



# GoingPublic Media AG – m:access Forum auf der mkk

München, 9. Dezember 2010

Markus Rieger, Vorstand

**GoingPublicMedia**

AKTIENGESELLSCHAFT

1. Geschäftsentwicklung 2009/2010
2. Ziele, Aktie und Ausblick



## 1. 2009 & 2010 in Zahlen

- Kennzahlen GoingPublic Media AG
- Umsatzverteilung nach Bereichen/im Zeitablauf
- Zahlen zum 30.9.2010
- Zahlen Smart Investor Media GmbH/  
"Die Stiftung" Media GmbH
- Umsatz- und Ergebnisentwicklung 1998-2010e
- Entwicklung des Eigenkapitals u.a.

## GoingPublic Media AG

- Umsatz: 2,28 Mio. Euro (Vj. 2,47; - 7,3 %)
- Ergebnis: 185 TEUR (Vj. 324 TEUR)
- Bilanzsumme: 1.589 TEUR (Vj. 1.635 TEUR)
- Eigenkapital: 1.356 TEUR (Vj. 1.350 TEUR)
- Eigenkapitalquote: 85,3 % (Vj. 82,6 %)
- Flüssige Mittel: 707 TEUR (Vj. 773 TEUR)

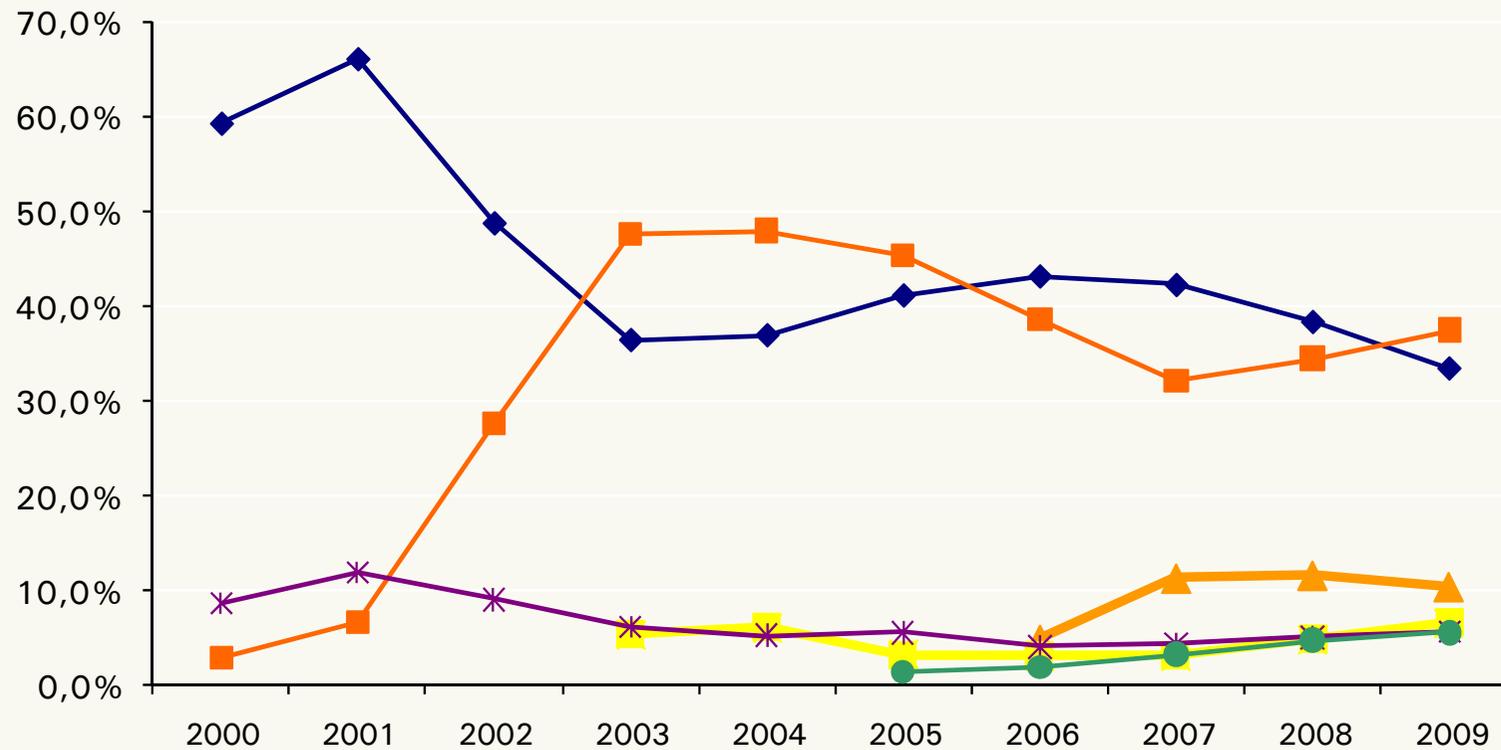
## Umsatzverteilung

- |                           |                     |
|---------------------------|---------------------|
| ▪ VentureCapital Magazin  | 857 TEUR (+ 0,8 %)  |
| ▪ GoingPublic Magazin     | 766 TEUR (- 19,1 %) |
| ▪ Unternehmeredition      | 238 TEUR (- 16,8 %) |
| ▪ Services                | 127 TEUR (+ 2,4%)   |
| ▪ Smart Investor/STIFTUNG | 151 TEUR (+ 26,9%)  |
| ▪ HV Magazin              | 126 TEUR (+ 9,6%)   |
| ▪ Bücher/Sonstige         | 20 TEUR (Vj. 24)    |

# Umsatzverteilung im Zeitablauf

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

## Entwicklung der Umsatzanteile in Prozent



◆ GoingPublic Magazin      ■ VentureCapital Magazin      ▲ Unternehmeredition  
■ Smart Inv./STIFTUNG      \* Services      ● HV Magazin

## Smart Investor Media GmbH

- Umsatz: 484 TEUR (Vj. 520 TEUR, -7,0 %)
- Ergebnis: 1,0 TEUR (Vj. 21,4 TEUR)
- Bilanzsumme: 231 TEUR (Vj. 228 TEUR)
- Eigenkapital: 75,5 TEUR (Vj. 74,5 TEUR)
- Eigenkapitalquote: 32,7 % (Vj. 32,7 %)
- Flüssige Mittel (31.12.): 175,6 TEUR (Vj. 169,6)

## **„DIE STIFTUNG“ Media GmbH**

- Umsatz: 171 TEUR (Vj. 159 TEUR, 1.5.-31.12.)
- Ergebnis: - 119,6 TEUR (Vj. - 61,5 TEUR)
- Bilanzsumme: 155,2 TEUR (Vj. 166,8 TEUR)
- Eigenkapital: - 36,0 TEUR (Vj. + 83,5 TEUR)
- Flüssige Mittel (31.12.): 6,9 TEUR (Vj. 35,7 TEUR)

## GoingPublic Media AG – Zahlen zum 30.9.2010

- Umsatz: 1,76 Mio. Euro (Vj. 1,73 Mio., + 1,5%)
- Ergebnis: 174,3 TEUR (Vj. 150,2 TEUR, + 16,1%)
- EBIT: 163,5 TEUR (Vj. 129,7 TEUR, + 26,0%)
- EBITDA: 208,4 (Vj. 172,4 TEUR, + 20,9%)
- Flüssige Mittel: 824 TEUR (Vj. 627 TEUR, + 34,4%)

## Smart Investor Media GmbH– Zahlen zum 30.9.2010

- Umsatz: 398 TEUR (Vj. 345 TEUR, + 15,1%)
- Ergebnis: 22,7 TEUR (Vj. -8,7 TEUR)
- EBIT: 21,8 TEUR (Vj. -10,0 TEUR)
- EBITDA: 22,1 TEUR (Vj. -10,0 TEUR)
- Flüssige Mittel: 189 TEUR

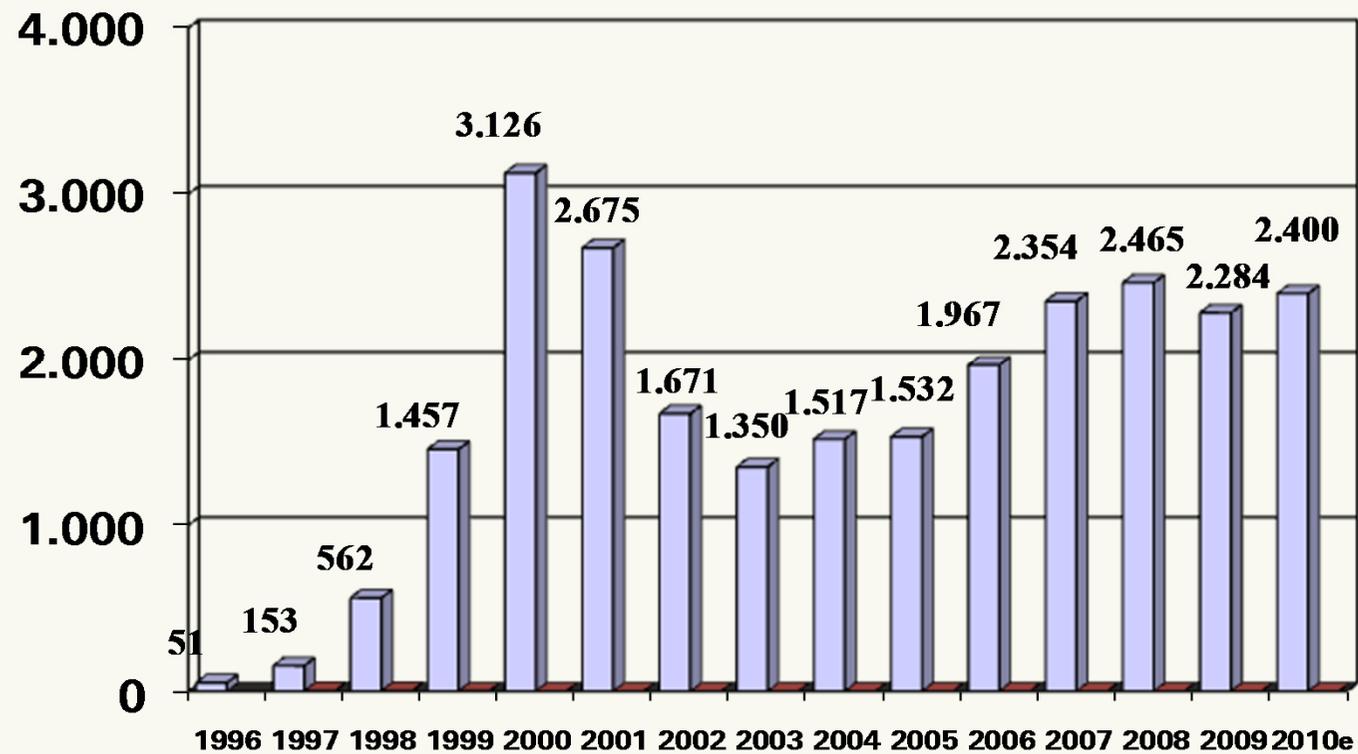
## **DIE STIFTUNG Media GmbH– Zahlen zum 30.9.2010**

- Umsatz: 308 TEUR (Vj. 126 TEUR, + 145%)
- Ergebnis: 15,0 TEUR (Vj. -99,3 TEUR)
- EBIT: 19,3 TEUR (Vj. -95,8 TEUR)
- EBITDA: 31,9 TEUR (Vj. -82,7 TEUR)
- Flüssige Mittel: 25 TEUR

# Umsatzentwicklung 1996-2010e

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

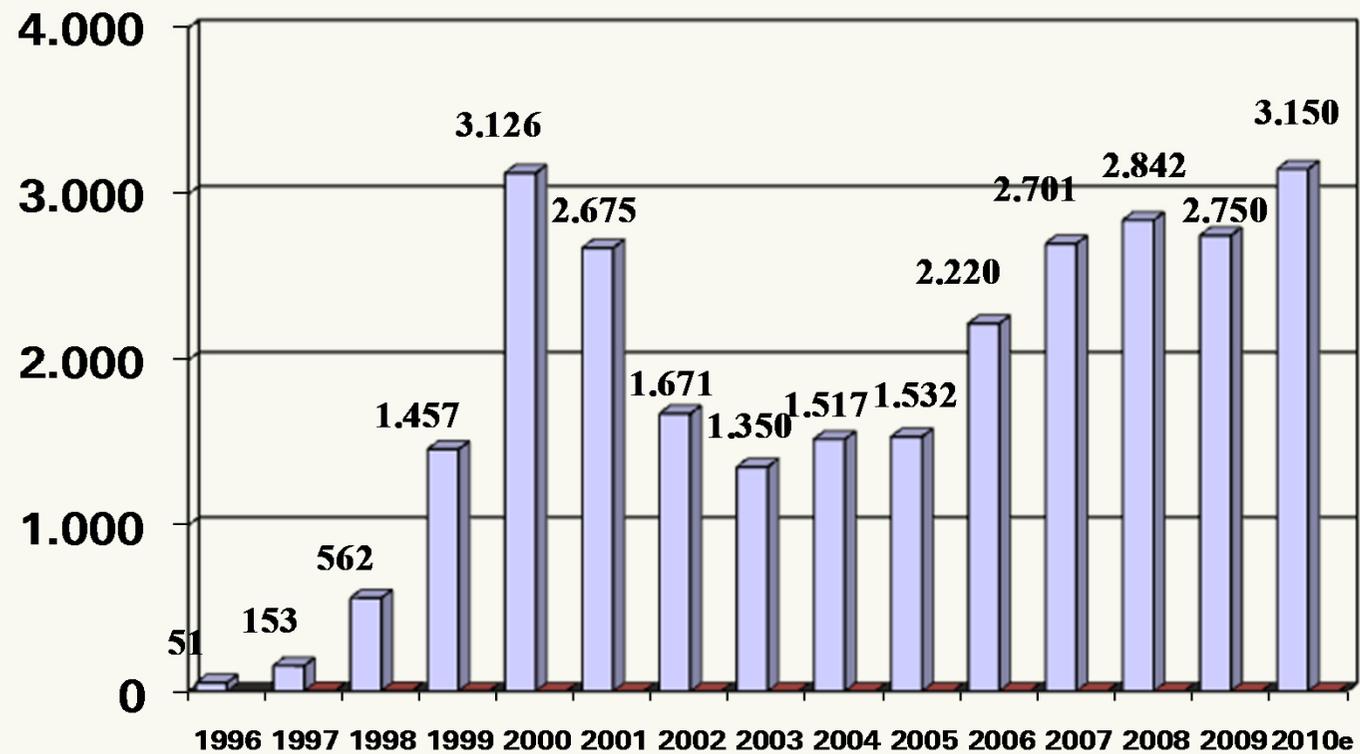
in TEUR



# Umsatz 1996-2010e (Konzern)

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

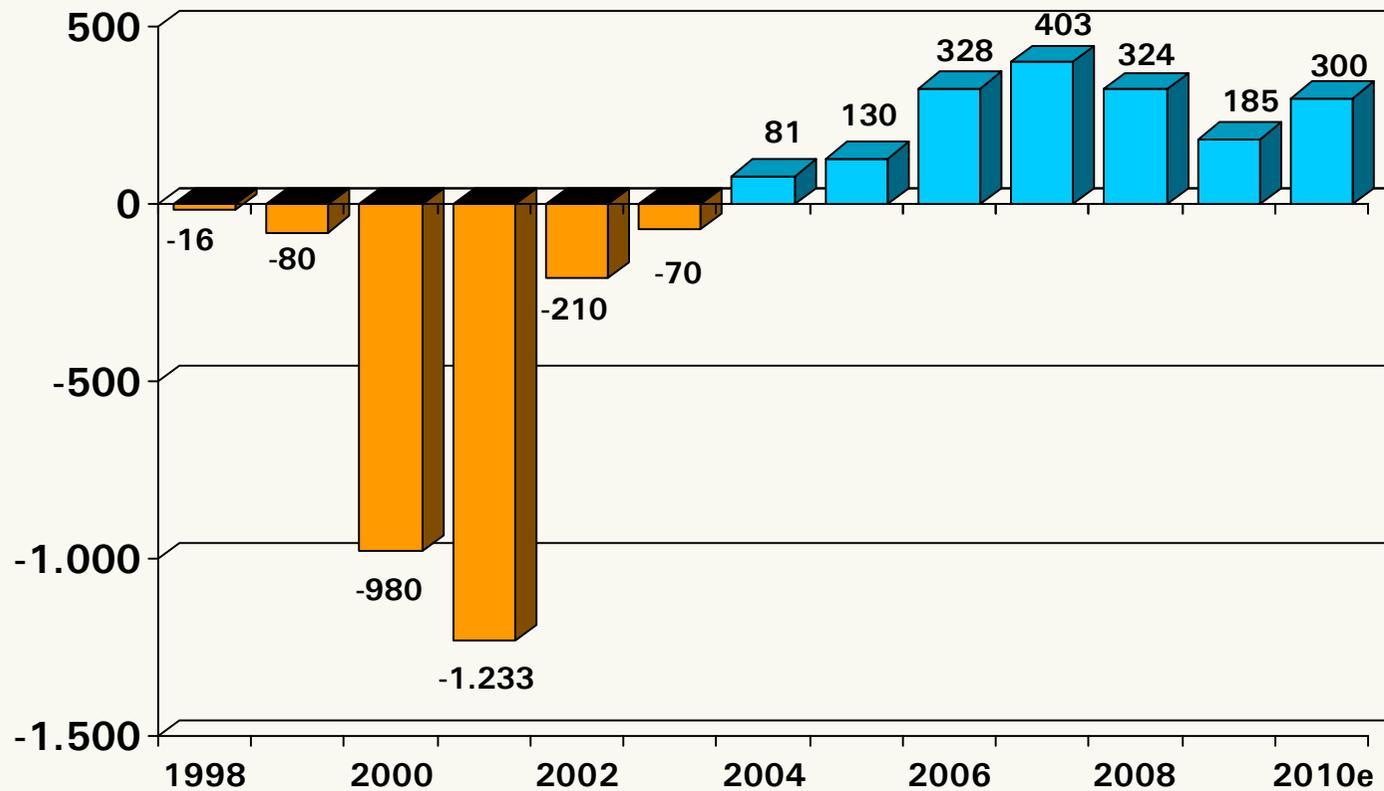
in TEUR



# Ergebnisentwicklung 1998-2010e\*

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

in TEUR

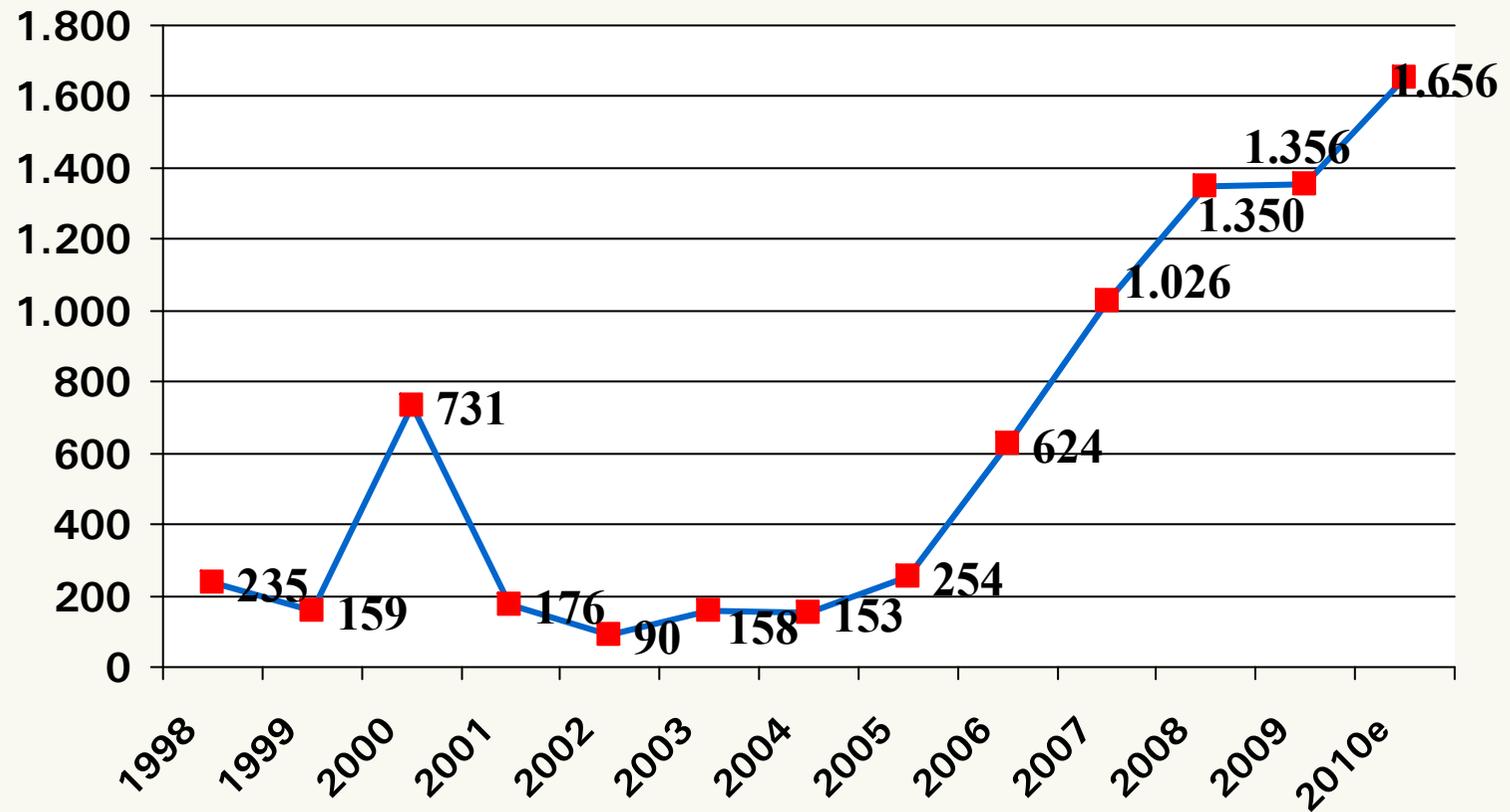


\* Ex Listingkosten 2006 sowie a.o. Effekte 2004

# Eigenkapital 1998-2010e

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

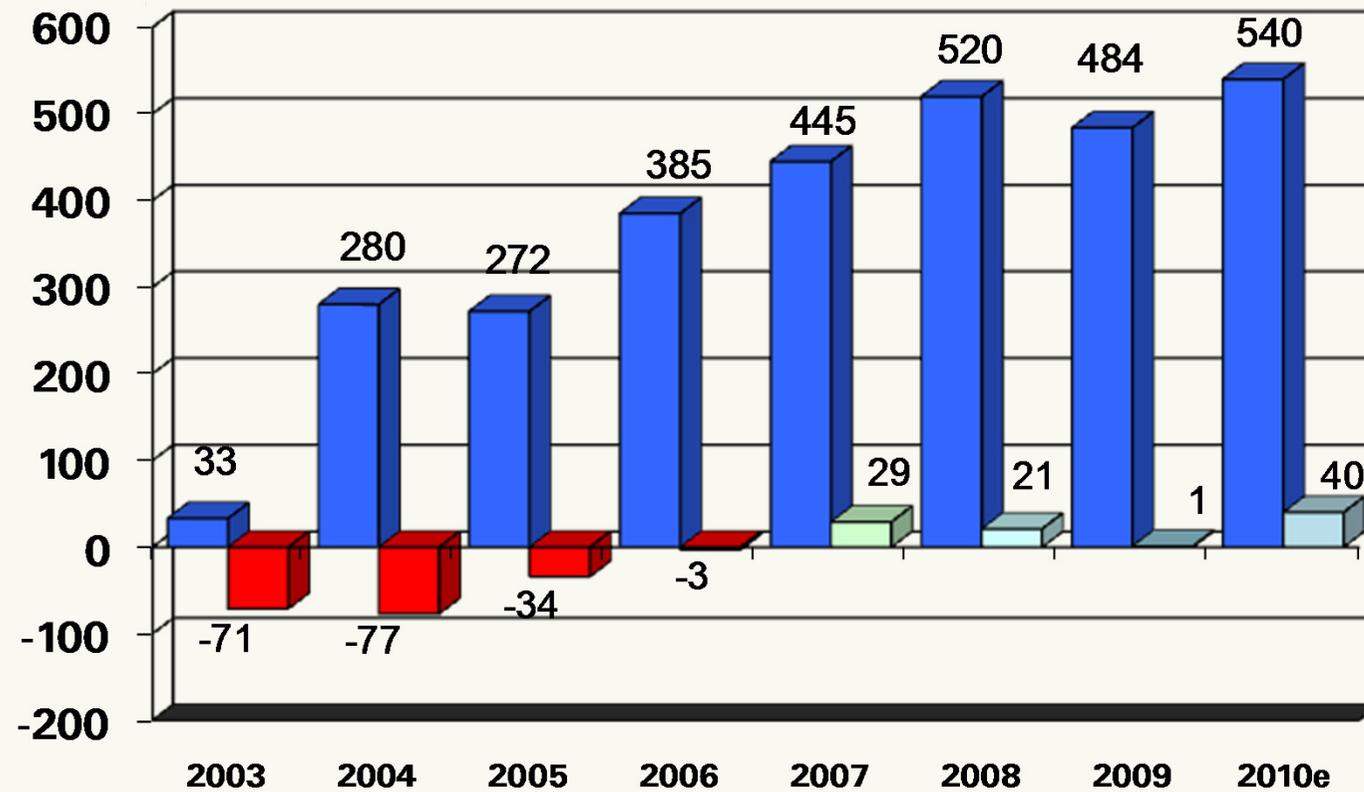
in TEUR



# Smart Inv. Media 2003-2009

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

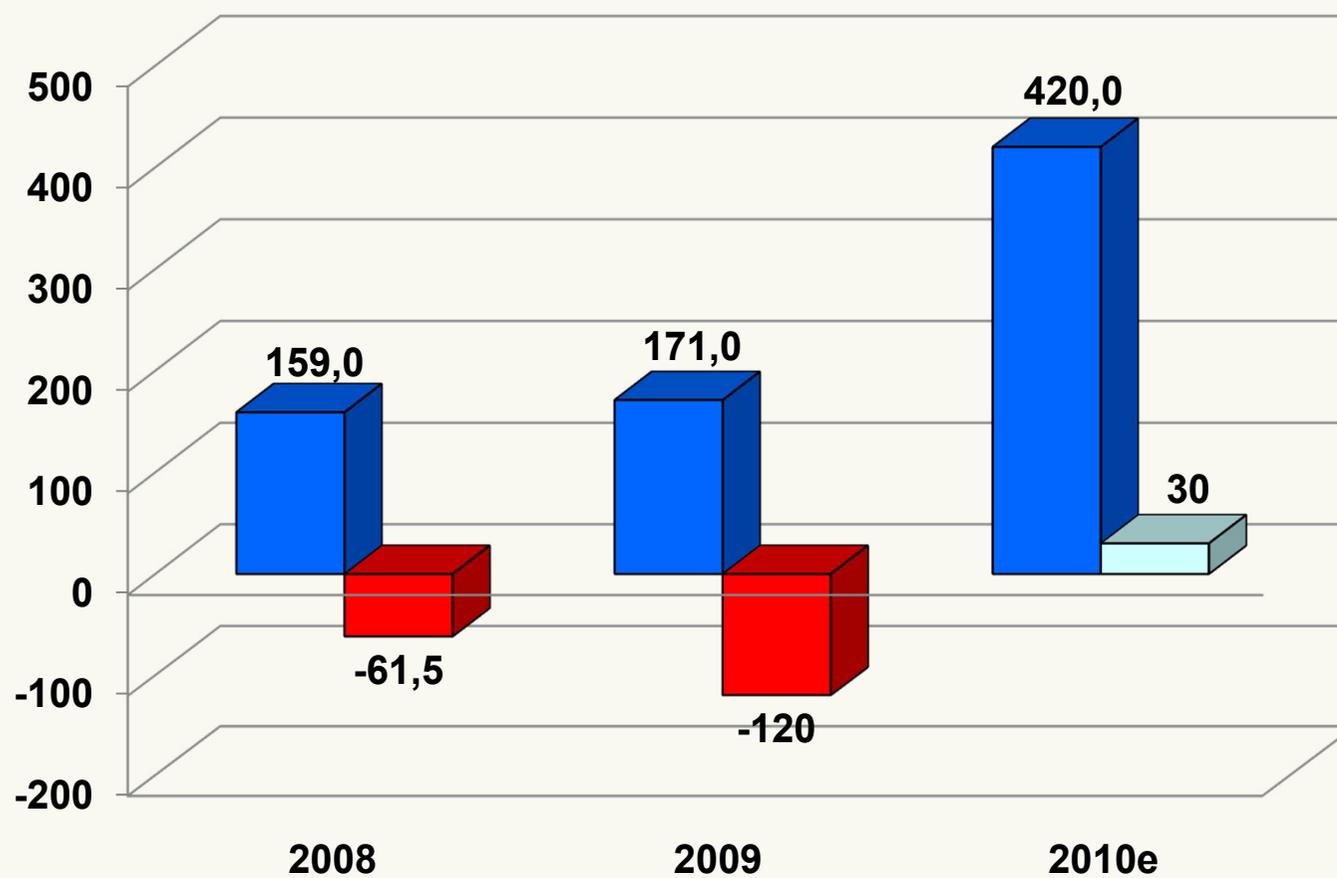
in TEUR



# DIE STIFTUNG Media 2008-2010e

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT

in TEUR



# Marken-Portfolio 2010

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  
— Services

## 2. Ziele, Aktie & Ausblick

- Ziele im Überblick
- Ziele im Einzelnen
- GoingPublic Media – die Aktie
- Finanzkalender 2011
- 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

## GoingPublic Magazin

- Umsatz- und Ergebnissteigerung 2010/2011
- Benchmark: Jahr 2008
- Festigung der Marktstellung, Aufbau Standort Frankfurt
- Erhalt und Ausbau der Innovationsfähigkeit, Internet

## HV Magazin

- Festigung der Marktstellung
- Etablierung weiterer Sonderausgabe („HV-Recht“)

## VentureCapital Magazin

- Stabilisierung von Umsatz und Ergebnis
- Benchmark: Jahr 2009
- Festigung der Marktstellung
- Festlegung und Umsetzung der Online-Strategie
- Erhalt und Ausbau der Innovationsfähigkeit
- Personelle Aufstellung

## Unternehmeredition

- Deutliches Umsatzwachstum & Ergebnisverbesserung
- Profitabilität (nach Vollkosten)
- Strategische Weichenstellungen, u.a. Abschluss wichtiger Kooperationen
- Verselbständigung Beziehermodell, Reduktion der Abhängigkeit von den Schwestermagazinen
- Personelle Aufstellung, Weichenstellungen 2011-2013

## Stärken

- Exzellenter Zugang zur Finanzindustrie und damit zur wichtigsten Zielgruppe der Werbetreibenden
- Großes Know-how und Netzwerk des Verlags/Magazins im Bereich Unternehmensfinanzierung
- Zahlreiche Cross-Links zu den weiteren Verlagstiteln

## Schwächen:

- Mangelnder Leser-Dialog, kaum Anzeigen-Response
- Fehlendes Abo-Geschäft, > 90 % werbefinanziert
- Keine gewachsene Leserschaft, instabile Auflage
- Großer Wettbewerb sehr vieler Verlage um gleiche Werbebudgets, Leserschaft, etc.
- „Versponsorte“ Titelcover mit negativem Strahleffekt auf die eigentliche Zielgruppe

## Chancen:

- Mittelstand im Umbruch: klassische Kreditfinanzierung verliert an Bedeutung, Bedeutung von Eigenkapital steigt!
- Zersplitterter Markt der Unternehmermedien
- Mission: Positionierung der Unternehmeredition als „Lösungsanbieter“ (vor allem für die Kernzielgruppe Familien-Unternehmer)

## Risiken:

- Großer Wettbewerb (gemessen an der Anzahl der Titel)
- Hohe Wettbewerbsintensität
- Zielgruppe „Unternehmer“ ist allseits umworben
- Schaffung der USP generell eine große Herausforderung
- Investitionshöhe und –dauer schwer abschätzbar

## **Mission:**

- Lösungsanbieter & Dialogplattform für (Familien)Unternehmen
- Mittler und Berater für Unternehmen und Dienstleister

## **Ziele/Maßnahmen 2011**

- Einstellung Objektleiter
- Einführung Jahres-Sponsoring
- Abschaffung Sponsorenlogos auf der Titelseite
- Quantitative (mehr Adressen) und qualitative (eigenes Unternehmernetzwerk) Auflagensteigerung
- Aufbau einer Eventserie (mind. 4 Events 2011)
- Einführung Abo-Modell (Freiabos nur noch für Unternehmer)
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit Verbänden
- Schaffung einer eigenen Unternehmer-Hörbuchreihe
- Weitere Maßnahmen

## Smart Investor

- Umsatz- und Ergebnissteigerung
- Sicherung der Abo-Basis, Umstellung Bezugsmodell
- Wachstum im Anzeigengeschäft, Relaunch Website

## DIE STIFTUNG

- Sprung in die Gewinnzone
- Weiterer Auf- und Ausbau Erlös-/Geschäftsmodell
- Personelle Aufstellung, aktive Rolle im Markt

## Dienstleistungsgeschäft/Corporate Publishing

- Weitere Standardisierung der Angebotspalette
- Professionalisierung im Vertrieb/Nutzung von Cross Selling-Potenzialen
- Auftrag für ein zusätzliches Periodikum 2010/2011
- Auf- und Ausbau Referenzliste
- Nutzung der Synergien zum Zeitschriftengeschäft

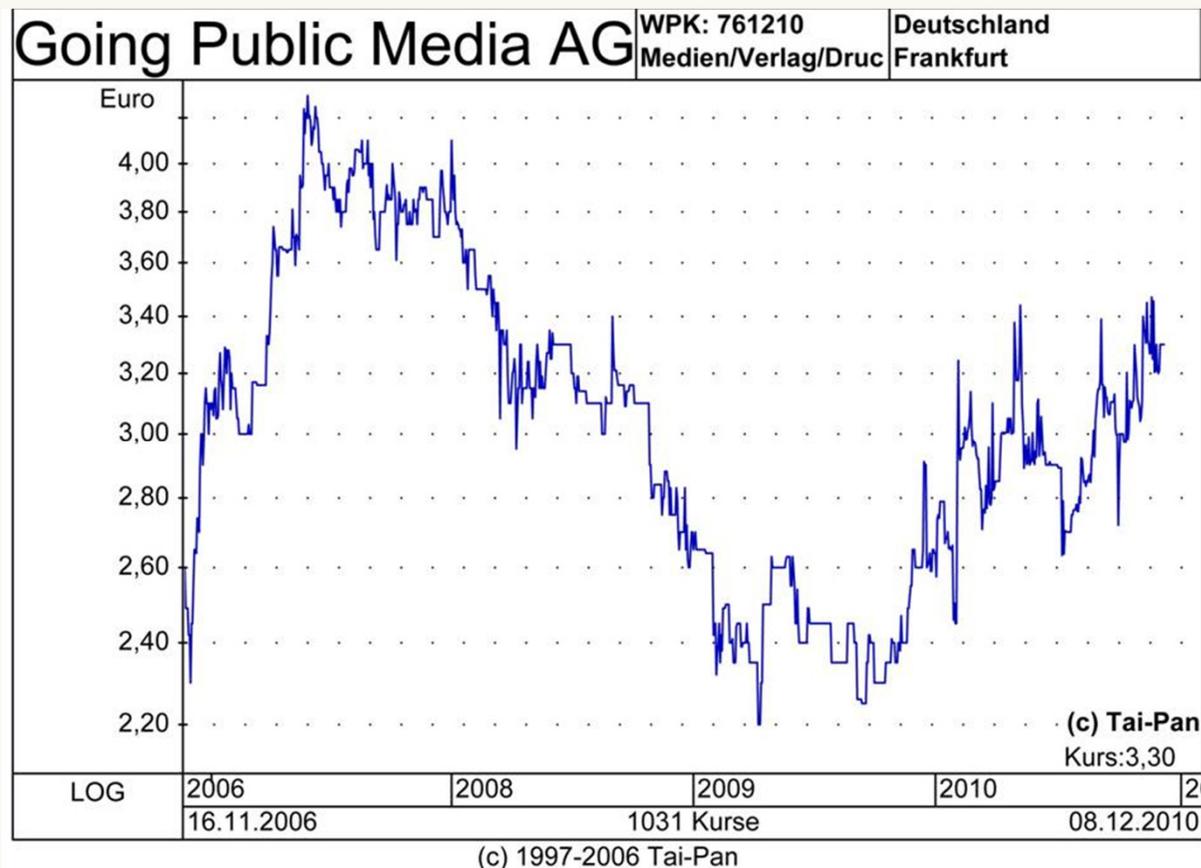
- Listing-Zeitpunkt: 16. November 2006
- Erstnotiz: 2,60 Euro
- Kurs 8. Dez. 2010: 3,30 Euro
- Performance 2010: + 18,0 %
- Performance 12 Monate: + 27,3 %
- Performance (seit Listing): + 26,9 %



- ca. 180 Aktionäre (vs. 70 zum Listing-Zeitpunkt)
- Namensaktien
- Designated Sponsoring/Xetra-Handel Anfang 2007
- Handelsvolumen durchschn. 1.000-2.000 Stück/Tag
- Einbeziehung in M:access im Herbst 2008
- Aktionärsstruktur: Strascheg 37%, Rieger 18%, Birkert 5%, 6 weitere Aktionäre 20%, Mitarbeiter 4%, Streubesitz ca. 16%

# GoingPublic Media – die Aktie

GoingPublicMedia  
AKTIENGESELLSCHAFT



- Market Cap: 2,95 Mio. Euro
- Free-Float: ca. 16 % (je nach Definition)

- Ende Feb.: Veröffentlichung vorläufiger Zahlen 2010
- Mitte März: Veröffentlichung testierter Zahlen 2010
- 3. Mai: Hauptversammlung
- Anfang August: Halbjahreszahlen
- Anfang November: 9-Monats-Zahlen + Ausblick
- 22.-24. November: Deutsches Eigenkapitalforum

# 7 Gründe für die Aktie

- Tragfähiges Geschäftsmodell – auch in der Krise
- Stattliche Dividende und Dividendenerhöhung
- Komfortable Kapitalausstattung
- Wirtschaftliche Erholung 2011
- „Wertgeneratoren“ Smart Investor/DIE STIFTUNG
- Übernahmephantasie(n)
- Günstige Bewertung der Aktie