

## Bilanzpresse- und Analystenkonferenz 15. Juni 2010

*Die Krise – Einladung zum Aufbruch*



Hinweis:

*Informationen über Bilanzkennzahlen und sonstige Informationen das Geschäftsjahr 2009/2010 betreffend, sind dem vom Vorstand aufgestellten und vom Abschlussprüfer mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehenen Jahresabschluss bzw. Konzernabschluss entnommen. Weder Jahresabschluss noch Konzernabschluss wurden aber bisher durch den Aufsichtsrat der Gesellschaft gebilligt. Jahresabschluss und Konzernabschluss wurden daher bislang auch noch nicht gemäß § 325 HGB offengelegt.*

- Zahlen und Fakten: das abgelaufene Geschäftsjahr
- Strategie/Ausblick
- Finanzteil

## P&I AG

Knapp 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind **die DNA** der P&I und machen P&I durch ihr Wissen, ihr hohes Engagement und ihre Leidenschaft zum führenden Anbieter integrierter Software-Lösungen für die Personalwirtschaft.

## Die DNA der P&I

Der Beste zu sein!

Was auch immer der Markt als Bestes definiert: P&I wird es leisten.

Das ist unser Anspruch.

Das prägt unsere Unternehmenskultur.

Das spiegelt die Marke P&I wider.



- Zahlen und Fakten: das abgelaufene Geschäftsjahr
- Strategie/Ausblick
- Finanzteil

# Zahlen und Fakten: das abgelaufene Geschäftsjahr

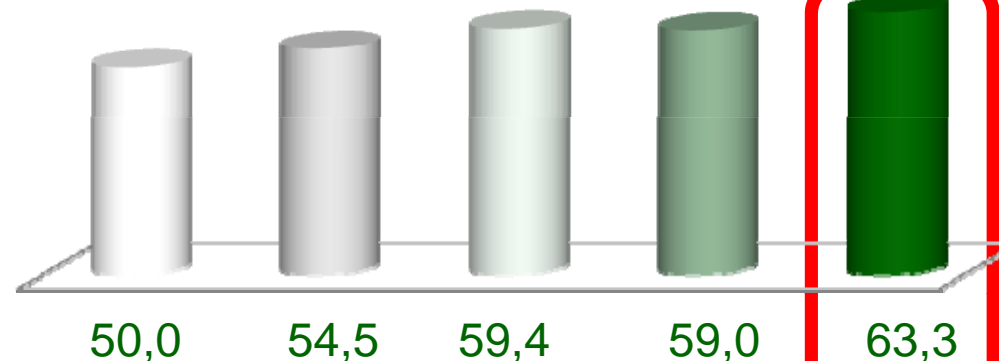


## Wachstum

**Gesamtumsatz**

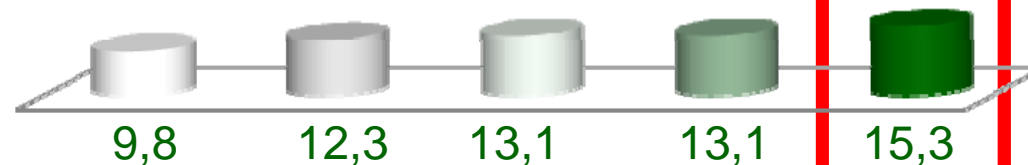
in Mio. €

2006 2007 2008 2009 2010



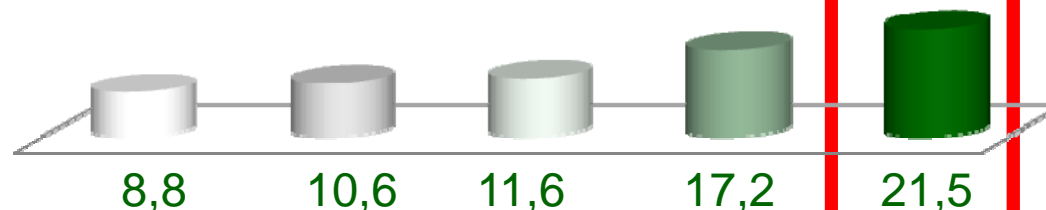
**Operatives  
Ergebnis/EBIT**

in Mio. €



**Operativer  
Cash-flow**

in Mio. €



**Das Ergebnis unseres erfolgreichen Wachstumskurses**

## Ereignisse

- Akquisition des Zeitwirtschaftsspezialisten GRONEMEYER, Mai 2009
- Bedeutende Veränderung der Anteilseignerstruktur: Einstieg von 'The Carlyle Group', vertreten durch Argon GmbH & Co. KG, Juni 2009
- Vertragsabschluss 'Ministerium der Finanzen des Landes Sachsen-Anhalt', August 2009

- Die Entscheidung, das Geschäft nicht nur besser, sondern ganz anders zu machen
  - ✓ *On-Demand-Software*
  - ✓ *Barrieren zwischen Hersteller und dem Anwender abbauen*
  - ✓ *von Inside Out zu Outside IN*
  
- Die neue Rolle der Kunden
  - ✓ *... die nicht mehr als passive Abnehmer fungieren möchten*
  - ✓ *Ausbau eines flexiblen, für jeden Kunden individuellen Service-/Systemangebotes*
  
- Wir haben eine neue Verkaufsstrategie implementiert

## Unsere neue Verkaufsstrategie

... beinhaltet zwei Aspekte:

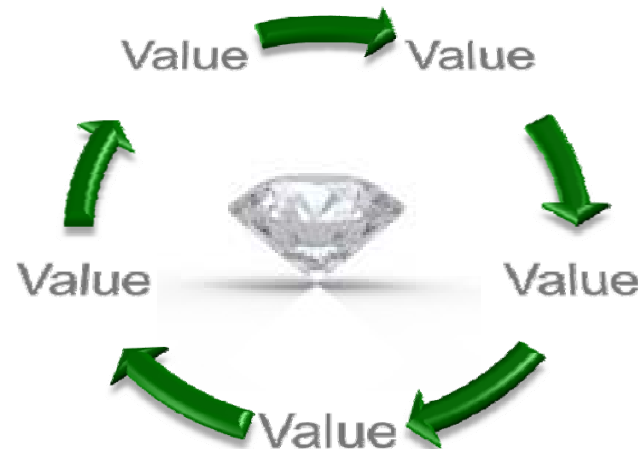


**Value-Selling**



**Systemangebote**

Unser Motto im Sales  
lautet:



## Die neue Verkaufsstrategie

Wie schafft es der Verkäufer, einen höheren Value zu transportieren?

- Er muss **selbst besser** sein.  
*... im Hinblick auf die eigene Qualifikation ist Value-Selling wesentlich anspruchsvoller als Preis-Selling.*
- Er muss **besser informiert** sein  
*...über das Produkt, aber auch über den Kunden.*
- Der Verkäufer muss regelrecht **gezwungen werden**  
*... zum Value-Selling (z.B.: Es gibt keine Rabatte mehr. Die Folge...?)*
- Das **Verkaufsgespräch** muss **verlagert** werden  
*... vom Preis auf das Produkt.*
- Das **Image des Verkäufers** muss **verändert** werden.  
*Talent, Neigung und Persönlichkeit statt 'Klinkenputzer' und 'Verklopper'.*

## Die neue Value-Strategie im Service-/Systemangebot

Was haben wir geändert/was müssen wir ändern?

- eine **stärkere Dienstleistungsmentalität** entwickeln
- völlig **neue Märkte** erschließen
- geschickt und professionell in der **Herstellung von Prozesssicherheit** und **Qualität der Dienstleistung** sein
- **Kundenorientierung** und **Freundlichkeit** mit **Kompetenz** und **Zuverlässigkeit** verbinden

- Zahlen und Fakten: das abgelaufene Geschäftsjahr
- **Strategie/Ausblick**
- Finanzteil




**Es gibt genügend Chancen:  
„Die Krisen-Einladung zum Aufbruch“**



- Märkte und Marktwirtschaft geraten in Bewegung.
- Täglich führt Apple der Welt – und insbesondere den Konkurrenten – vor was es heißt, innovativ zu sein.
- Wir verzeichnen tiefgreifende Veränderungen in der Software-Industrie.

**Der härteste Stress-Test für alle Unternehmen seit den 30er Jahren.**

# Es gibt genügend Chancen: „Die Krisen-Einladung zum Aufbruch“

<ul style="list-style-type: none"> <li>• (1) „Value-Selling“ SAP-Markt</li> </ul>	<div style="border: 2px solid red; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">6 Abschlüsse</div>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (2) ADP-Kooperation             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lizenz-Erweiterung</li> </ul> </li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (3) On-Demand-Produkte             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Navigator</li> <li>• Analyse</li> <li>• Scout Pro</li> </ul> </li> </ul> <p style="margin-left: 150px;">} erwarteter Umsatz =&gt;</p>	<div style="border: 2px solid red; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">3 Mio. €</div>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (4) Systemangebote             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausschreibung   </li> </ul> </li> </ul>	

## Die Krise – Einladung zum Aufbruch

Es gibt genügend Chancen:  
„Die Krisen-Einladung zum Aufbruch“



**Ausschreibung**



dataport



## **Bereitstellung einer einheitlichen HR-Lösung...**

- durch Ablösung und Integration bestehender Fachverfahren

### **...auf Basis**

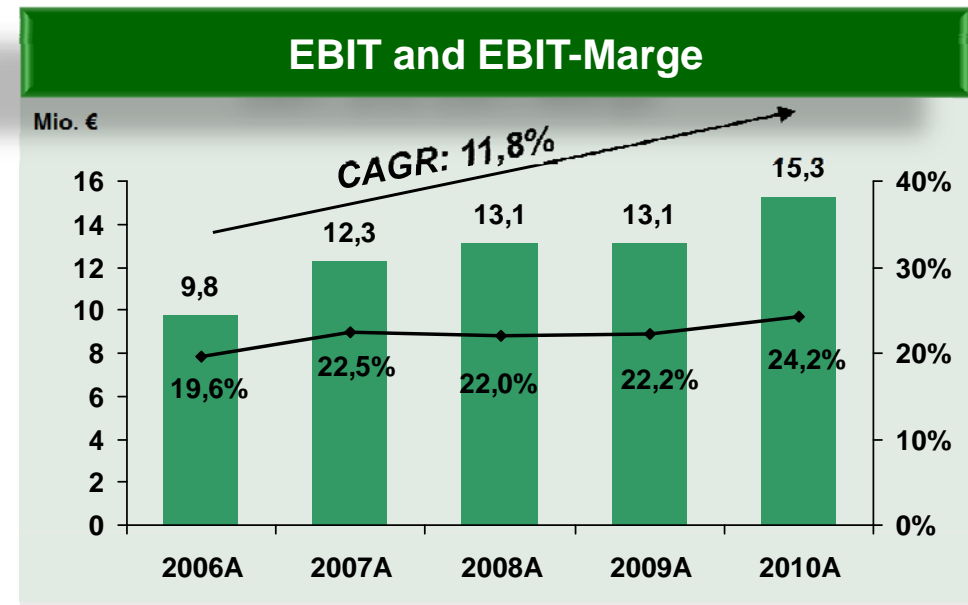
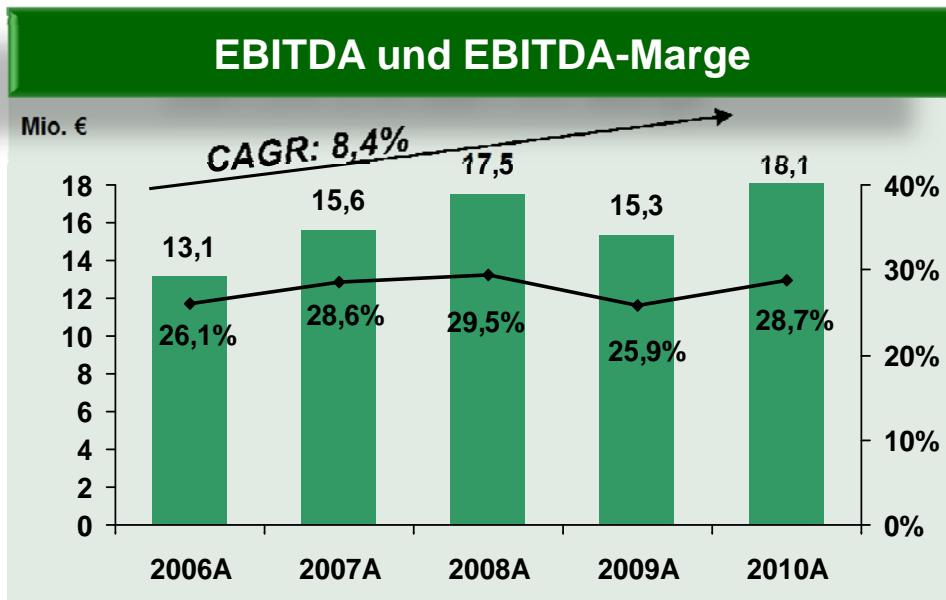
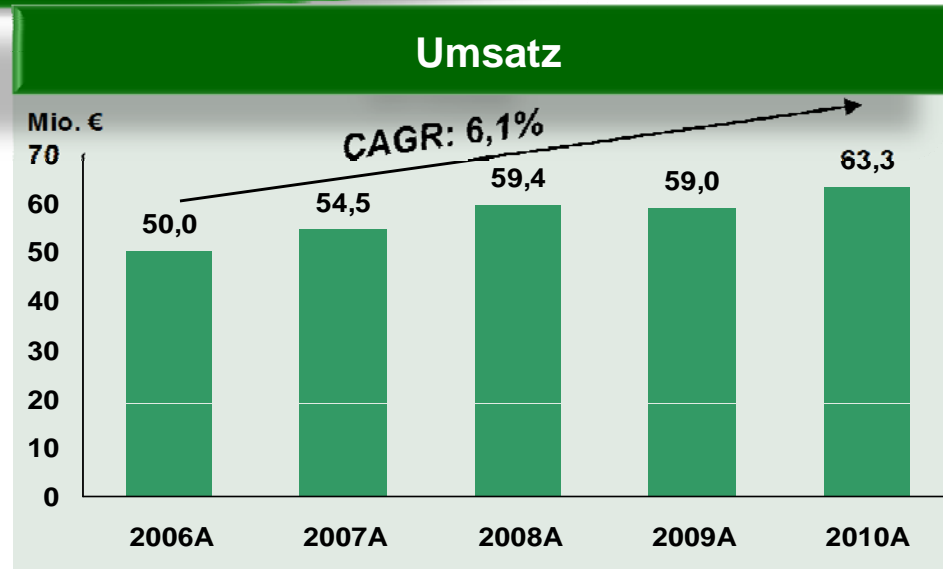
- einer einheitlichen Nutzung von E-Government-Basisinfrastruktur
- eines standardisierten und homogenisierten Systembetriebs
- der Verwendung von Standardsoftware

### **... mit dem Ziel**

- der Nutzung von Synergieeffekten
- der Reduzierung von Schnittstellen und Medienbrüchen
- der Reduzierung von Gesamtkosten

- Zahlen und Fakten: das abgelaufene Geschäftsjahr
- Strategie/Ausblick
- **Finanzteil**

# Historische Kennzahlen



# Jahresergebnis 2009/2010 (31. März 2010)

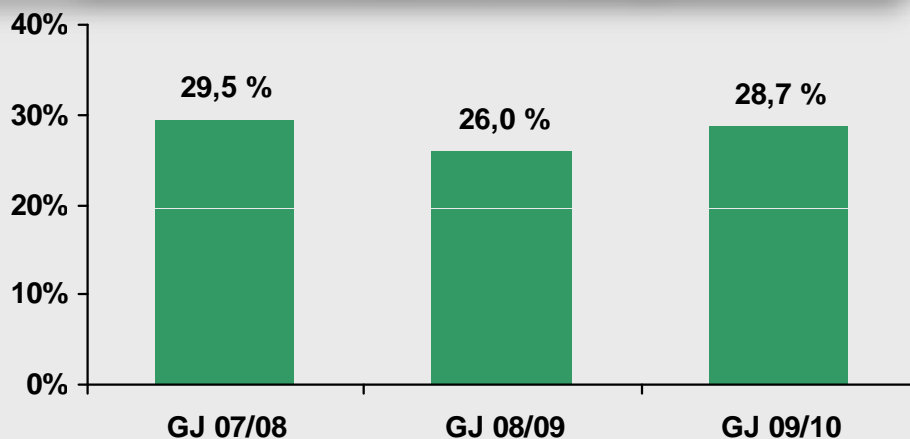
## Jahreszahlen zum 31.03.

in Mio. €	07/08	08/09	09/10
Umsatz	59,4	59,0	63,3
EBITDA	17,5	15,4	18,1
EBIT	13,1	13,1	15,3

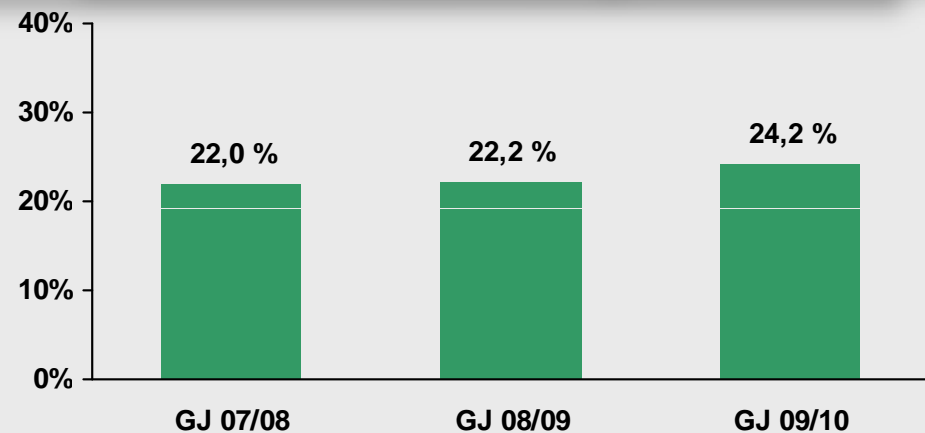
## Sondereffekte

- Umsatz: Verkauf des LOGA/400-Geschäftes zum 01.01.2008, Umsatz 07/08: 3,1 Mio. €
- Kosten: One-Off-IR-Aufwendungen 09/10

## EBITDA-Marge



## EBIT-Marge



# Jahresergebnis 2009/2010 (31. März 2010)



	31.03.2009 TEUR	31.03.2010 TEUR	Veränderung	
			TEUR	%
<b>Umsatz</b>	<b>59.024</b>	<b>63.297</b>	<b>4.273</b>	<b>7,2 %</b>
<b>Lizenzen</b>	<b>17.243</b>	<b>15.483</b>	<b>-1.760</b>	<b>-10,2 %</b>
Consulting	19.101	21.350	2.249	11,8 %
<b>Wartung</b>	<b>21.161</b>	<b>24.332</b>	<b>3.171</b>	<b>15,0 %</b>
Sonstige	1.519	2.132	613	40,3 %
<b>EBIT</b>	<b>13.098</b>	<b>15.337</b>	<b>2.239</b>	<b>17,1 %</b>

## Kennzahlen und Fakten Geschäftsjahr 2009/2010

Kennzahlen nach IAS	31.03.2009 TEUR	31.03.2010 TEUR	Veränderung TEUR	Veränderung prozentual
Konzern-Umsatz	59.024	63.297	4.273	7,2 %
Operat. Ergebnis v. Abschreibungen (EBITDA)	15.369	18.148	2.779	18,1 %
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	13.098	15.337	2.239	17,1 %
Konzern-Ergebnis (nach DVFA/SG)	8.966	10.878	1.912	21,3 %
Anzahl Mitarbeiter (Durchschnitt)	306	334	28	9,2 %
Ergebnis je Aktie (DVFA/SG)	1,17 €	1,45 €	0,28	21,3 %

- **Umsatz**

- Lizenzbereich zwischen 16 und 17 Mio. €
- Consulting auf Vorjahresniveau
- Wartungsleistungen mit Wachstumspotential von bis zu 5 % gegenüber dem Vorjahr

- **EBIT-Marge konstant auf erreichtem hohem Niveau**

- **Dividende**

Ausschüttungsquote mindestens 50 % des AG-Jahresergebnisses

- **Steigerung der EBIT-Marge auf 25 %**

- **Umsatzziel von 80 Mio. € bis 2013/2014**



Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit.