

Deutsches Eigenkapitalforum 2011

TOMORROW FOCUS AG

Stefan Winner, CEO
Dr. Dirk Schmelzer, CFO

21. November 2011



CELLULAR

ElitePartner

Finanzen100



HolidayCheck.com

jameda

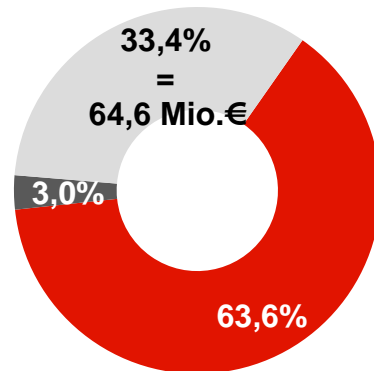


TOMORROW FOCUS MEDIA



TOMORROW FOCUS AG ist einer der führenden börsennotierten Internetkonzerne in Deutschland

Anteilsbesitz



■ Burda Digital GmbH ■ Vorstand & Aufsichtsrat ■ Freefloat

Vorstand



Stefan Winners
Vorstandsvorsitzender/ CEO
Davor: Bertelsmann-Group



Dr. Dirk Schmelzer
Finanzvorstand/ CFO
Davor: Telefónica-Group



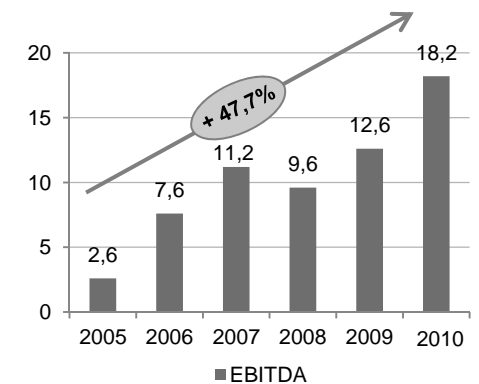
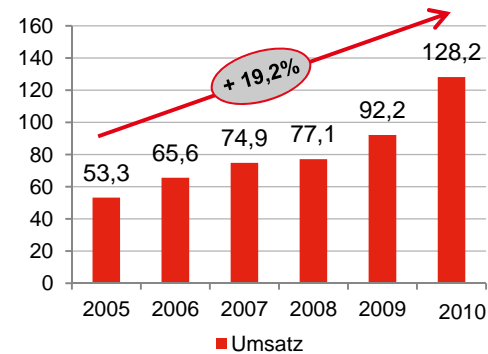
Christoph Schuh
Vorstand
Davor: Tomorrow Internet AG

Stammdaten

- Hauptsitz: München
- Mitarbeiter: 559 (FTE)
- Gelistet im Prime Standard: ‚TFA‘; ISIN DE0005495239
- Grundkapital: 53.012.390 €
- Kurs Hoch/Tief 52 W.: 5,37 €/3,05 €
- Kurs 16.11.2011: 3,63 €
- Marktkapitalisierung: 193,5 Mio. €

Umsatz und EBITDA 2005 - 2010

In Mio. €/ CAGR



Transactions

Das Geschäftssegment Transactions



Erlösmodell

Marktstellung

Wettbewerb

Perspektiven

- Kommission bei Buchung von Pauschalreisen und Hotels in DACH; CPC in F
- Nr. 1 in Deutschland, Nr. 1 in Polen
- Expedia, Tripadvisor, Unister-Gruppe
- Europäisches Ausrollen von HC, beginnend in Polen und Frankreich

- Abo-Erlöse aus Mitgliedschaften
- Nr. 1 in Deutschland
- Parship, eDarling
- Peer-Group: eHarmony, Meetic
- Nutznießer einer Marktkonsolidierung

- Abo-Erlöse aus Premium-Mitgliedschaften von Ärzten
- Nr. 1 in Deutschland
- Gelbe Seiten, Google Places
- Nutznießer einer Verschiebung von offline Richtung online

HolidayCheck befindet sich in einer komfortablen Position in einem attraktiven Markt

Marktüberblick

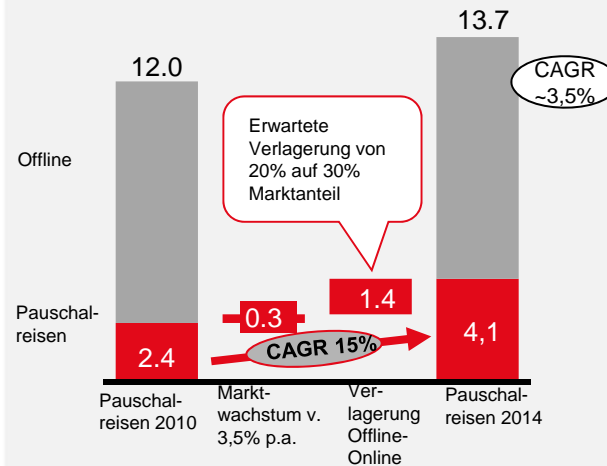
Pauschalreisen in Deutschland



- Buchungsvolumen 2010 in D: 12,0 Mrd. €, davon 2,4 Mrd. € online gebucht
- Marktanteil HolidayCheck in D: rund 35% bei online gebuchten Pauschalreisen

Marktentwicklung

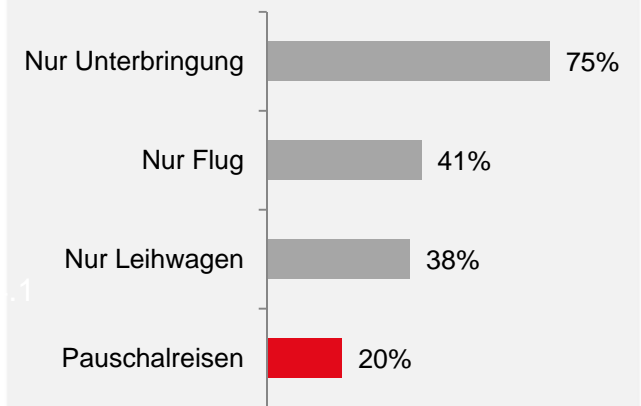
Pauschalreisen in Deutschland



- Der deutsche Pauschalreisemarkt wächst bis 2014 um 3,5% p.a.
- Der Markt der online gebuchten Pauschalreisen wächst überproportional um 15%

Markttreiber

Anteil am deutschen Online-Reisemarkt 2010

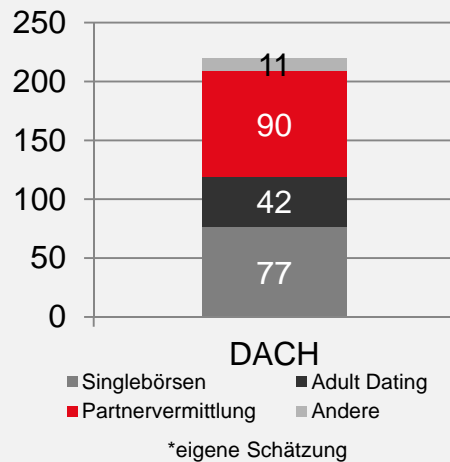


- Anhaltende Verlagerung von offline zu online gebuchten Pauschalreisen als treibende Wachstumskraft
- Märkte wie Polen liegen bei Online-nutzung noch einige Jahre hinter Deutschland u. bieten daher Potenzial

ElitePartner ist Marktführer im Bereich Online-Partnervermittlung

Marktüberblick*

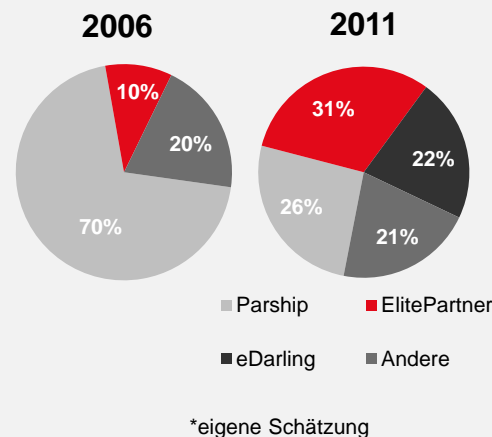
Dating und Matchmaking in DACH 2010



- Marktvolumen bei Online-Partnervermittlungen in DACH in 2010 bei rund 90 Millionen Euro

Marktanteile*

Online-Partnervermittlungen in Deutschland



- Drei Player beherrschen den Markt
- ElitePartner in D nach eigener Schätzung Marktführer
- Harter Wettbewerb unter den Top 3
- Einstelliges Marktwachstum erwartet

Markttreiber

Online-Partnervermittlungen



- Anhaltende Verlagerung von offline- zu onlinebasierter Partnersuche
- Partnersuche über Online-Partnervermittlungen mittlerweile in Bevölkerung positiv belegt

jameda ist Marktführer unter den Online-Arztbewertungsportalen

Marktüberblick

Anzahl Ärzte in Deutschland



- Aktuell gibt es rund 250.000 zugelassene Ärzte in rund 150.000 Arztpraxen in Deutschland; diese geben p.a. im Schnitt 1.800 Euro für Werbung aus

Marktanteile

Werbeausgaben von Ärzten offline und online in D



- Der Markt für Arztwerbung in D wird auf ca. 250 – 300 Mio. € geschätzt, davon ist noch über 85% Printwerbung
- Nur rund 15% der Werbung fließt in Online, obwohl bereits mehr als 60% der Arztsuchen Online stattfinden
- jameda hat einen Marktanteil von 20% aller Online-Arztsuchen in D und ist damit hier Marktführer

Markttreiber

Online-Arztbewertungsportale

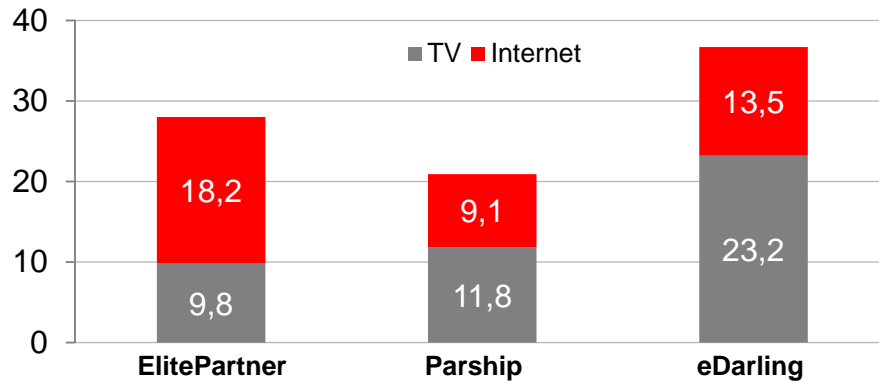


- Markt für Arztwerbung (offline + online) wächst 2011 um ca. 8%, online dabei mit stark überproportionalem Wachstum; Verdreifachung bis 2015 erwartet
- Anhaltende Verlagerung der Arztsuche von Offline zu Online und damit steigende Bereitschaft der Ärzte, auf jameda Abos abzuschließen

Gewaltige Marketingschlacht, aber HolidayCheck und ElitePartner bleiben Nr. 1 mit stabilen Marktanteilen

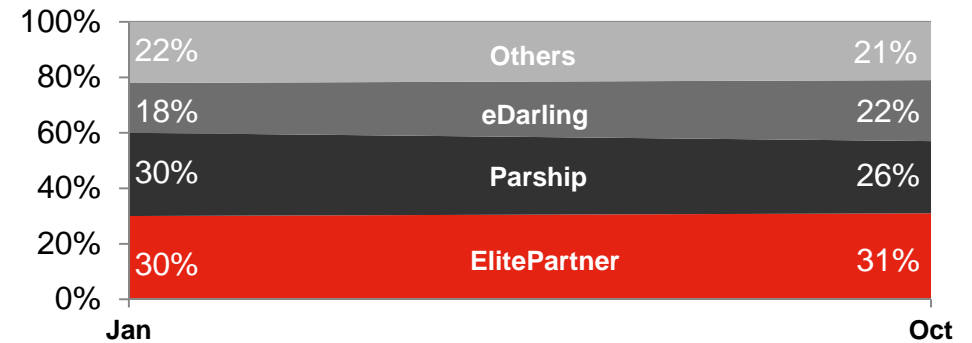
Mediasplit deutsche Partnervermittlungen 1-9/11

In Mio. €, Brutto-Werbeausgaben; Quelle: Nielsen



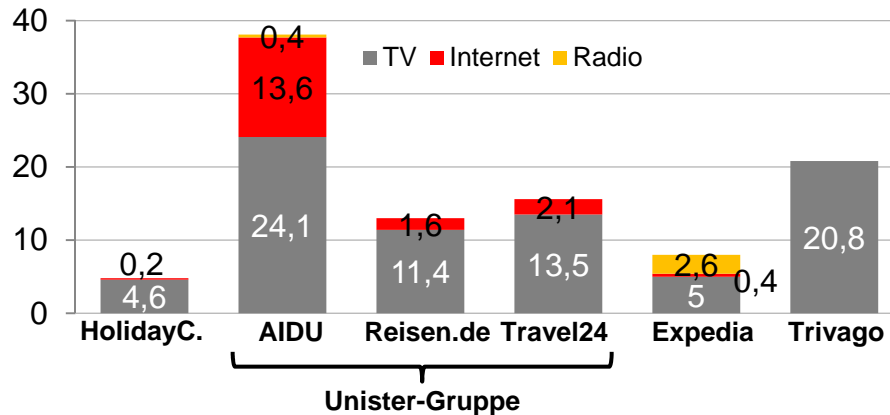
Marktanteil ElitePartner unter dt. Partnervermittlungen 1-10/11

In Prozent des Umsatzes; Quelle: eigene Schätzung



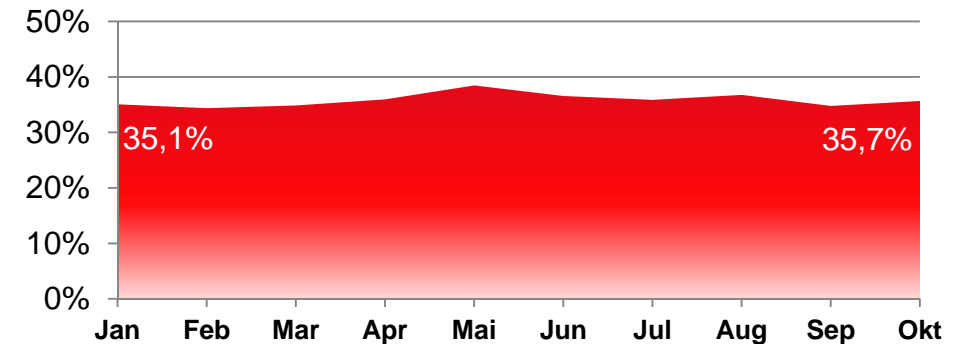
Mediasplit deutsche Online-Reisebuchungsportale 1-8/11

In Mio. €, Brutto-Werbeausgaben; Quelle: Nielsen



Marktanteil HolidayCheck unter dt. Top 6 OTAs 1-10/11

In Prozent; Quelle: Traveltainment



Das Geschäftssegment Transactions wächst weiter – EBITDA durch Internationalisierung von HC belastet

Transactions-Segment: Starkes Wachstum

- Umsatz-, ergebnis- und wachstumsstärkstes Segment
- CAGR 2011-2013: 5 - 25% vom Umsatz
- Weitgehend krisenfestes Geschäftsmodell

Aktuelle Entwicklung:

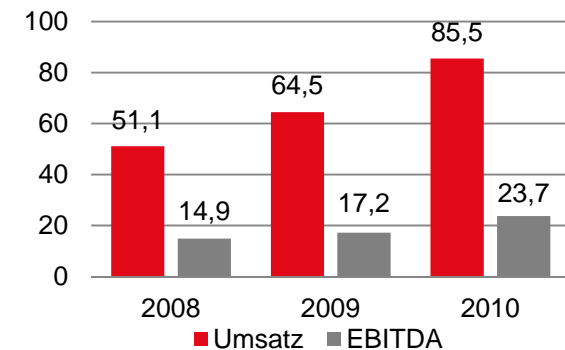
- ElitePartner gewinnt Marktanteile trotz wettbewerbsintensivem Marktumfeld; Nr. 1 in Deutschland
- HolidayCheck: Umsatzwachstum über Marktdurchschnitt; Starke Nr. 1 Position
- HolidayCheck International mit ersten Erfolgen: Nr. 1 in Polen; Starkes Visitwachstum in Frankreich;
- Investitionen in die HC Internationalisierung in Q1-3/2011 gegenüber Vorjahr: +3,3 Mio. €

*bereinigt um Umsatz und Ergebnisse der im November 2010 veräußerten Playboy Deutschland Publishing GmbH;
 **jameda ab 2011, in 2010 PDP

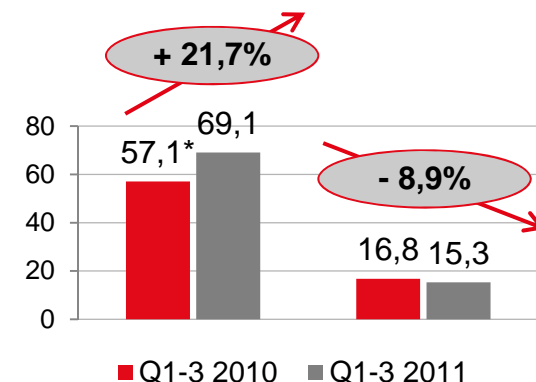
Transactions

HolidayCheck, ElitePartner, jameda**

Umsatz + EBITDA 2008 – 2010 in Mio. €



Umsatz + EBITDA Q1-3 2010 u. Q1-3 2011 in Mio. €



Advertising

Das Geschäftssegment Advertising

TOMORROW FOCUS MEDIA Premium-Onlinevermarkter



Erlösmodell

- Provisionserlöse aus der Vermarktung von Online-Werbung

Marktstellung

- Nr. 1 in Deutschland

Wettbewerb

- InteractiveMedia, SevenOne Media, IP Deutschland

ONLINE FOCUS Nachrichtenportal



- Online-Werbung

- Nr. 2 in Deutschland

- Spiegel Online, Welt Online, Süddeutsche.de

Finanzen100 Stock market portal



- Online-Werbung

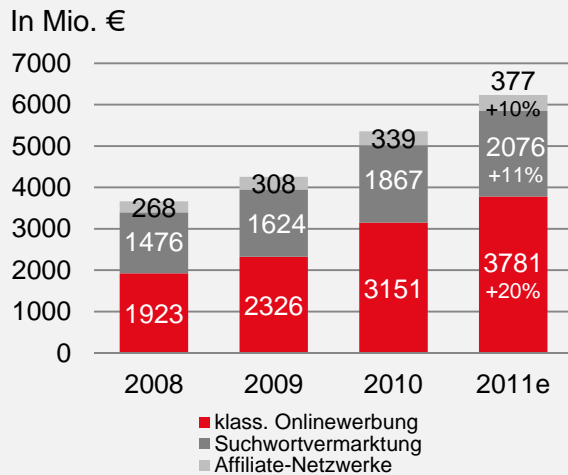
- Nr. 6 in Deutschland

- Finanzen.net, OnVista, WallstreetOnline

Im Verbund mit Focus Online, Finanzen100 u. Fremdvermarktung ist TFM größter deutscher Digital-Vermarkter

Marktüberblick

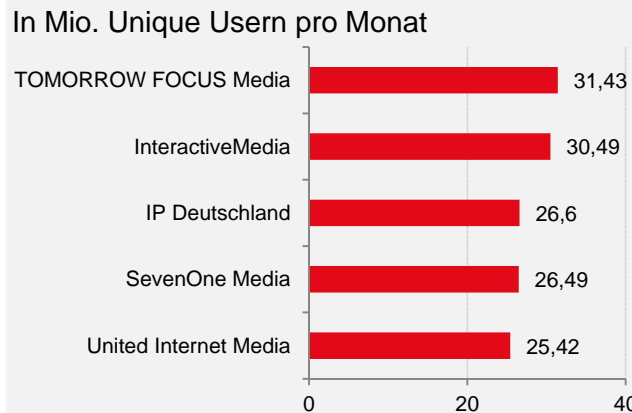
OVK-Werbestatistik 2008 bis 2011



- Onlinewerbung wächst seit Jahren beständig
- Klassische Display-Werbung wächst im Vergleich zu Suchwortvermarktung und Affiliate überproportional

Marktanteile

AGOF-Reichweite dt. Online-Vermarkter 07/2011

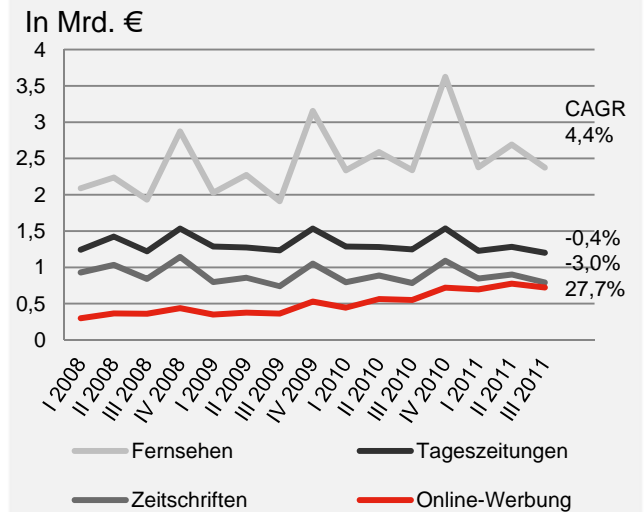


Quelle: AGOF internet facts Juli 2011

- TOMORROW FOCUS Media erreicht gut 31 Millionen Deutsche; dies entspricht 62% aller Online-Nutzer in Deutschland
- TFM hat seinen Marktanteil unter Deutschlands Online-Vermarktern kontinuierlich gesteigert

Markttreiber

Nielsen-Werbeausgaben in Deutschland



- Anhaltende Verlagerung von Werbebudgets von klassischen Werbeformen hin zu Online-Werbung
- Online-Werbung gewinnt damit stetig an Bedeutung

Q1-3/2011: Starkes Wachstum im Advertising-Segment*

Advertising-Segment: Starkes Marktwachstum im in Q1-3/2011

- Online-Vermarktung gewinnt stetig Marktanteile gegenüber klassischen Werbeformen, wie TV, Print, Radio, usw.
- CAGR 2011-2013: 5 – 25% vom Umsatz
- Aktuell deutliches Wachstum, aber konjunkturabhängig

Aktuelle Entwicklung:

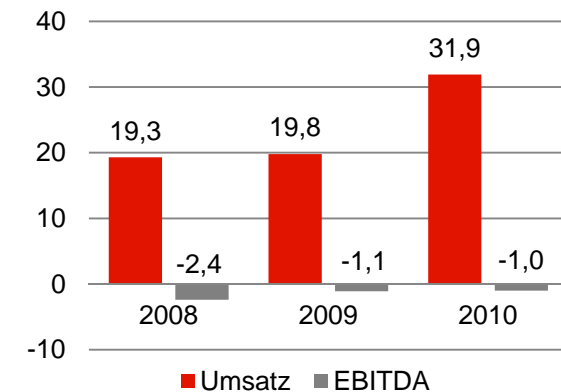
- Starkes Wachstum des Premiumvermarkters TOMORROW FOCUS Media
- Positives Segment EBITDA in Q1-3/2011; EBIT leicht negativ

*Bereinigt um Umsatz August u. September 2010 der AdJug-Gruppe, Ergebnisse der AdJug-Gruppe für August und September 2010 At-Equity berücksichtigt; AdJug-Mehrheit wurde im August 2011 veräußert

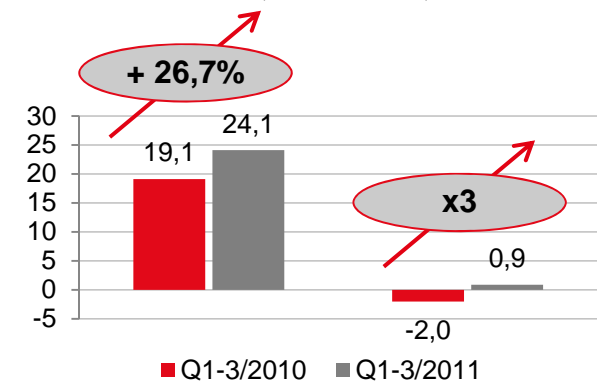
Advertising

TOMORROW FOCUS Media, AdJug, Finanzen100

Umsatz und EBITDA 2008 – 2010 in Mio. €



Umsatz und EBITDA Q1-3/2010 u. Q1-3/2011 in Mio. €



Technologies

Q1-3/2011: das Technologies-Segment verzeichnet weiteres Wachstum – EBITDA über Plan

Technologie-Segment: Cellular mit starkem Wachstum

- Strategisch wertvolles Segment dank Technik- u. Mobile-Know-how, Enabler für Transactions- und Werbegeschäft
- CAGR 2011-2013: 5 - 10% vom Umsatz
- Fokus: Ausbau des externen Geschäfts; Verbesserung der Profitabilität

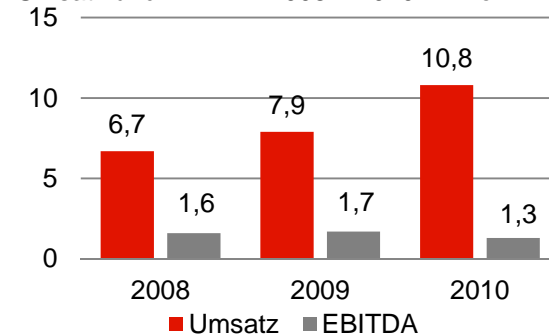
Aktuelle Entwicklung:

- Cellular glänzt erneut mit starkem Wachstum im Bereich der Apps für iPhone, iPad und Android
- TFT: Entwicklung des externen Geschäfts befriedigend
- Insgesamt liegen Umsatz und Ergebnisse über Plan

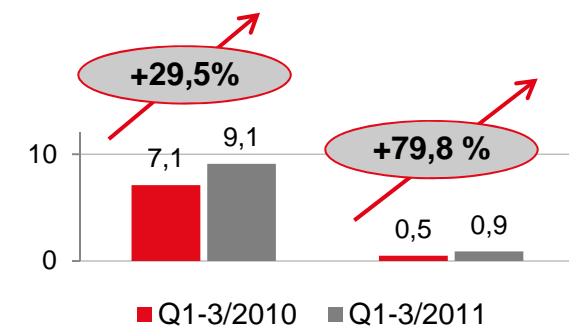
Technologies

TFT, Cellular

Umsatz und EBITDA 2008 – 2010 in Mio. €



Umsatz und EBITDA Q1-3/2010 u. Q1-3/2011 in Mio. €

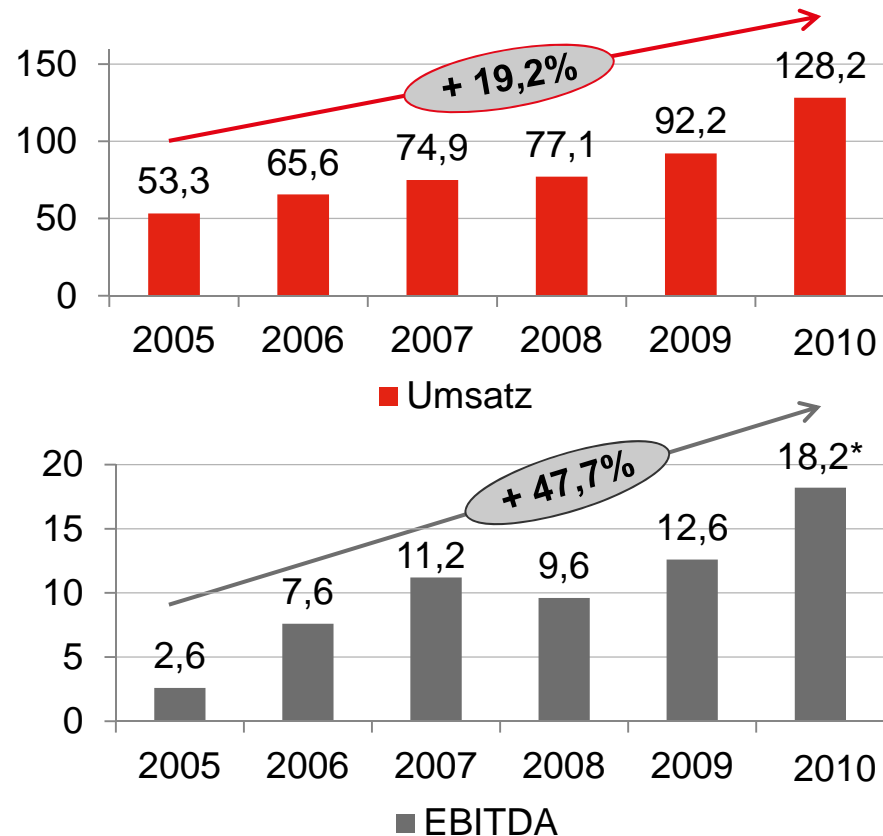


Kennzahlen

TOMORROW FOCUS: Hohes Umsatz- und Ergebniswachstum seit 2005

Umsatz und EBITDA 2005 - 2010

In Mio. € / CAGR



Kennzahlen (IFRS)

| in Mio. € | | 2008 | 2009 | 2010 |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|----------------------|
| 1 | Umsatz Wachstum in % | 77,1 +3,0 | 92,2 +19,5 | 128,2 +39,1 |
| 2 | EBITDA EBITDA-Marge | 9,6 12,4% | 12,6 13,7% | 24,0 18,7% |
| 3 | AfA | 3,9 | 3,7 | 8,1 |
| 4 | EBIT EBIT-Marge | 5,7 7,4% | 8,9 9,7% | 15,9 12,4% |
| 5 | Finanzergebnis | -2,7 | -4,2 | -2,8 |
| 6 | EBT EBT-Marge | 3,0 3,9% | 4,7 5,1% | 13,1 10,2% |
| 7 | Ergebnis nach Steuern EPS (in €) EPS vor Playboy-Verkauf u. Sonder-AfA (in €) | 2,3 0,05 | 2,1 0,05 | 10,6 0,22 0,16 |

*EBITDA 2010 bereinigt um positive Einmaleffekt aus dem Verkauf der Anteile an der Playboy Deutschland Publishing GmbH

Wachstumstrend setzt sich auch in Q1-3/2011 fort

| | In Mio. € | Q1-3/2011 | Q1-3/2010 | Veränderung |
|----------|-----------------------------------------|--------------|-----------|-------------|
| 1 | Umsatz | 102,3 | 83,3 | +22,9% |
| | Umsatz (inkl. Playboy und AdJug) | 102,3 | 94,0 | +8,8% |
| 2 | EBITDA | 13,9 | 11,5 | +20,5% |
| | EBITDA Marge | 13,6% | 13,8% | |
| 3 | Abschreibungen | 3,5 | 4,0 | -12,5% |
| 4 | EBIT | 10,4 | 7,5 | +37,3% |
| | EBIT Marge | 10,2% | 9,0% | |
| 5 | Finanzergebnis | -3,0 | -2,3 | |
| 6 | EBT | 7,4 | 5,2 | +43,3% |
| | EBT Marge | 7,2% | 6,2% | |
| 7 | EAT | 5,7 | 3,2 | +76,1% |

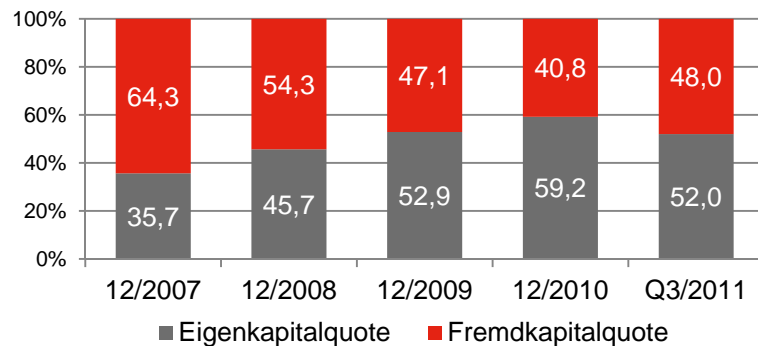
*bereinigt um Umsatz und Ergebnisse der Playboy Deutschland Publishing GmbH; Playboy D. wurde im November 2010 veräußert; außerdem bereinigt um Umsatz August u. September 2010 der AdJug-Gruppe, Ergebnisse der AdJug-Gruppe für August und September 2010 At-Equity berücksichtigt; AdJug-Mehrheit wurde im August 2011 veräußert

Starkes Wachstum, trotz saisonaler Marketinginvestitionen im Transactions-Segment (Werbeausgaben + 7,6 Mio. €), M&A-Aktivitäten (Beratungskosten + 0,7 Mio. €) und Drohverlusten für Schweizer Franken Hedge (0,5 Mio. €)

Die Eigenkapitalquote eröffnet finanzielle Spielräume für Wachstum

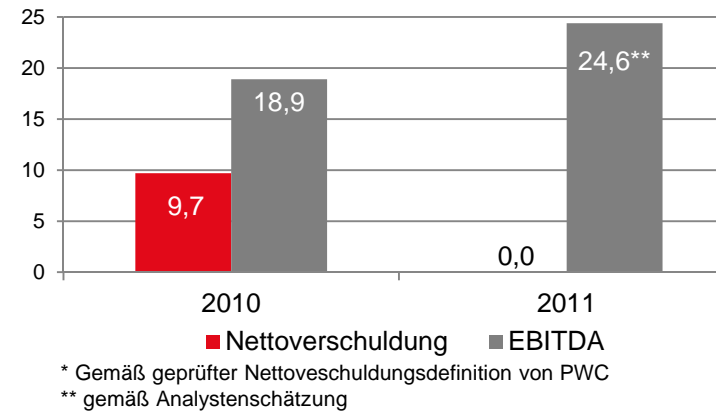
EK- vs. FK-Quote 12/07 – Q3/11

In %



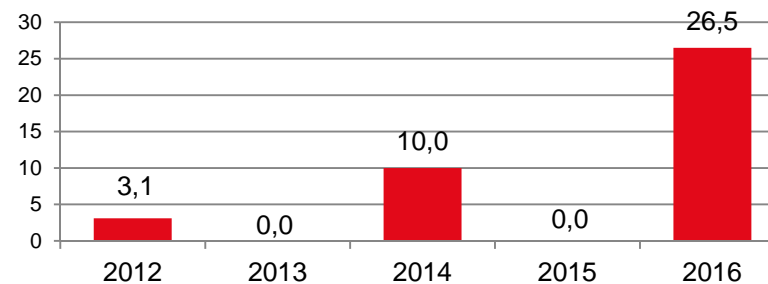
Nettoverschuldung* vs. EBITDA 10/11

In Mio. €



Fälligkeit Verbindlichkeiten 2012 - 2016

In Mio. €



Strategie 2015

Strategie 2015: Ausbau der Digitalaktivitäten mit hohem Umsatz- und Ergebniswachstum



Ausbau digitalbasierter Aktivitäten
in den Bereichen Advertising und
Transactions



Umsatz- u. Ergebnisziel 2015

- 250 Mio. € Umsatz
- 30 - 40 Mio. € EBIT

Prämisse der Strategie 2015: stagnierende bis gemäßigte wirtschaftliche Entwicklung, ohne Rezession

Fazit



TOMORROW FOCUS vereint die Qualitäten von Wachstums- und Value-Unternehmen

Ihre Ansprechpartner



Dr. Dirk Schmelzer
Finanzvorstand
+49 (0) 89 9250-2416
d.schmelzer@tomorrow-focus.de



Armin Blohmann
Leiter Konzernkommunikation & IR
+49 (0) 89 9250-1256
a.blohmann@tomorrow-focus.de



Sabine Minar
Referentin Konzernkommunikation & IR
+49 (0) 89 9250-1208
s.minar@tomorrow-focus.de

TOMORROW FOCUS AG | Neumarkter Str. 61 | 81673 München
www.tomorrow-focus.de
www.twitter.com/tomorrowfocus
www.facebook.de/tomorrowfocus
www.youtube.com/tomorrowfocus

Wichtige Finanztermine*

| Datum | Ereignis | Ort |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| 21. November 2011 15 Uhr | Analystenkonferenz im Rahmen des Deutschen Eigenkapitalforums 2011 | Frankfurt Congress Center Ludwig-Erhard-Anlage |
| 09. Februar 2012 18 Uhr | Get together mit Analysten, inst. Investoren und Journalisten | München Bistro Conti |
| 16. Februar 2012 18 Uhr | Get together mit Analysten, inst. Investoren und Journalisten | Frankfurt Villa Merton |
| 27. März 2012 | Veröffentlichung der Jahreszahlen 2011 | München |
| 30. März 2012 | Veröffentlichung Geschäftsbericht 2011 | München |
| 08. Mai 2012 | Veröffentlichung Zwischenbericht Q1/2012 | München |
| 23. Mai 2012 11 Uhr | Ordentliche Hauptversammlung | München Haus der Bayerischen Wirtschaft Max-Joseph-Str. 5 |
| 08. August 2012 | Veröffentlichung Zwischenbericht Q2/2012 | München |
| 08. November 2012 | Veröffentlichung Zwischenbericht Q3/2012 | München |

* Voraussichtliche Termine