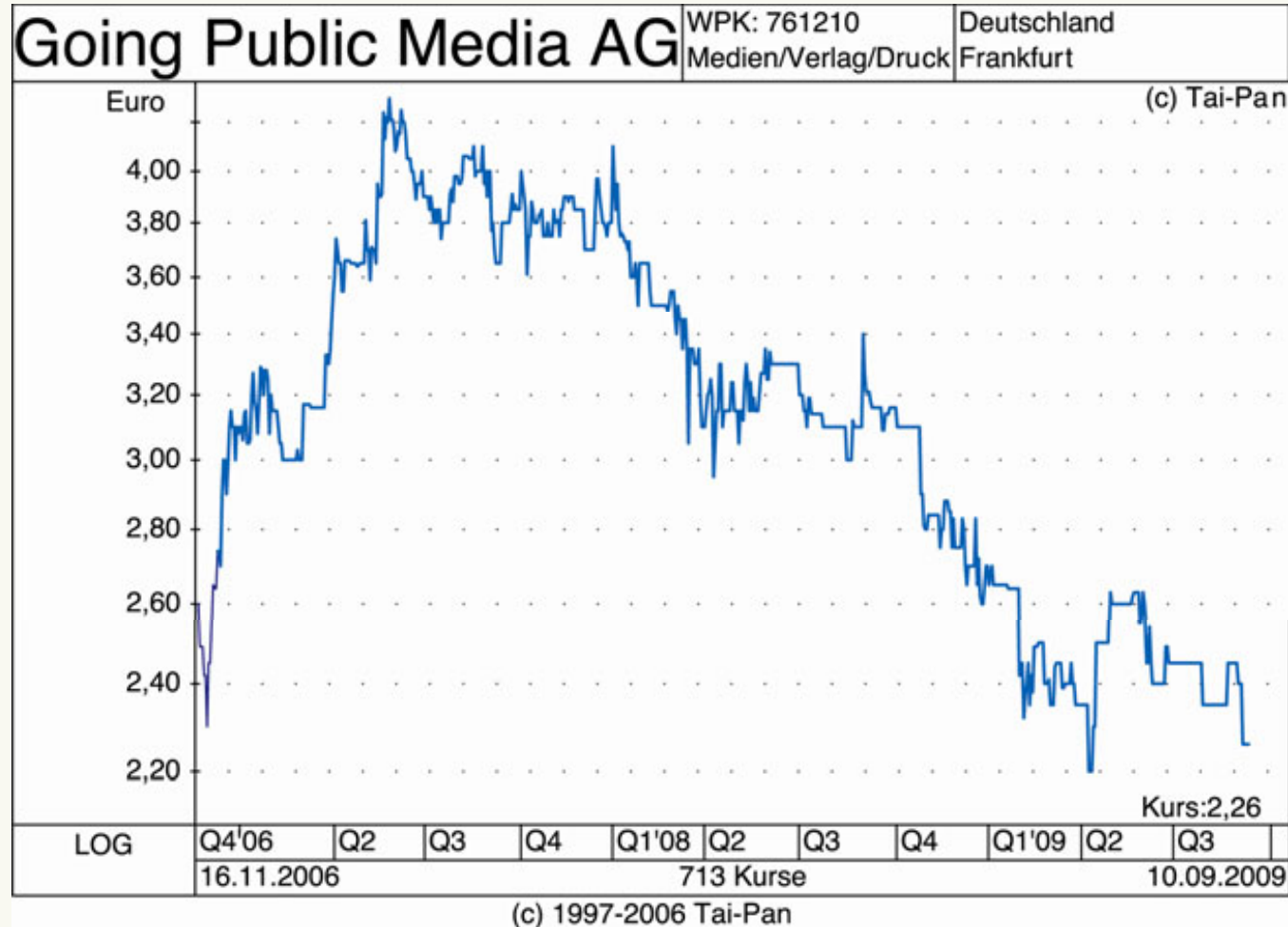
- Listing-Zeitpunkt: 16. November 2006
- Erstnotiz: 2,60 Euro
- Kurs 10. Juni 2009: 3,30 Euro
- Performance 2009: - 27,1 %
- Performance 12 Monate: -28,5 %
- Performance (seit Listing): - 13,1 %



- ca. 130 Aktionäre (vs. 70 zum Listing-Zeitpunkt)
- Namensaktien
- Designated Sponsoring/Xetra-Handel Anfang 2007
- Handelsvolumen durchschn. 2-3.000 Stück/Tag
- Einbeziehung in M:access
- Aktionärsstruktur: Strascheg 37%, Rieger 20%, Birkert 5%, 6 weitere Aktionäre 18%, Mitarbeiter 4%, Streubesitz ca. 16%

GoingPublic Media – die Aktie

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT



- Market Cap: 2,0 Mio. Euro
- Free-Float: ca. 16 % (je nach Definition)

Gründe für die Unterbewertung?

- Umplatzierungen lasteten lange auf dem Kurs
- Zurückhaltung bei Micro Cap-Investoren
- Geringe Liquidität in der Aktie
- Markt zweifelt am Geschäftsmodell klassischer Verlage, erst recht am Wachstumspotenzial
- Markt erwartet für 2009 keinen Gewinn
- Potentielle strategische Käufer in der schärfsten Markt- und Strategiekrisis seit 100 Jahren

- 17. April: Veröffentlichung Geschäftszahlen 2008
- 10. Juni: Hauptversammlung 2009
- 8. September: Halbjahreszahlen 2009
- Anfang November: 9-Monats-Zahlen + Ausblick
- 9.-11. November: Deutsches Eigenkapitalforum



7 Gründe für die Aktie

- Tragfähiges Geschäftsmodell – auch in der Krise
- Stattliche Dividendenrendite
- Solide Kapitalausstattung
- „Wertgenerator“ Smart Investor
- Wachstumspotenzial DIE STIFTUNG (?)
- Übernahmephantasie?
- Günstige Bewertung der Aktie

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!