



GoingPublic Media AG – Präsentation zur V. MKK

München, 7. Mai 2008

Markus Rieger, Vorstand

GoingPublicMedia

AKTIENGESELLSCHAFT

- 1. Geschäftsmodell/Publicationsspektrum**
- 2. Geschäftszahlen 2007/Überblick**
- 3. Unternehmensziele, Aktie & Ausblick**



1. Geschäftsmodell/Publicationsspektrum

- Zeitschriften-/Markenportfolio
- Publikationsspektrum im Überblick
- Sonderausgaben 2008
- Unternehmeredition (neu seit 2007!)

Geschäftsmodell/Marken

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

GoingPublic
— Magazin

VentureCapital
— Magazin

Smart Investor
Das Magazin für den kritischen Anleger

HVMAGAZIN
Themen & Trends
rund um die Hauptversammlung

Unternehmer
— Edition

GoingPublic
— Online

GoingPublic
— Services

- GoingPublic Magazin (12 x p.a.)
- VentureCapital Magazin (12 x p.a.)
- Smart Investor (12 x p.a.)*
- Unternehmeredition (derzeit 4 x p.a.)
- HV Magazin (5 x p.a.)
- Sonderausgaben (6-8 p.a.),
Sonderbeilagen (14-18 p.a.)
- Sonstiges: Corporate Publishing, Online, DIRK
Forschungsreihe, Buse Awards u.a.



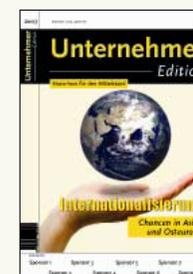
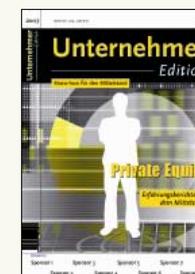
* Publiziert von der Smart Investor Media GmbH

- „Corporate Finance & Private Equity Guide“ (8. Jg.)
- „Börsennotierte Bet.gesellschaften“ (3. Jg.)
- „Kapitalmarktrecht“ (4. Jg.)
- „G-REITs“ (3. Jg.)
- „Tech-Guide“ (4. Jg.)
- „Biotechnologie“ (10. Jg.)
- „Start-up“ (4. Jg.)



Ausgaben 2008

- Mittelstandsfinanzierung 2008
- Mezzanine 2008
- Private Equity – Beteiligungskapital aus Unternehmersicht
- **NEU:** Restrukturierung
- Internationalisierung – Chancen in China & Indien



2. Geschäftszahlen 2007 u.a.

- Kennzahlen GoingPublic Media AG
- Umsatzverteilung nach Bereichen
- Umsatzverteilung im Zeitablauf
- Zahlen im Konzern/
Zahlen Smart Investor Media GmbH
- Umsatz- und Ergebnisentwicklung 1998-2007
- Entwicklung des Eigenkapitals u.a.

GoingPublic Media AG - Einzelabschluß

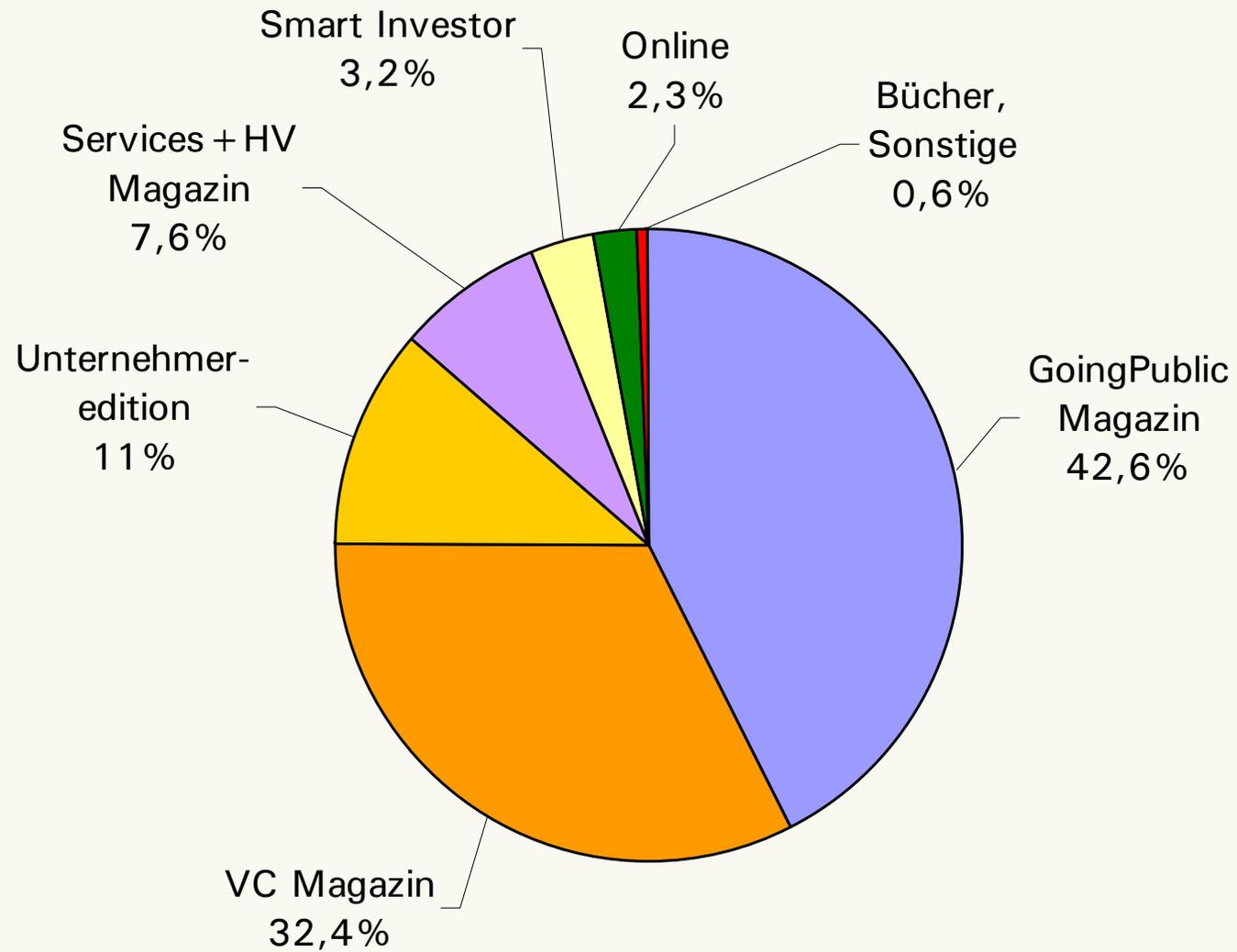
- Umsatz: 2,354 Mio. Euro (+ 19,7 %)
- Ergebnis: 403 TEUR (Vj. 208 TEUR)
- Bereinigtes Ergebnis: 403 TEUR (Vj. 328 TEUR)
- Bilanzsumme: 1.362 TEUR (Vj. 959 TEUR)
- Eigenkapital: 1.026 TEUR (Vj. 623 TEUR)
- Eigenkapitalquote: 75,3 % (Vj. 65,0 %)
- Flüssige Mittel: 790 TEUR (Vj. 516 TEUR)

Umsatz nach Bereichen

	Ums. 04	Ums. 05	Ums. 06	Ums. 07	+/- in %
GoingPublic Magazin	562	631	849	996	17,3%
VC Magazin	729	696	762	757	-0,7%
Unternehmeredition	-	-	94	266	183,0%
Services + HV Magazin	79	105	117	178	52,1%
Smart Investor	93	48	61	74	21,3%
Online	27	34	51	53	3,9%
Bücher, Sonstige	26	16	33	30	-9,1%

Umsatz in Tsd. Euro

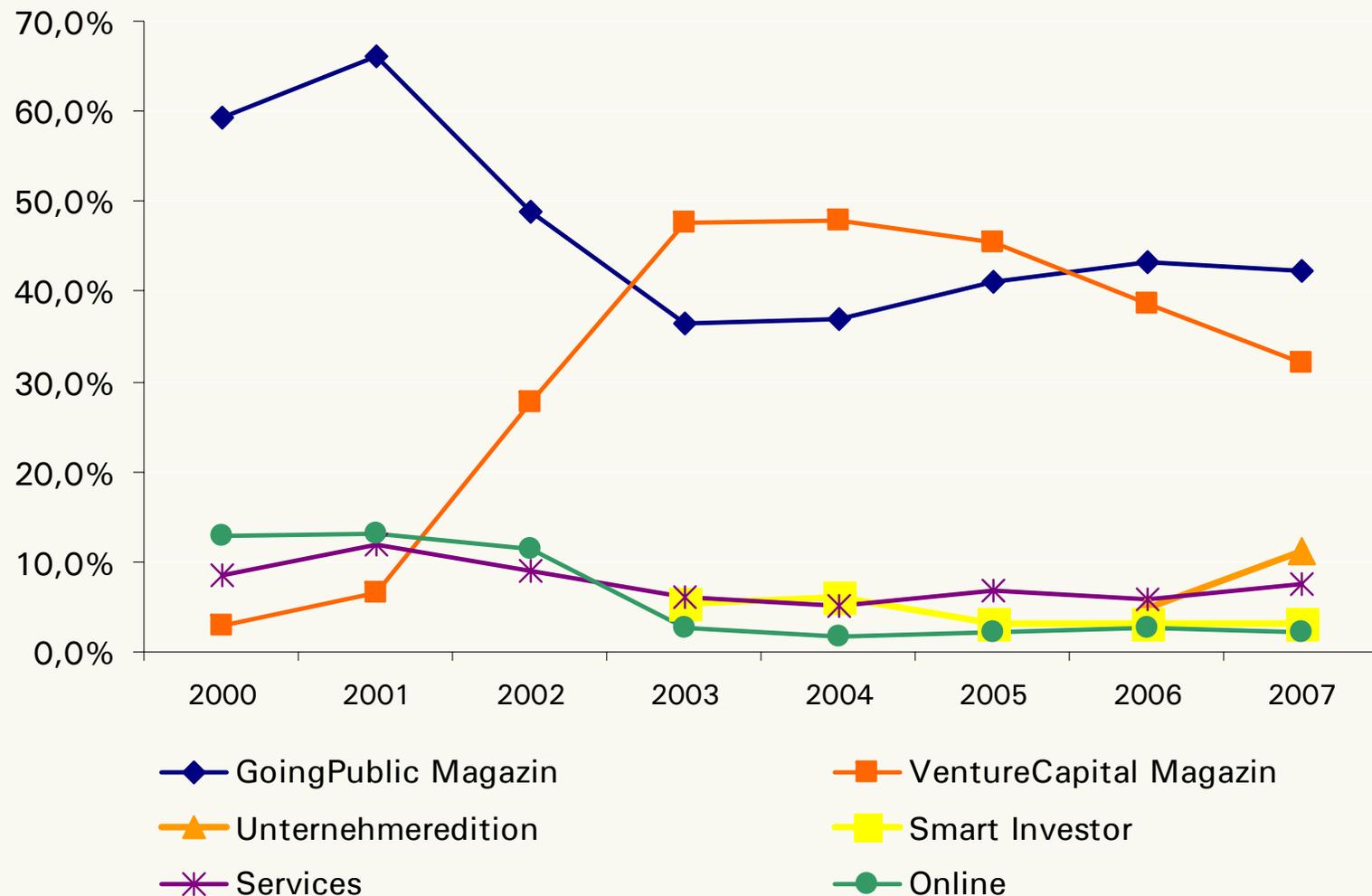
Umsatz nach Bereichen



Umsatzverteilung im Zeitablauf

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

Entwicklung der Umsatzanteile in Prozent



GoingPublic Media AG – Zahlen im Konzern

- Umsatz: 2,70 Mio. Euro (Vj. 2,22 Mio., + 21,6 %)
- Ergebnis: 417 TEUR (Vj. 206 TEUR)
- Bilanzsumme: 1.392 TEUR (Vj. 927 TEUR)
- Eigenkapital: 934 TEUR (Vj. 504 TEUR)
- Eigenkapitalquote: 67,1 % (Vj. 54,4 %)
- Flüssige Mittel: 826 TEUR (Vj. 580 TEUR)

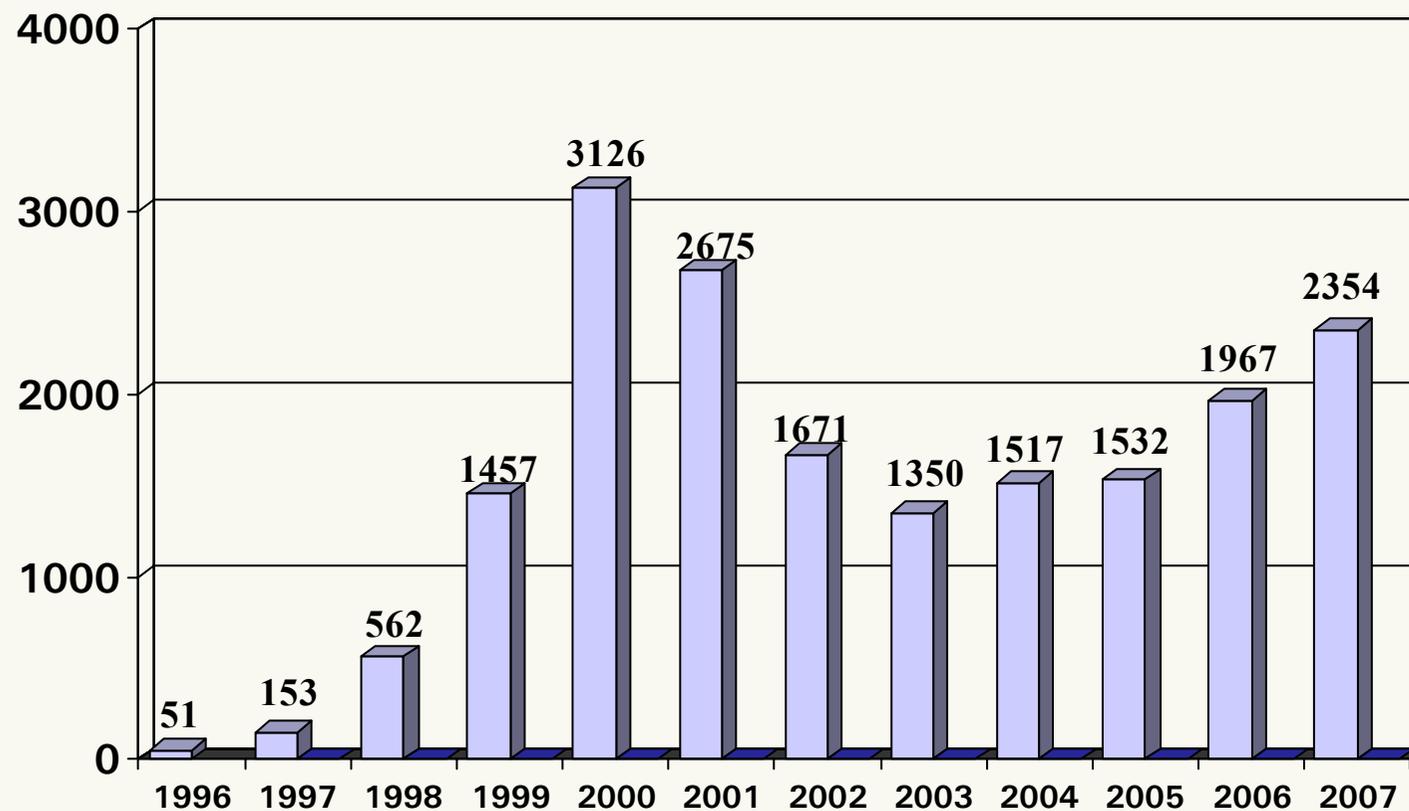
Smart Investor Media GmbH

- Umsatz: 449,1 TEUR (Vj. 385,0 TEUR)
- Ergebnis: 29,1 TEUR (Vj. -3,0 TEUR)
- Bilanzsumme: 181,2 TEUR (Vj. 113,0 TEUR)
- Eigenkapital: 53,9 TEUR (Vj. 24,7 TEUR)
- Eigenkapitalquote: 30,0 % (Vj. 21,3 %)
- Flüssige Mittel (31.12.): 136,2 TEUR (Vj. 64,0)

Umsatzentwicklung 1996-2007e

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

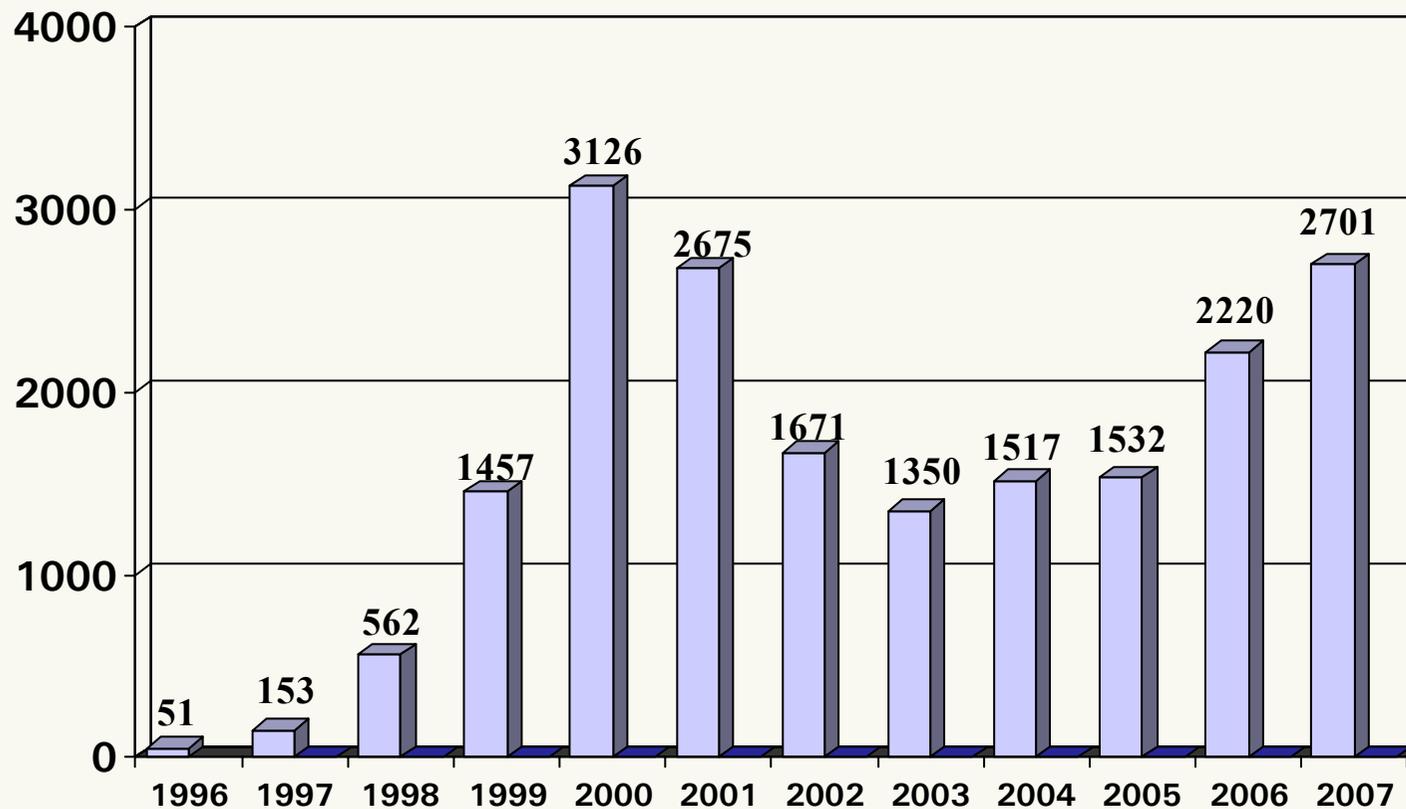
in TEUR



Umsatzentwicklung (Konzern)

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

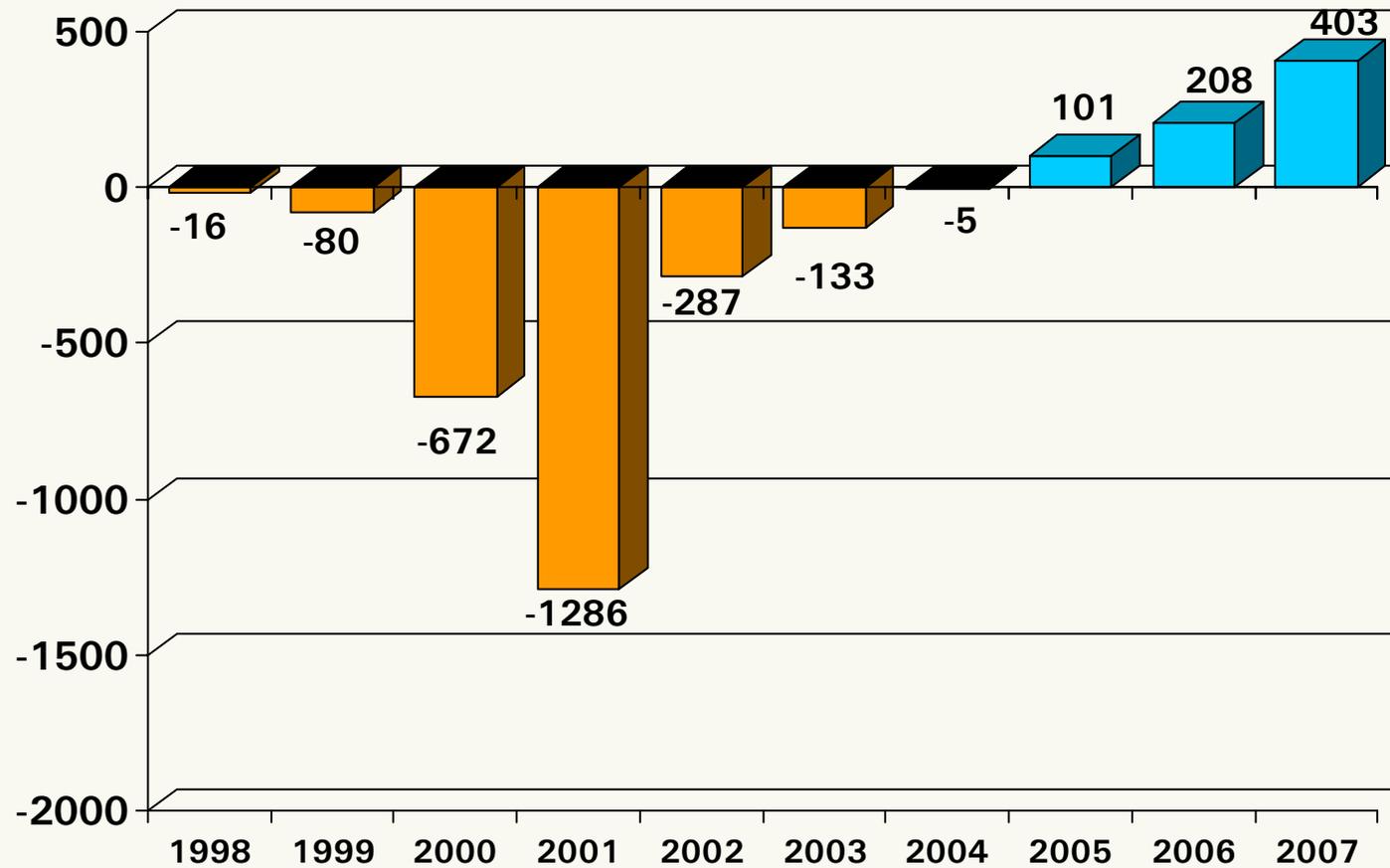
in TEUR



Ergebnisentwicklung 1998-2007

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

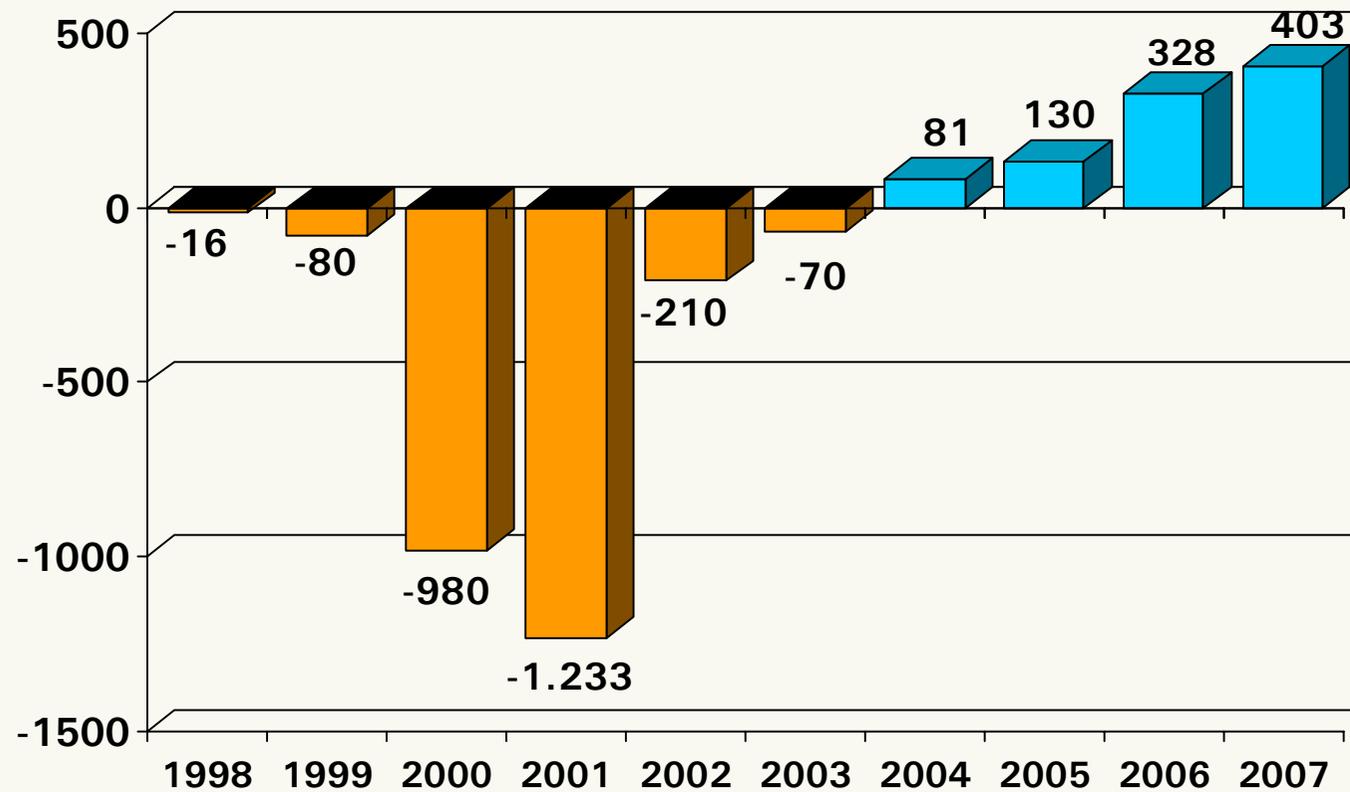
in TEUR



Als-ob-Ergebnis*

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

in TEUR

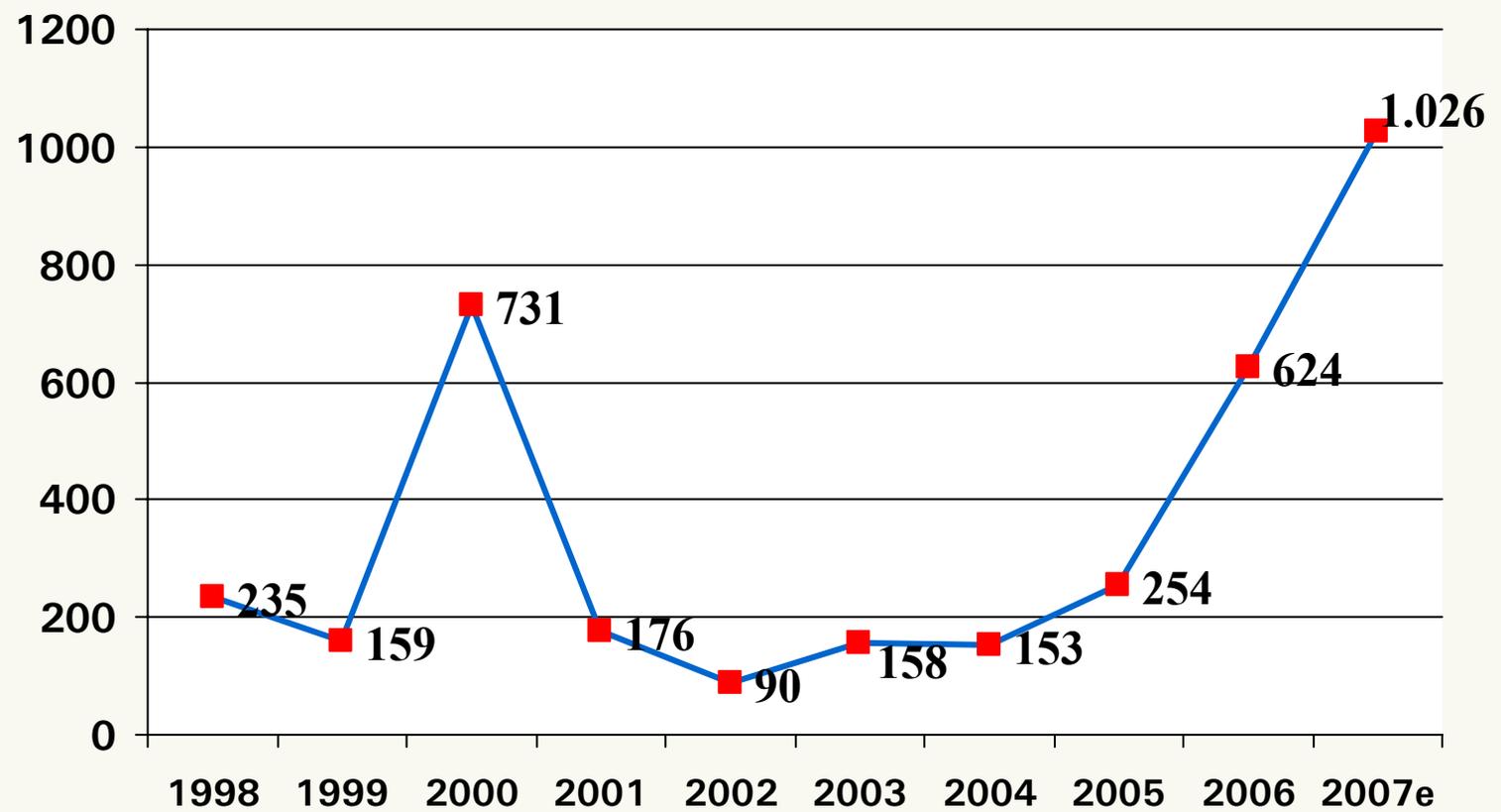


*Ex Gegengeschäfte, Aufwendungen für die Ingangsetzung und Erweiterung des Geschäftsbetriebs, Besserungsscheine, Listingkosten

Eigenkapital 1998-2007

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT

in TEUR



3. Unternehmensziele, Aktie & Ausblick

- Stammgeschäft/Smart Investor/Corporate Publishing/Neues Segment „Mittelstand“
- Ziele im Überblick
- Marktumfeld 2008
- Die GoingPublic Media-Aktie
- Finanzkalender 2008
- 10 Gründe für die GoingPublic Media-Aktie

- Umsatzsteigerung 10 % + x p.a.
- Ergebnisorientiertes Wachstum
- Dividendenfähigkeit
- Konsolidierung im Stammgeschäft
- Perspektiven Smart Investor Media GmbH
- Ausbau „Unternehmerpublikation“
- Screening Kooperationen, Geschäftsfelder, M&A

Stammgeschäft

- Leicht zunehmende Wettbewerbsintensität
- So gut wie kein Wachstum in der Planung enthalten
- Vermehrter Blick auf Verbreitung, Auflage, Kooperationen, Positionierung im Markt



Smart Investor / Smart Investor Media GmbH

- Break-even 2007! Ergebnisbeitrag 2007...?
- Abonnenten-Basis ca. 4.000, Online ca. 8.000
- Potentiale in angrenzenden Geschäftsfeldern
- Wachstum/Nachhaltige Profitabilität/Umsatzrendite



Zielgruppe Mittelstand

- Dreistufige Vorgehensweise:
 - Eigene Marke: „Unternehmeredition“
 - Kooperationen/Joint Ventures
 - Zukauf (möglich? realistisch?)
- Ungleich größerer Markt, aber auch ungleich größere Risiken, schärferer Wettbewerb etc.
- Step-by-Step-Vorgehensweise

Corporate Publishing - Beispiel „Finanzplatz“

- Auftrag des Deutschen Aktieninstituts
- Sprachrohr des deutschen Kapitalmarktes, auch ins Ausland (EU-Parlamentarier etc.)
- Top-Referenzkunde
- Entwicklung Vermarktungsmodell
- Hebeleffekte treten früher ein als erwartet (Neukunden: Porsche, Allianz, Lufthansa, Deutsche Post...)



Online-Bereich

- Werbevermarktung im Internet boomt
- Chancen für Content-Anbieter
- Potentiale der eigenen Websites
- Auf-/Ausbau über Kooperationen
- Beispiel: IPO.Newsletter in Zusammenarbeit mit On.Vista
- Aber: Unterschiedliche „Vermarktungswelten“



Kapitalmarkt

- Bankenkrise
- Nervosität an den Finanzmärkten
- Schwacher (fehlender) IPO-Markt im 1. Halbjahr
- Eingetrübte Perspektiven des G-REIT
- Investorenzurückhaltung, insb. bei Small-/Mid Caps

Private Equity/M&A

- LBO-Markt nicht mehr intakt
- Mid Cap-Transaktionen auf normalem Niveau
- Fundraising auf niedrigem Niveau „intakt“
- Interessante Unternehmensbewertungen
- Wachsender Bereich „Restrukturierung“

Mittelstand

- Keine Auswirkungen der Bankenkrise erkennbar
- Stabilität & Optimismus
- Voranschreiten der Globalisierung
- Wachsende Offenheit für „alternative“ Formen der Unternehmensfinanzierung



Werbemarkt (in Bezug auf GoingPublic Media)

- Zurückhaltung der (großen) Banken
- Weiter wachsendes Interesse der beratenden Berufe
- Insgesamt weitgehende Stabilität
- Wachsende Bedeutung der Erschließung neuer Zielgruppen
- Festigung der Stellung im Wettbewerb
- Aussichtsreiche Nischenkonzepte und -medien

Ergebnisrelevante Faktoren 2008

- Leicht steigende Kosten
- Werbezurückhaltung des Bankensektors
- Trends mit Risiken, „Sättigung“ im Kerngeschäft
- + Ausbau Dienstleistungsgeschäft („Finanzplatz“ u.a.)
- + Wachstumssegment „Mittelstand“
- + Gefestigte Marktstellung, neue Erlösquellen

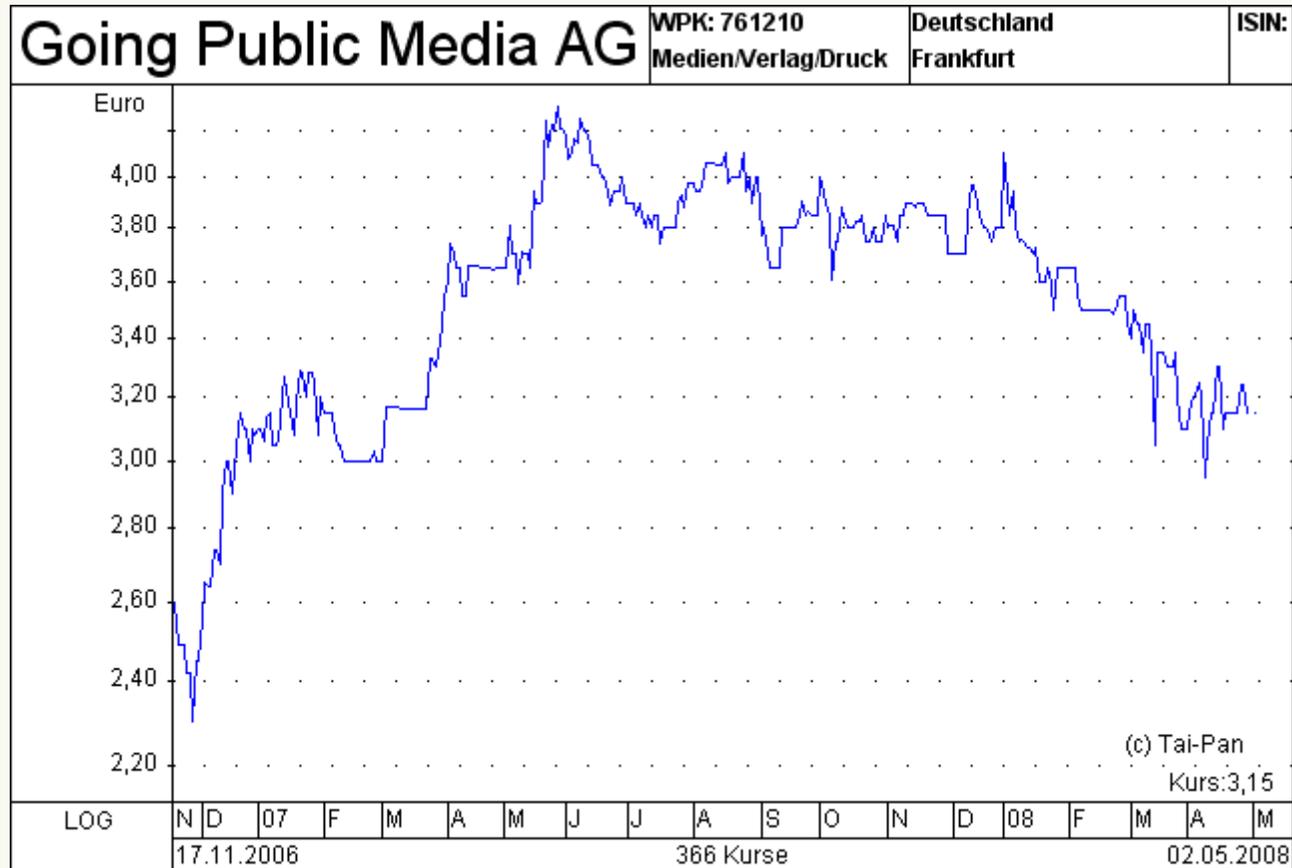
- 16. November 2006
- Erstnotiz: 2,60 Euro
- Kurs 2. Mai 2008: 3,30 Euro
- Performance (2.5.08): + 26,9 %



- ca. 125 Aktionäre (vs. 70 zum Listing-Zeitpunkt)
- Namensaktien
- Designated Sponsoring seit Jahresanfang 2007
- Handelsvolumen durchschn. 2-3.000 Stück/Tag
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Wirtschaftsprüfung/HV/Research/Website/
Aktienregister/Geschäftsbericht u.v.m. –
eine Fülle neuer Erfahrungen...

GoingPublic Media – die Aktie

GoingPublicMedia
AKTIENGESELLSCHAFT



- Market Cap: 3,0 Mio. Euro
- Free-Float: ca. 40 % (je nach Definition)

- 4. April: Vorläufige Geschäftszahlen 2007
- 2. Mai: Testierte Zahlen 2007/Konzernzahlen
- 27. Juni: Hauptversammlung 2008
- Anfang August: Halbjahreszahlen 2008
- Anfang November: 9-Monats-Zahlen + Ausblick
- 10.-12. November: Deutsches Eigenkapitalforum
- Dezember: VI. MKK in München

10 Gründe für die Aktie

- Margenstärke (Umsatzrendite 15-20 %)
- Ergebniswachstum > Umsatzwachstum
- Hoher Free Cash-Flow
- Hoher Bestand an flüssigen Mitteln („Kriegskasse“)
- Mehrheitsbeteiligung Smart Investor: Break-even erreicht, konservativer Bilanzansatz
- Dividendenfähigkeit
- Konservatives Geschäftskonzept + Wachstum = ?
- Wachstumspotenzial, Sprung in „neue Ligen“ mögl.
- Wachsender „Deal Flow“ im Bereich M&A
- Aktie günstig bewertet