



# GoingPublic Media AG – Hauptversammlung 2009

München, 10. Juni 2009

Markus Rieger, Vorstand

**GoingPublicMedia**

AKTIENGESELLSCHAFT

1. Geschäftsjahr 2008 in Zahlen
2. Neuerscheinungen & News 2008/2009
3. Marktumfeld & Erwartungen 2009
4. 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 1998-2008
- Entwicklung des Eigenkapitals u.a.

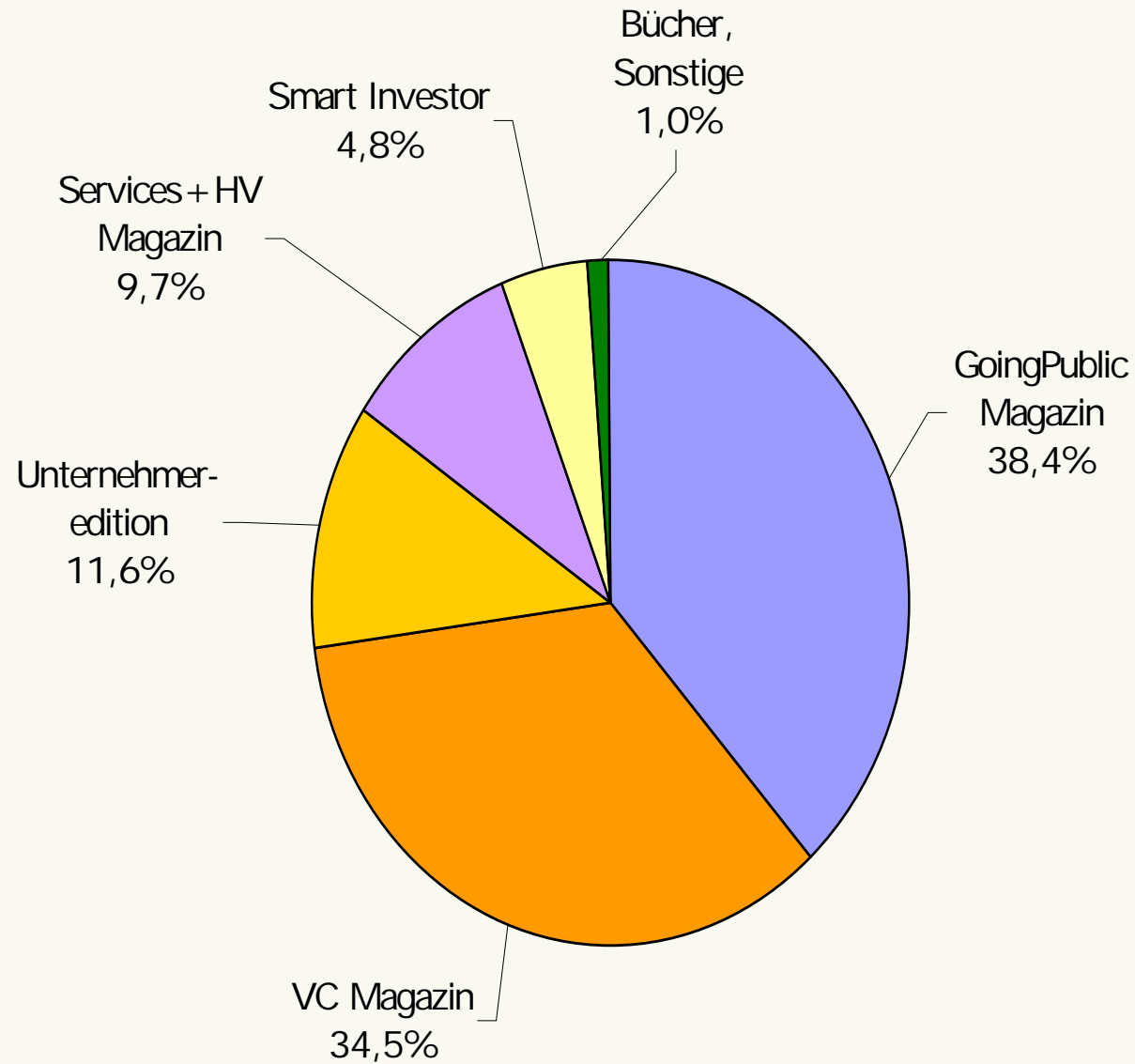
## GoingPublic Media AG

- 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 TEUR (Vj. 74)
- HV Magazin 115 TEUR (Vj. 75)
- Bücher/Sonstige 24 TEUR (Vj. 30)

# Umsatz nach Bereichen



# Umsatz nach Bereichen

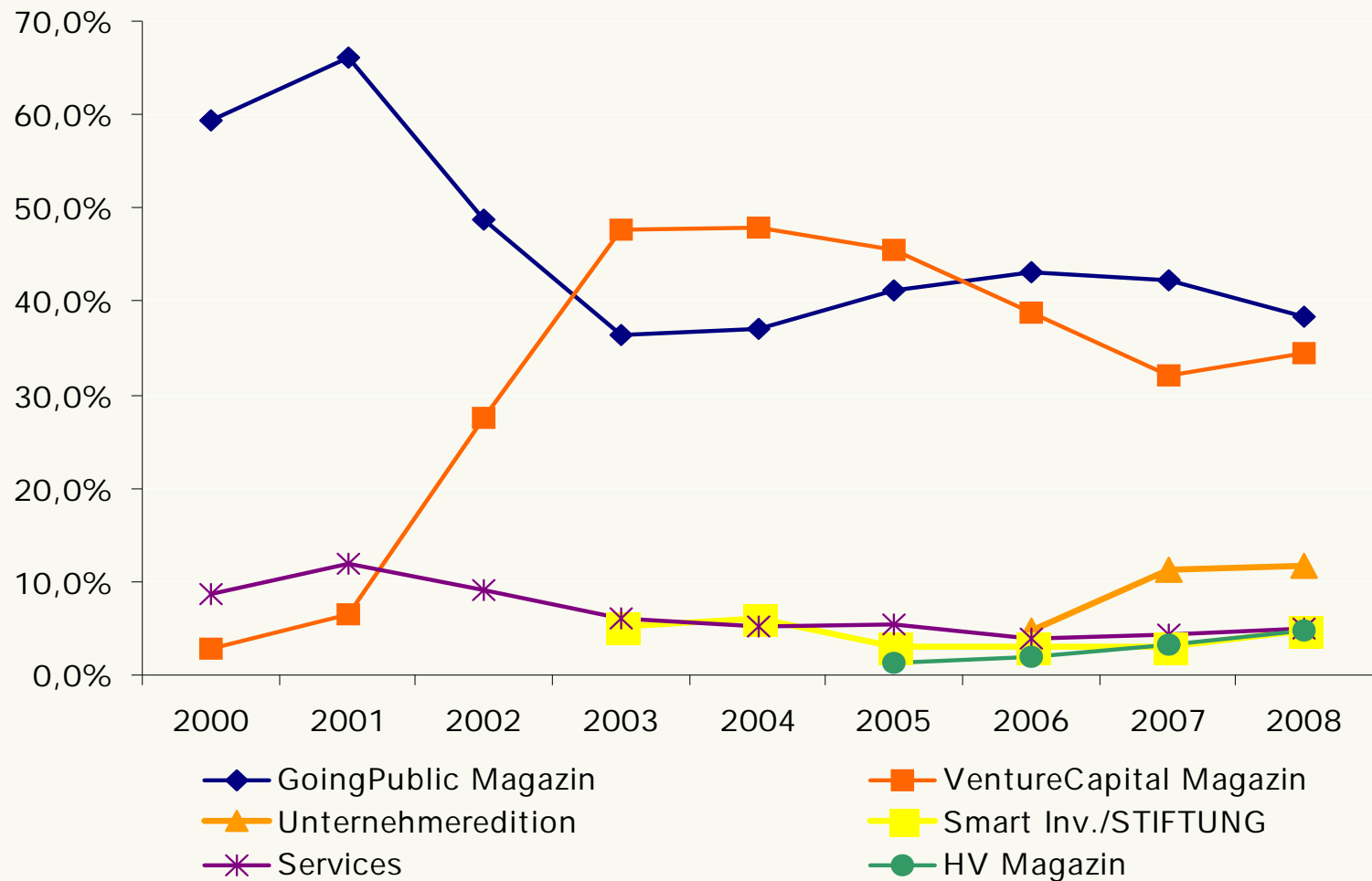
	Ums. 05	Ums. 06	Ums. 07	Ums. 08	+/- in %
GoingPublic Magazin	631	849	996	947	-9,7%
VC Magazin	696	762	757	850	+ 12,3%
Unternehmeredition	-	94	266	286	+ 7,5%
Services + HV Magazin	105	117	178	239	+ 34,3%
Smart Investor/ DIE STIFTUNG	48	61	74	119	+ 60,8%
Bücher, Sonstige	16	33	30	24	-20,0%

Umsatz in Tsd. Euro

# Umsatzverteilung im Zeitablauf

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

## Entwicklung der Umsatzanteile in Prozent



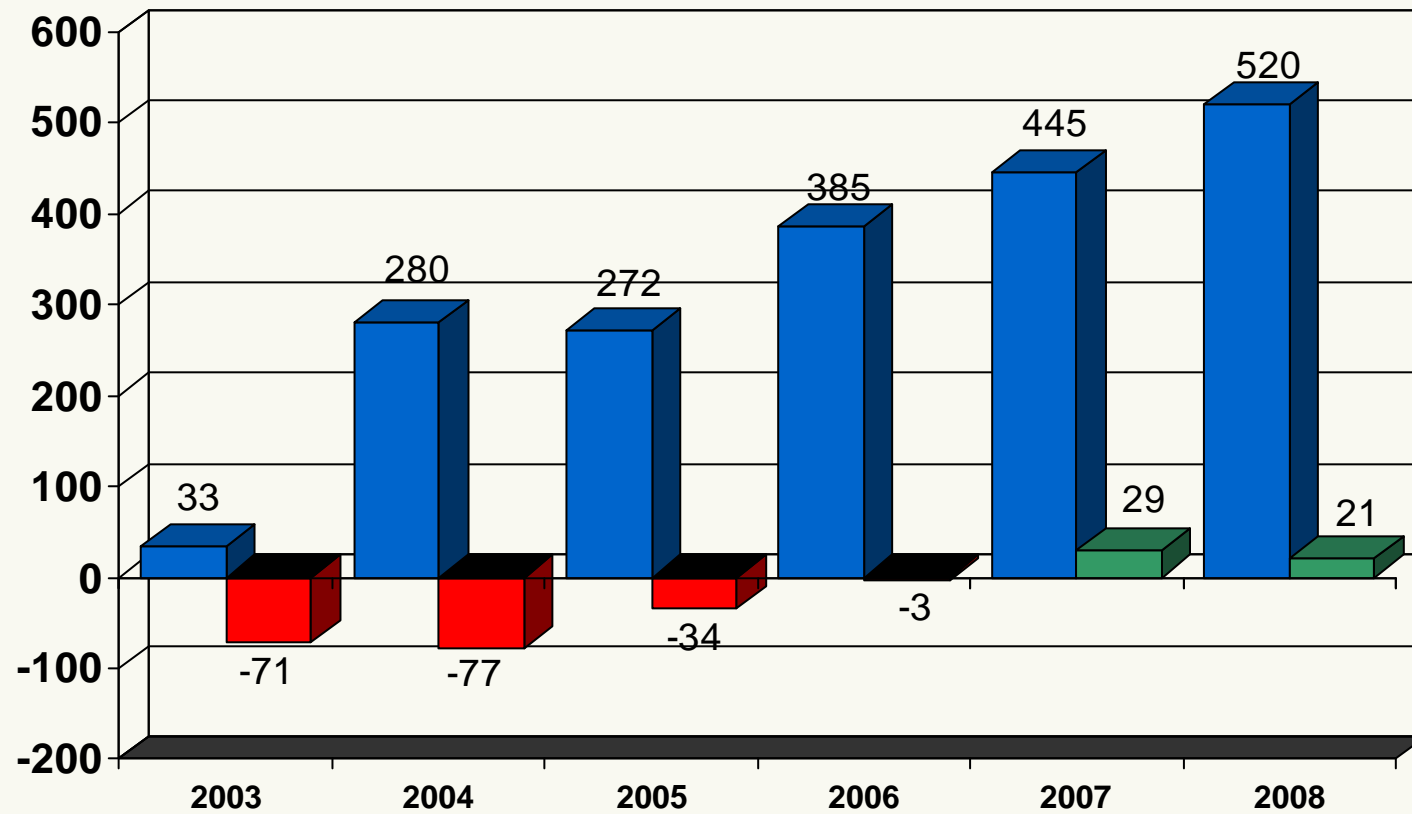
## Smart Investor Media GmbH

- 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



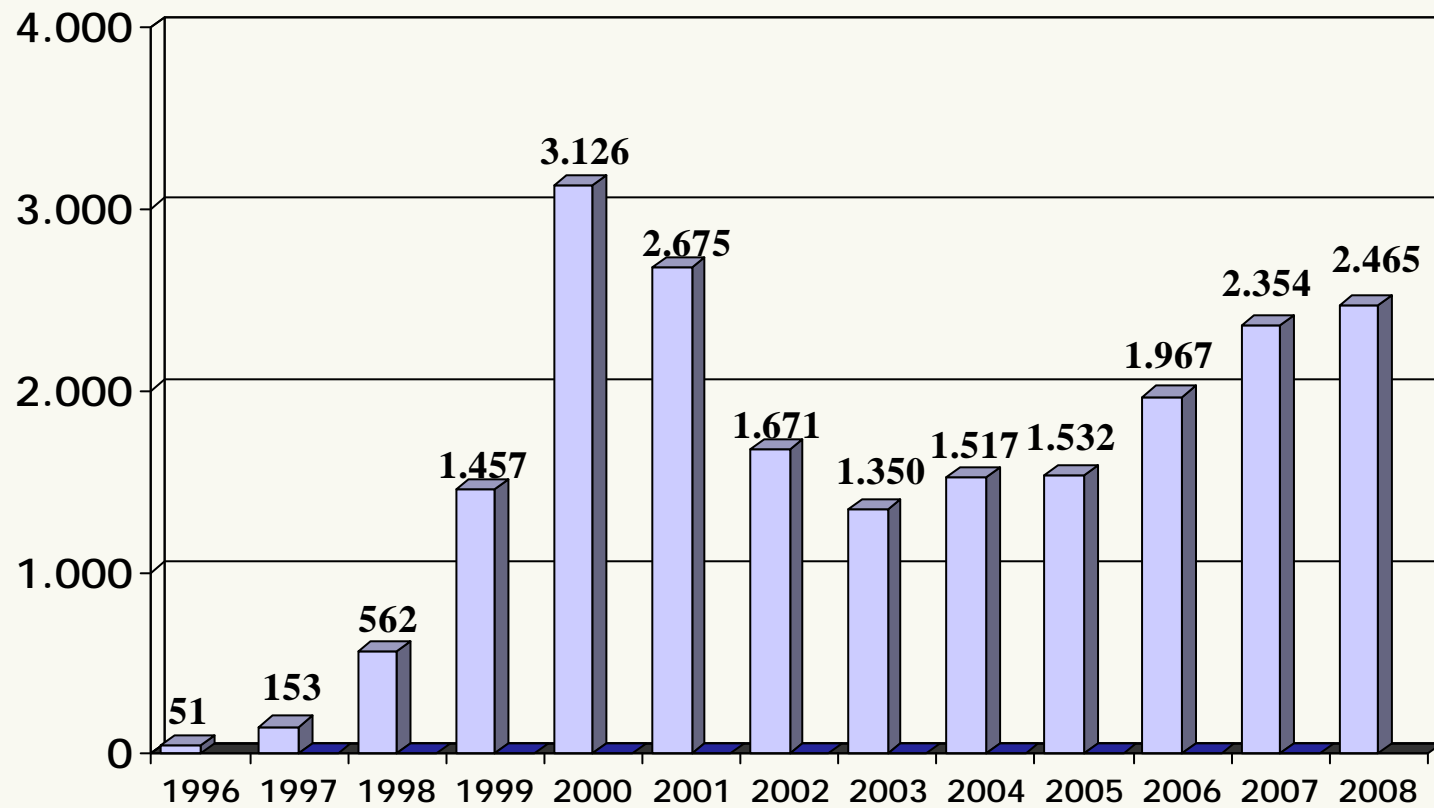
## „Die Stiftung“ Media GmbH (1.5. – 31.12.2008)

- 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

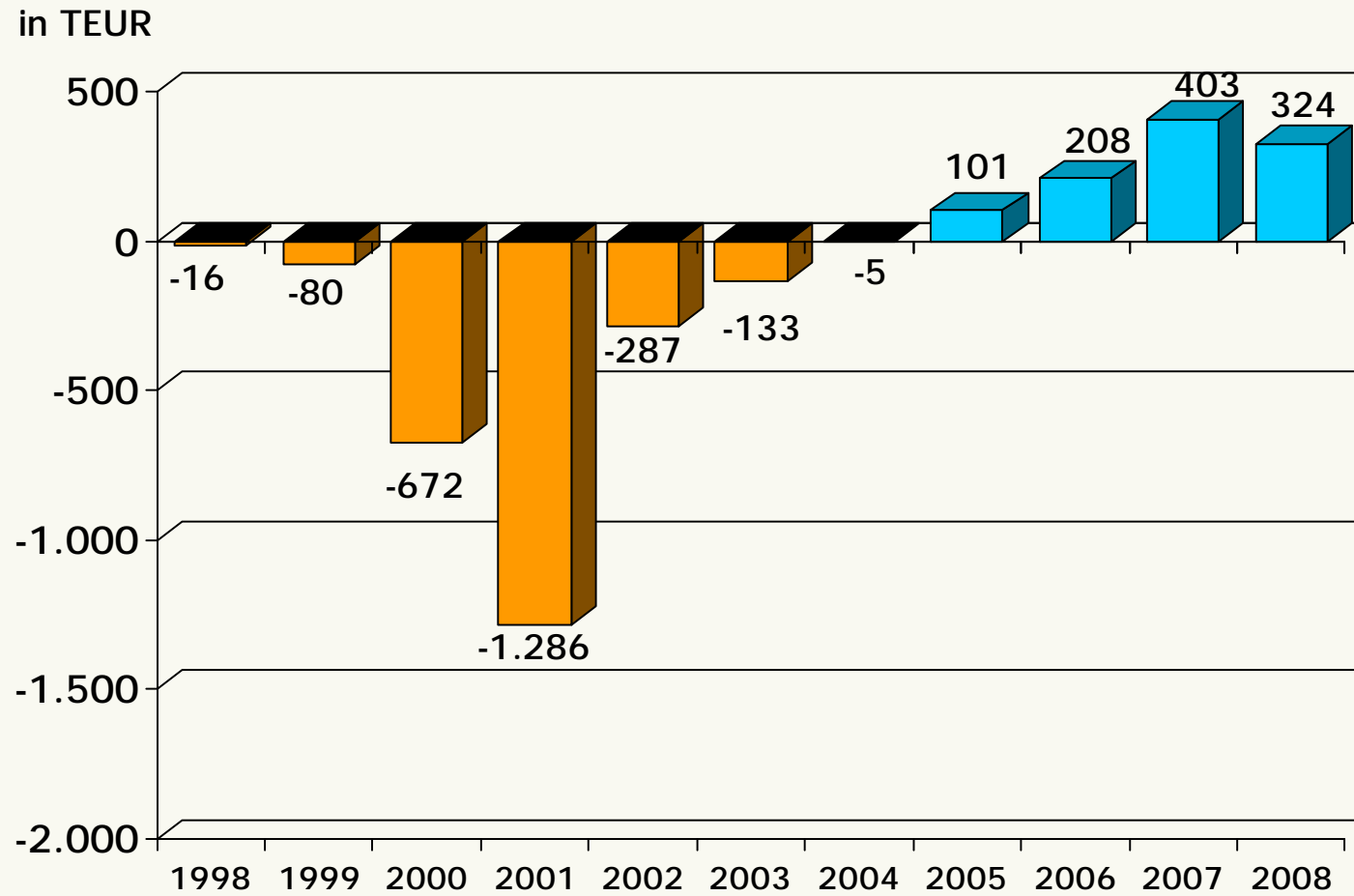
GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

in TEUR



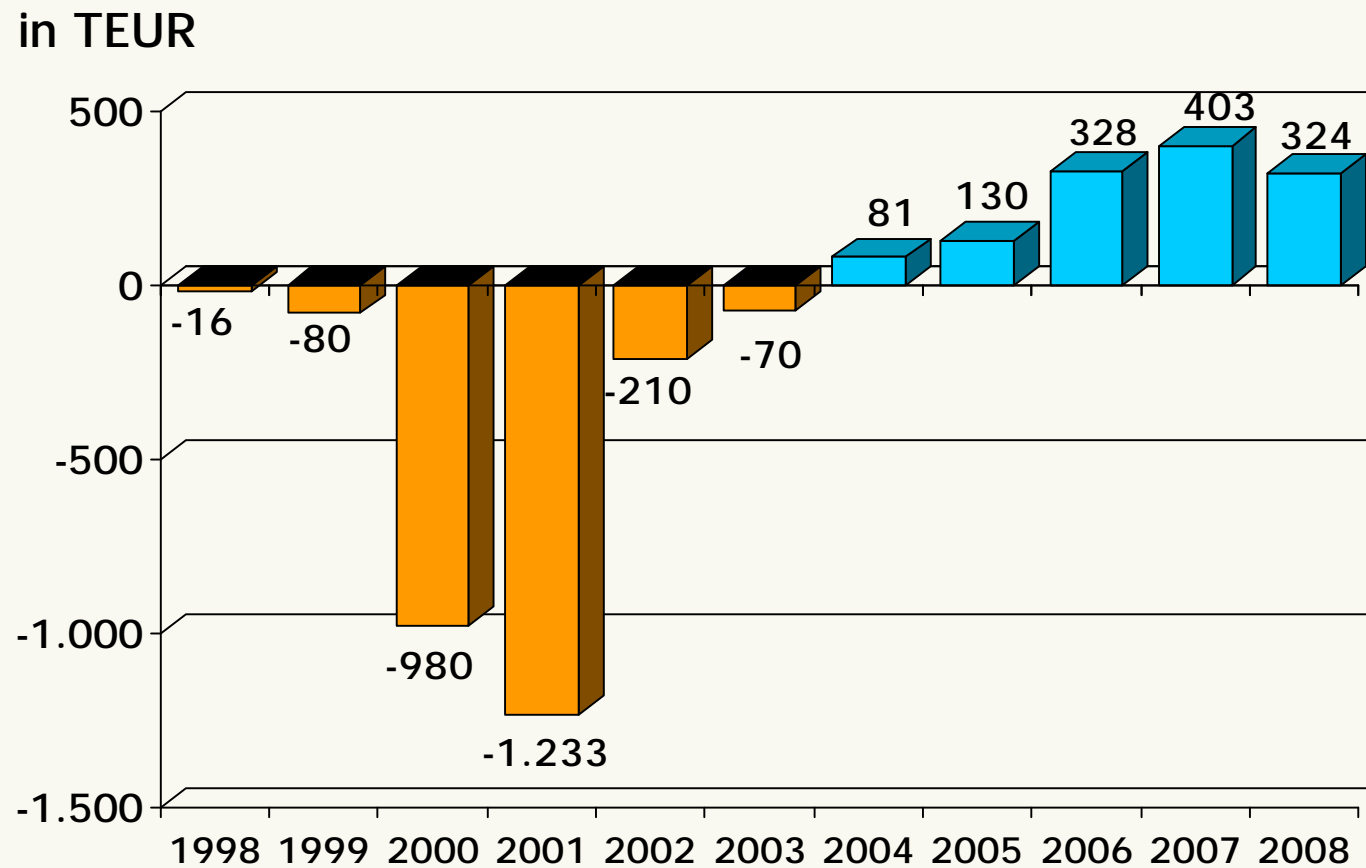
# Ergebnisentwicklung 1998-2008

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT



# Als-ob-Ergebnis\*

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

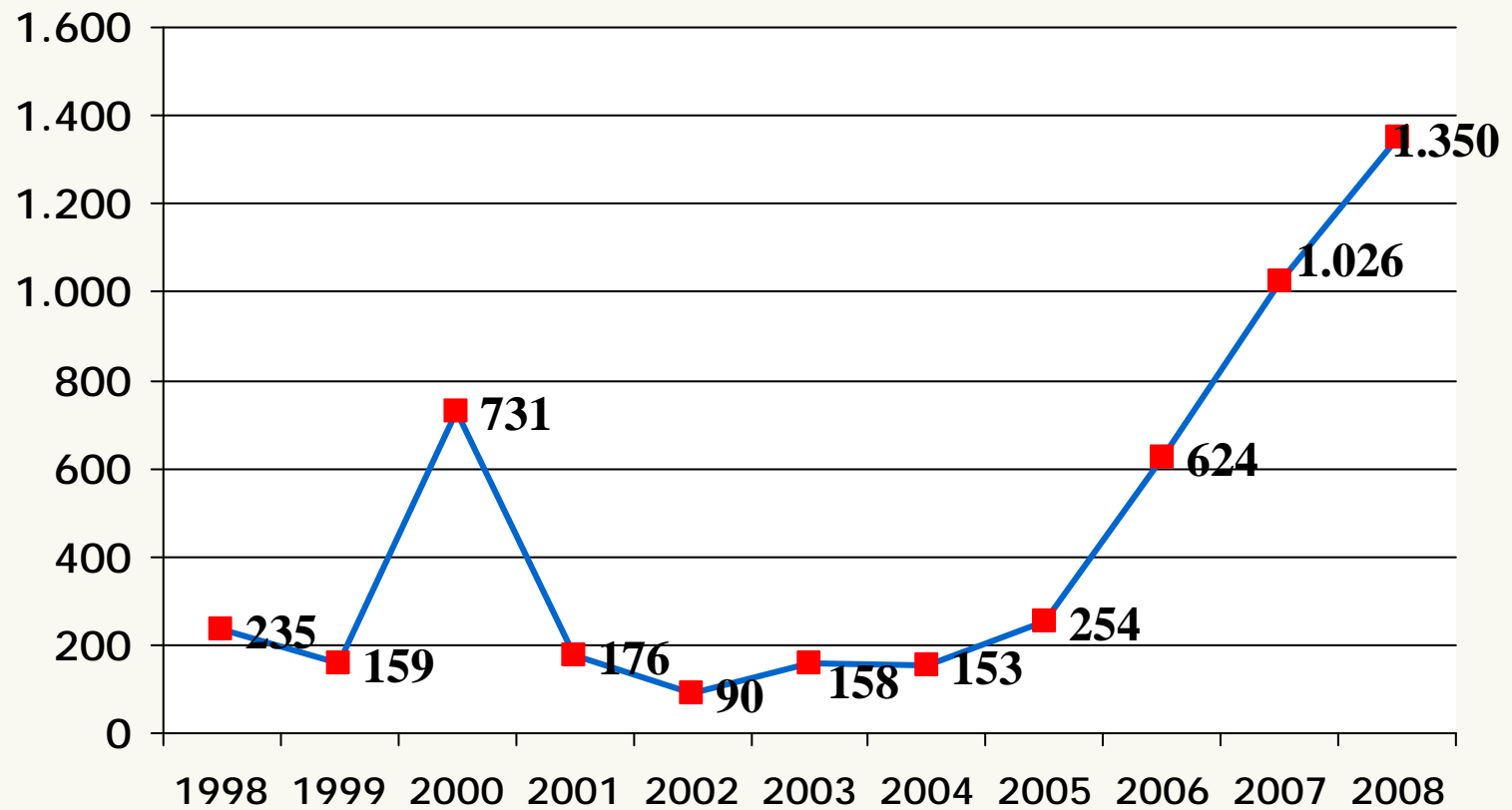


\*Ex Gegengeschäfte, Aufwendungen für die Ingangsetzung und Erweiterung des Geschäftsbetriebs, Besserungsscheine, Listingkosten

# Eigenkapital 1998-2008

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

in TEUR



## 2. Neuerscheinungen & News 2008/2009

- Umzug zum 1.1.2008
- DIE STIFTUNG
- InvestorRelations.de
- Corporate Publishing-Auftrag „Finanzplatz“
- Unternehmeredition/Sonderausgaben
- Kooperation Handelsblatt Fachverlag

## DIE STIFTUNG

- Gründung „Die Stiftung“ Media GmbH
- Beteiligungsquote 100 %
- Erwerb der Zeitschrift „Die Stiftung“
- „Das Magazin für Stiftungswesen und Private Wealth“
- Zielgruppe: Vorstände & Entscheider von Stiftungen, beratende Berufe, „Community“
- Erscheinungsweise (2008): 4 x jährlich



## InvestorRelations.de



- „Das Portal für Finanzkommunikation“
- InvestorRelations.de-Newsletter + Website
- Einziger deutschsprachiger Newsletter für Investor Relations-Verantwortliche – seit 1999
- Sinnvolle Ergänzung zu GoingPublic Magazin & HV Magazin
- Website-(Re-)Launch für 2009 geplant
- Stand-alone Ertragspotenzial vorhanden?

## Seit Mitte 2007: Finanzplatz-Report

- Herausgeber: Deutsches Aktieninstitut
- Anspruch: Sprachrohr des deutschen Kapitalmarktes, v.a. ins Ausland (EU-Parlamentarier etc.)
- Deutsch/englisch
- Erscheinungsweise: 6 x p.a.
- Auflage: 10.000, 1/3 Ausland
- Kunden: Porsche, Bayer, Allianz, Lufthansa, Deutsche Post...



- „Corporate Finance & Private Equity Guide“ (9. Jg.)
- „Börsennotierte Bet.gesellschaften“ (4. Jg.)
- „Kapitalmarktrecht“ (4. Jg.)
- „Tech-Guide“ (5. Jg.)
- „Solartechnologie“ (2. Jg.)
- „Biotechnologie“ (11. Jg.)
- „Start-up“ (5. Jg.)



Ab 2009 zweimonatlich (6 x p.a.)

- „Steuern & Recht“ (neu)
- „Mittelstandsfinanzierung“ (7. Jg.)
- „Mezzanine“ (4. Jg.)
- „Private Equity – Beteiligungskapital aus Unternehmersicht“ (3. Jg.)
- „Turnaround – Wege aus der Krise“ (2. Jg.)
- „Internationalisierung“ (3. Jg.)



## Kooperation seit Januar 2009

- Exklusive Werbevermarktung der Zeitschriften

- „Finanzbetrieb“



- „KoR“



- „M&A Review“



- „Bewertungspraktiker“



- Vergütung fix + variabel

- Strategische Bedeutung

# Marken-Portfolio 2009

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

GoingPublic  
— Magazin

VentureCapital  
— Magazin

Smart Investor  
Das Magazin für den kritischen Anleger

HV MAGAZIN  
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 

### 3. Marktumfeld & Erwartungen 2009

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

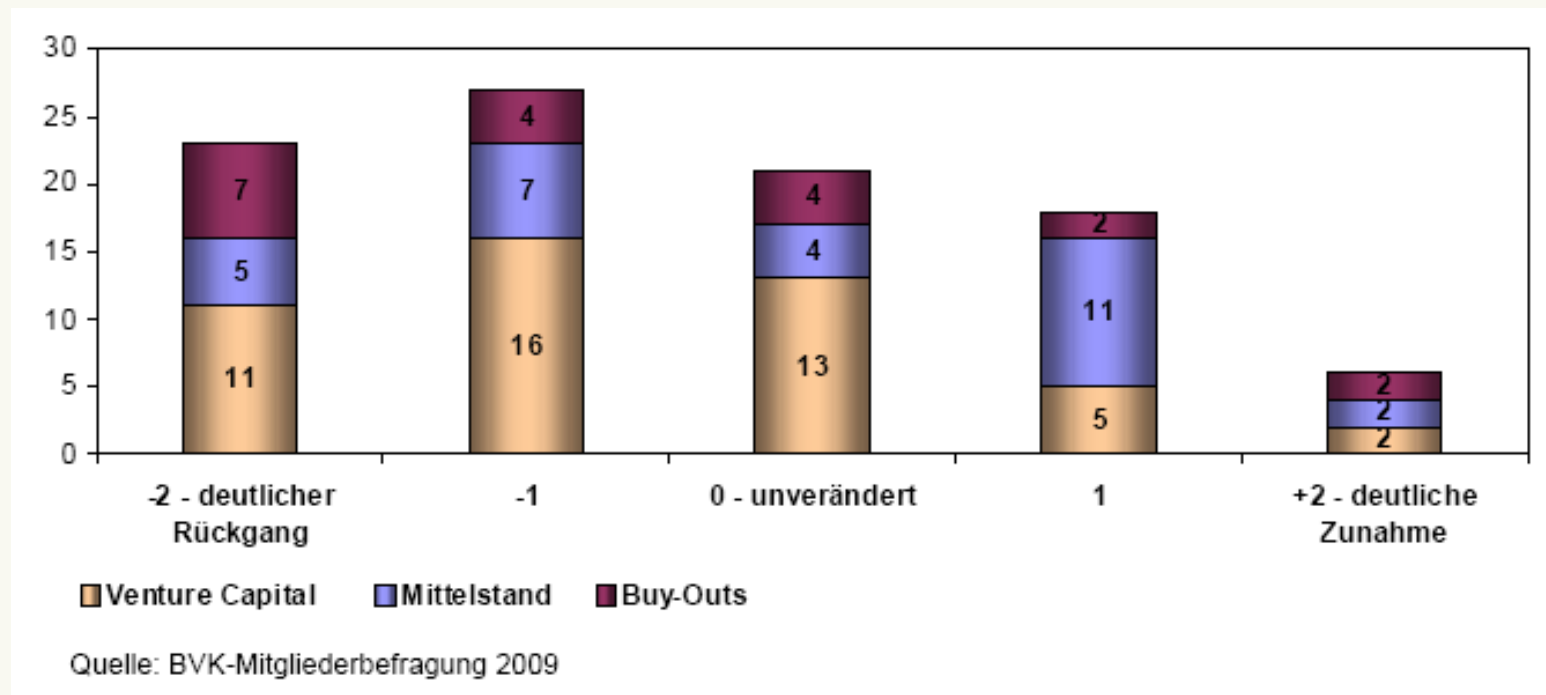
## Kapitalmarkt

- 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 eingebrochen
- So gut wie keine Fundraising-Bemühungen (in D)
- 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

## Erwartungen bzgl. der Private Equity-Investitionen im Vergleich zu 2008



## 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

## 5. Ziele, Aktie & Ausblick

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

- Umsatzsteigerung durchschnittlich 10 % + x p.a.
- Ergebnisorientiertes Wachstum & 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 um 10-20 % erwartet
- Sondereffekte bei Corporate Publishing/Online

**Zwischenfazit:** Weiter Gewinnerwartung bzw. geringe Verlustwahrscheinlichkeit beim „Kerngeschäft“

- Weiterer Finanzierungsbedarf DIE STIFTUNG
- Weitere Abschreibungsrisiken „Die Stiftung“ Media

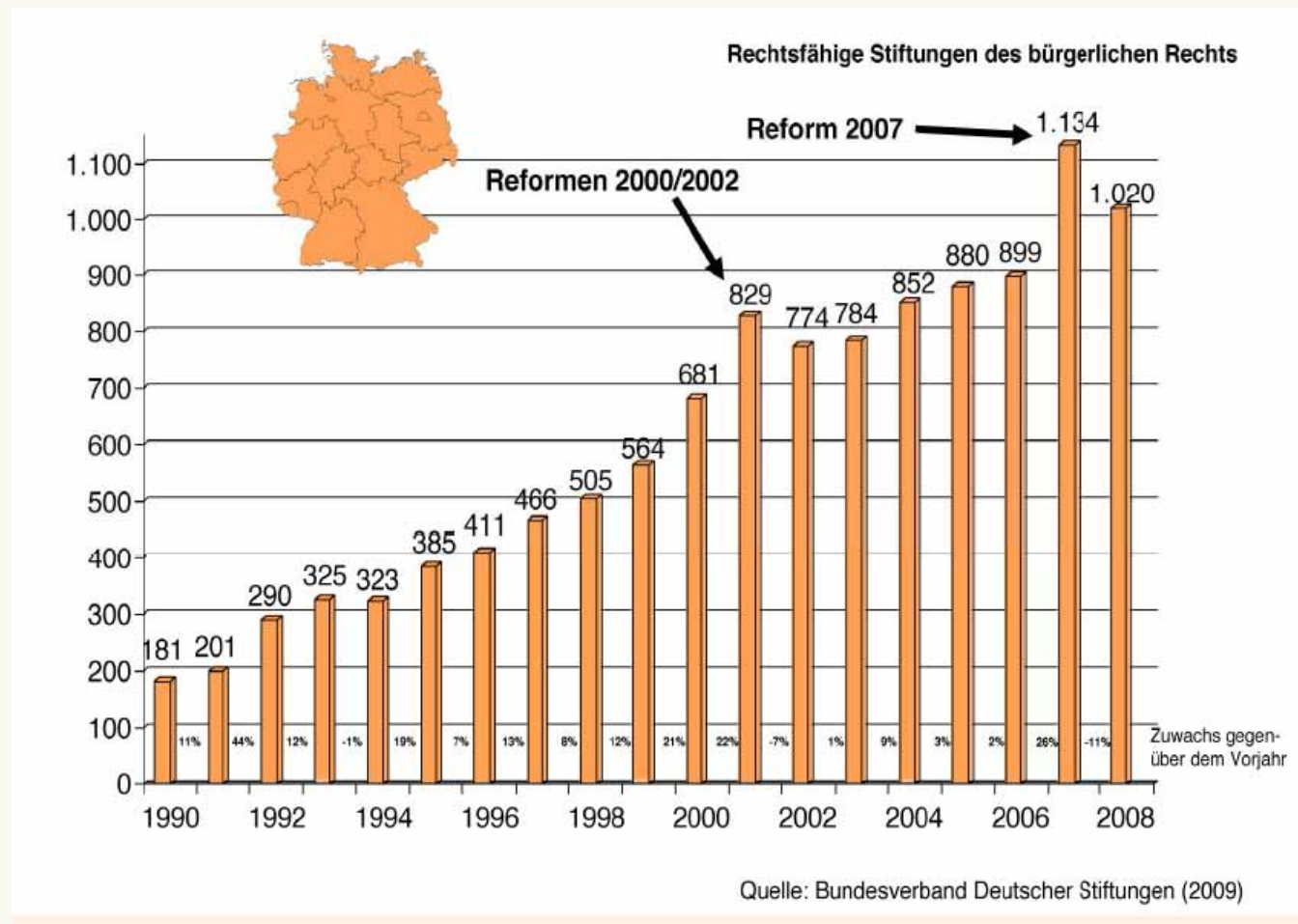
## M&A-Nachwehen

- 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

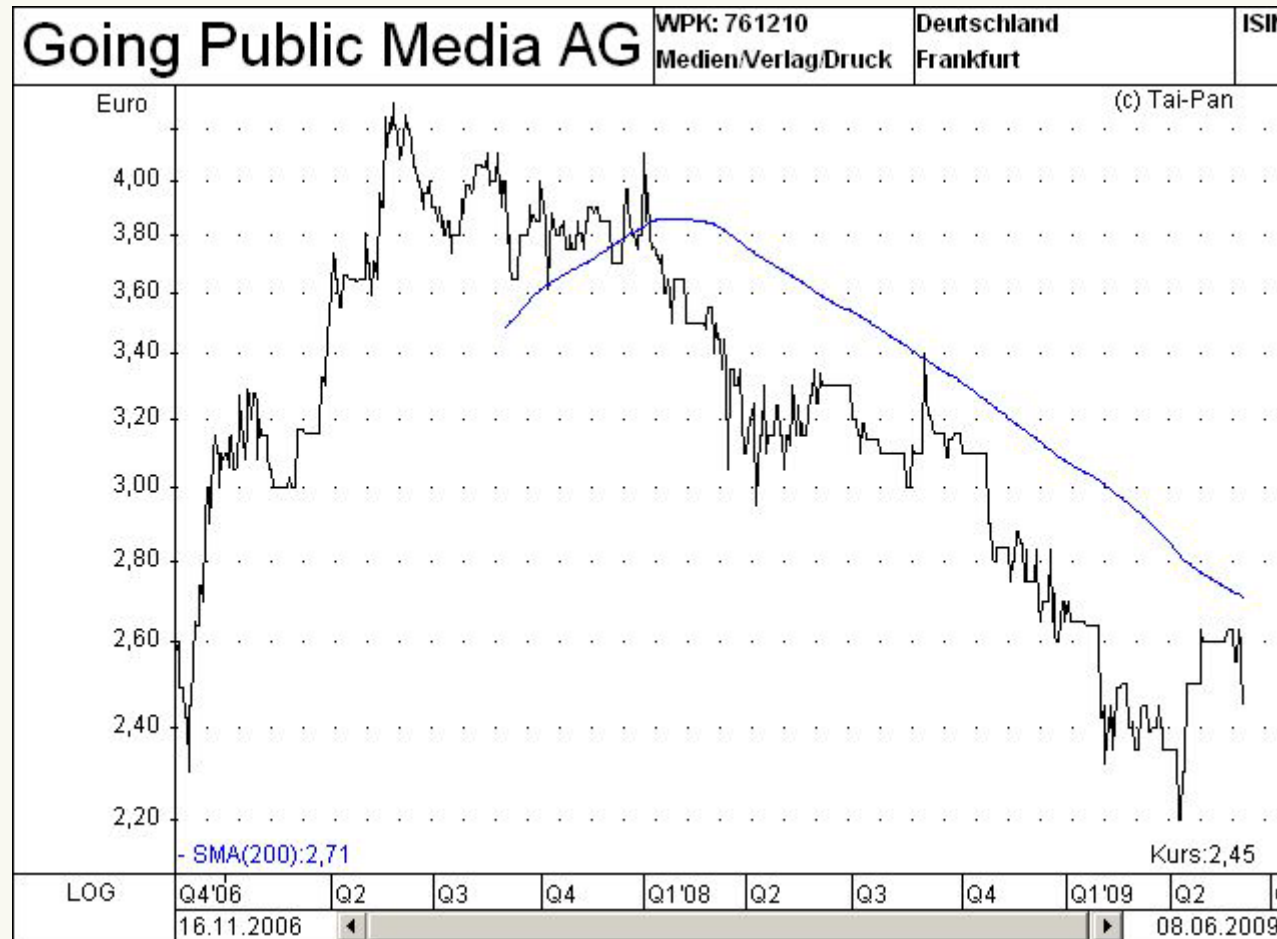
- Listing-Zeitpunkt: 16. November 2006
- Erstnotiz: 2,60 Euro
- Kurs 10. Juni 2009: 2,45 Euro
- Performance 2009: -25,8 %
- Performance 12 Monate: -15,5 %
- Performance (seit Listing): -5,8 %



- ca. 130 Aktionäre (vs. 70 zum Listing-Zeitpunkt)
- Namensaktien
- Designated Sponsoring/Xetra-Handel Anfang 2007, Einbeziehung in M:access im Nov. 2008
- Handelsvolumen durchschn. 2-3.000 Stück/Tag
- Aktionärsstruktur: Strascheg 37%, Rieger 20%, Birkert 5%, 6 weitere Aktionäre 18%, Mitarbeiter 4%, Streubesitz ca. 16%

# GoingPublic Media – die Aktie

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT



- Market Cap: 2,3 Mio. Euro
- Free-Float: ca. 16 % (je nach Definition)

- 17. April: Veröffentlichung Geschäftszahlen 2008
- 10. Juni: Hauptversammlung 2009
- Anfang August: 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!**