



# Investoren- und Analystenkonferenz Cashwerte Frankfurt

11. November 2002

# DAS UNTERNEHMEN

## 14 Jahre erfolgreich im CRM-Markt

- 1988: Gründung des Unternehmens als Marketing Informationssysteme GmbH; Entwicklung früher edv-basierter CRM-Systeme
- Bereits in den frühen 90er Jahren erreicht update **internationale Präsenz**. Heute unterhält update Tochtergesellschaften in 8 Ländern Europas, sowie in den USA
- Mehr als **50.000 User** nutzen die update-Produkte. Weltweit mehr als **500 renommierte Unternehmen** unterschiedlichster Branchen setzen den marketing.manager ein.
- ISM und weitere Marktforschungsunternehmen zählen den den marketing.manager zu den **weltweit führenden CRM-Produkten**.

# DIE STRATEGIE

„enabling the customer centric enterprise“

- **Stabile Umsatzbasis** durch langfristige Bindungen zwischen update und seinen Kunden und Partnern
- Kontinuierlicher Ausbau der **Technologieführerschaft** durch innovative Nutzung des gewachsenen technischen Know-hows
- Signifikante **Absatzsteigerung** durch partnerschaftlichen Marketing- und Vertriebsansatz

# DIE BRANCHE

## Nutzenspektrum von CRM

- **Nutzung der Cross-Selling und up-Selling Potentiale**
- **Verstärkte Kundenbindung**
- **Effektivere Absatzplanung**

**Erfüllung Strategischer Ziele**

**Kunde: ROI in 3 - 12 Monaten**

**Erfüllung Taktischer Ziele**

- **Gesteigerte Produktivitäten im Vertrieb**
- **Kostensenkung durch Effizienzsteigerung in der Kunden-Interaktion**
- **Geringere Service-Kosten**

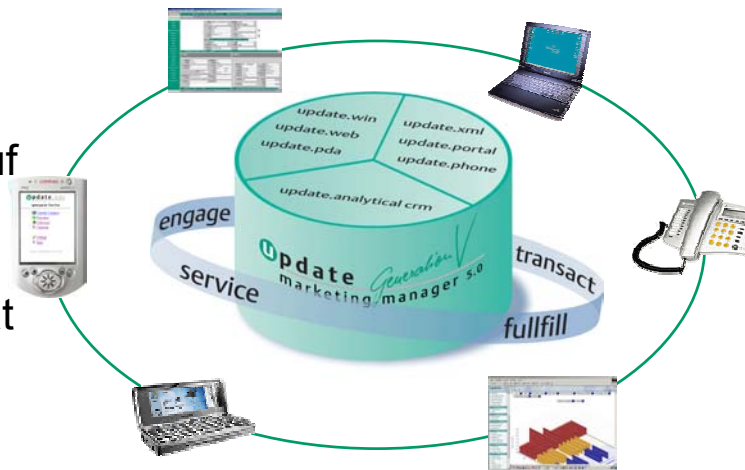
# DAS PRODUKT

## Kernkompetenz CRM

### marketing.manager<sup>®</sup>5.0 - Generation V<sup>®</sup>

#### Multi-Channel-Ansatz

update ermöglicht die Umsetzung von CRM auf verschiedensten Endgeräten und bietet damit maximale Mobilität



#### Multi-Funktionalität

Eine Vielfalt hochdifferenzierter Module erlaubt dem Kunden die optimale Abstimmung seiner CRM-Aktivitäten

#### Branchenlösungen

Das update-Produkt bietet einzelnen Branchen trotz hoher Standardisierung spezialisierte vertikale Versionen

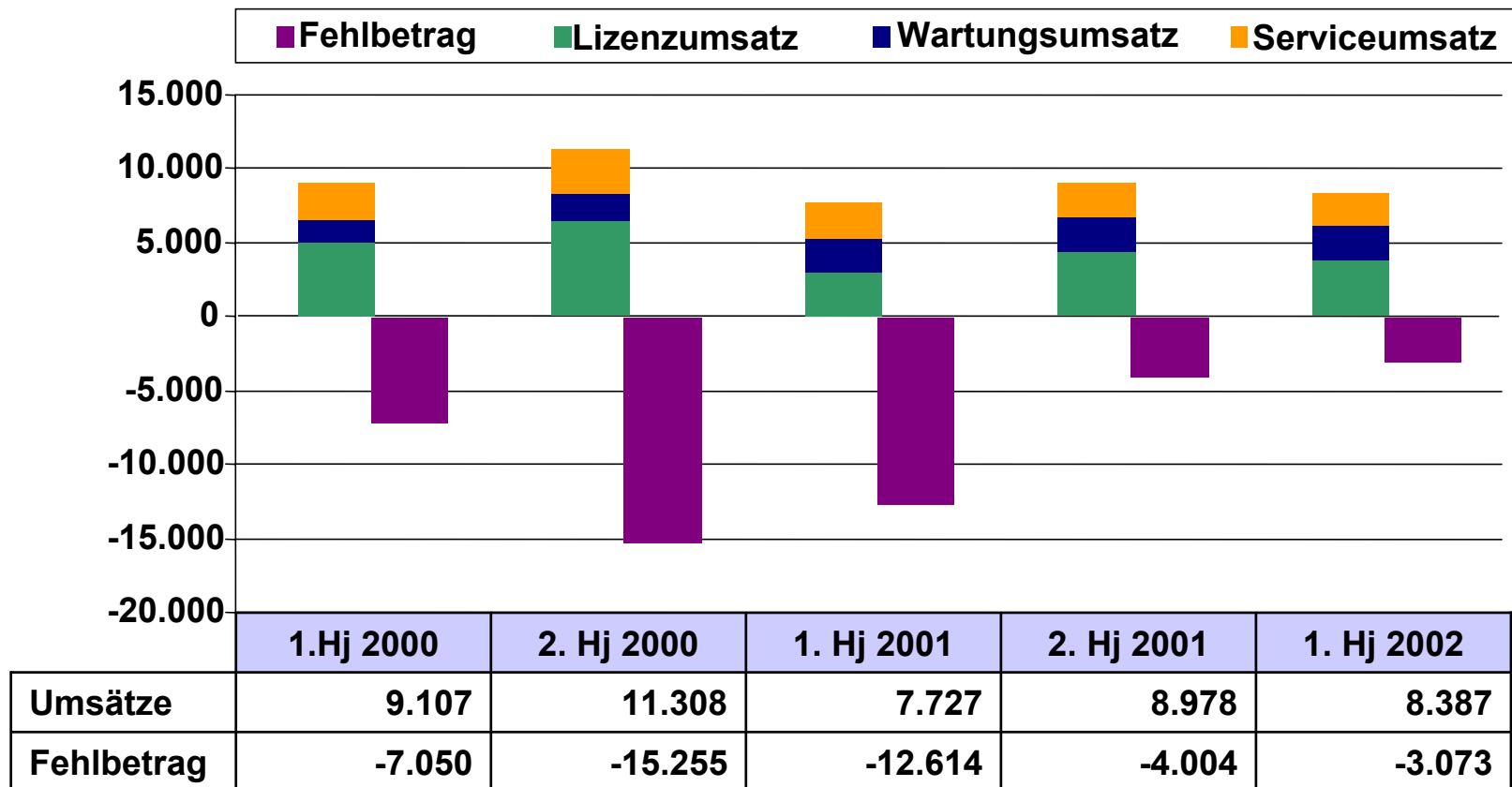
# DER MARKT

## CRM-Marktwachstum über 100% bis 2006

- Der Überhitzung 2000/2001 folgte 2001/2002 eine konjunkturbedingte Konsolidierung.  
Für 2003 erwarten Experten ein **solides Wachstum von 16%**
- Als primäre Wachstumsmärkte zeichnen sich die Bereiche **B2B, Pharma** und noch deutlicher der **Öffentliche Sektor** ab
- Es kündigt sich ein Trend hin zu **analytischem CRM** an.  
Der Bedarf den Erfolg von CRM bzw. den ROI zu messen und zu optimieren tritt in den Vordergrund.
- **CRM-Marktsättigung unter 50%**: steigende Konjunktur und Investitionsbereitschaft gewährleisten ab 2004 ein jährliches Wachstum von rd. 20%

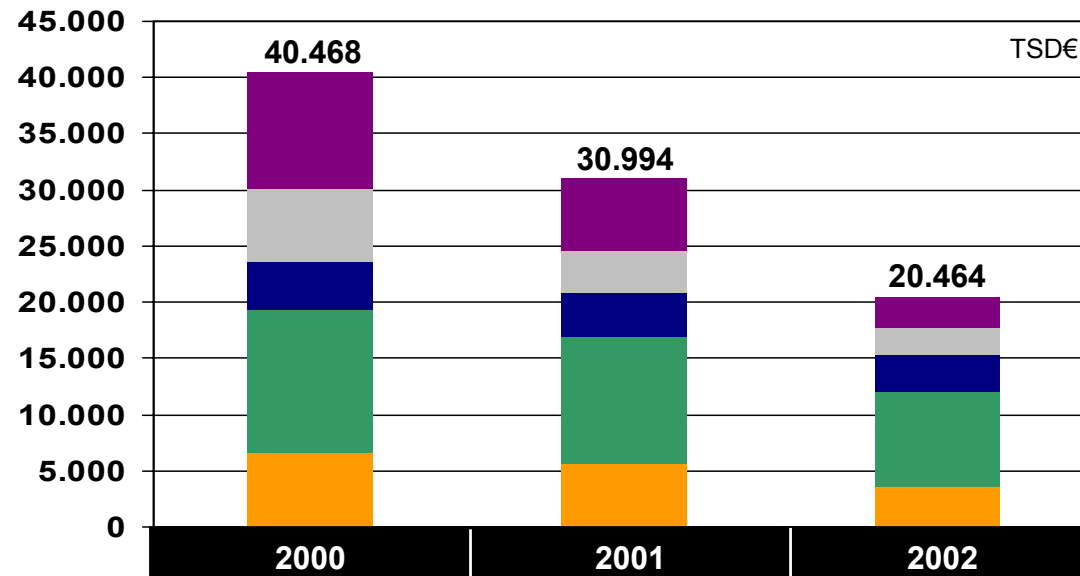
# UMSATZENTWICKLUNG

## Umsatz und Ergebnis



# RESTRUKTURIERUNG

## Kostenreduktion



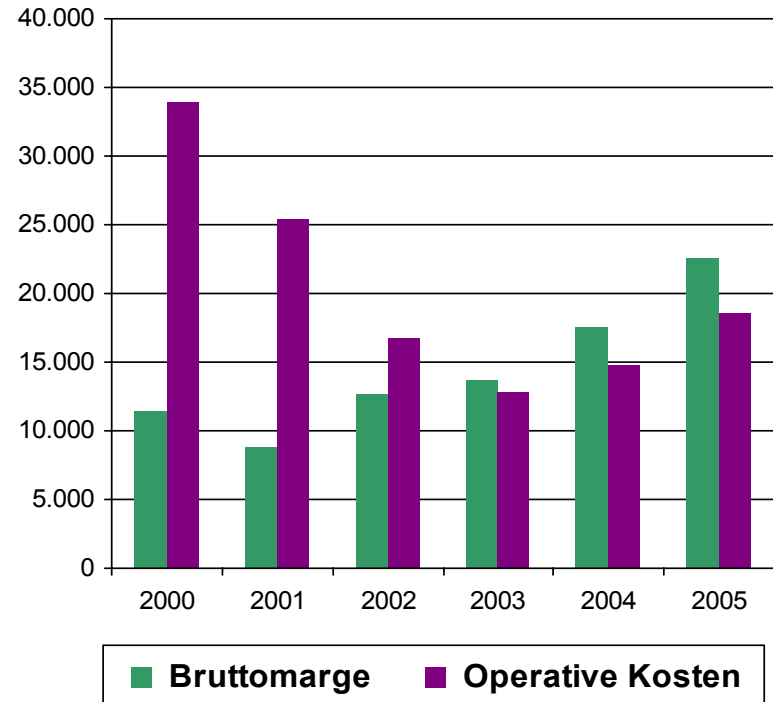
|                       | 2000   | 2001   | 2002  |
|-----------------------|--------|--------|-------|
| <b>Service</b>        | 6.627  | 5.669  | 3.581 |
| <b>Sales</b>          | 12.722 | 11.296 | 8.566 |
| <b>Administration</b> | 4.306  | 3.903  | 3.123 |
| <b>Marketing</b>      | 6.385  | 3.707  | 2.446 |
| <b>R &amp; D</b>      | 10.428 | 6.419  | 2.748 |



# TURNAROUND

## Bruttomarge

- **Break Even:** nachhaltiges Erreichen der Gewinnschwelle in 2003.
- **Degressive Kostenkurve:** der Anstieg der Operativen Kosten ab ab 2003 resultiert aus Investitionen in den Wachstumsprozeß.
- **Kennzahlen:** die Verfeinerung des bestehenden Kennzahlen-Systems unterstützt die differenzierte Analyse der Unternehmens-Performance bei der Erreichung der prognostizierten Bruttomargen



# AKTIENKURS

## Unternehmensbewertung

Die Unternehmensvergleichsanalyse impliziert potenzielle Unterbewertung

| Unternehmen               | Börse              | Datum         | Kurs        | Market Cap.<br>(Mio €) | Umsatz-Multiplikator |             | Cash/Share<br>(per 30.06.) |
|---------------------------|--------------------|---------------|-------------|------------------------|----------------------|-------------|----------------------------|
|                           |                    |               |             |                        | 2001                 | 2002e       |                            |
| Fabasoft AG               | Neuer Markt        | 30.09.        | 1,56        | 13,39                  | 1,8                  | 1,5         |                            |
| Pro DV Software AG        | Neuer markt        | 30.09.        | 1,93        | 8,78                   | 0,5                  | 0,4         |                            |
| IXOS Software AG          | Nauer Markt        | 30.09.        | 4,79        | 98,20                  | 1,0                  | 0,8         |                            |
|                           |                    |               |             | Mittelwert             | 1,1                  | 0,9         |                            |
| <b>update software AG</b> | <b>Neuer Markt</b> | <b>30.09.</b> | <b>0,32</b> | <b>3,0</b>             | <b>0,26</b>          | <b>0,25</b> | <b>0,74</b>                |
| <b>Deutschland Ø</b>      |                    |               |             |                        | <b>0,5 bis 2,0</b>   |             |                            |

# AUSBLICK

## Umsetzungsszenario

- **Positives Ergebnis** auch bei anhaltend schlechter Konjunkturlage
- Neue Generation des marketing.manager verstärkt update's **Unique Selling Proposition**
- **Steigerung des Marktanteils** im europäischen Markt durch strategische Partnerschaften

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

update software AG  
Operngasse 17-21  
A - 1040 Vienna

# BACKUP SLIDES

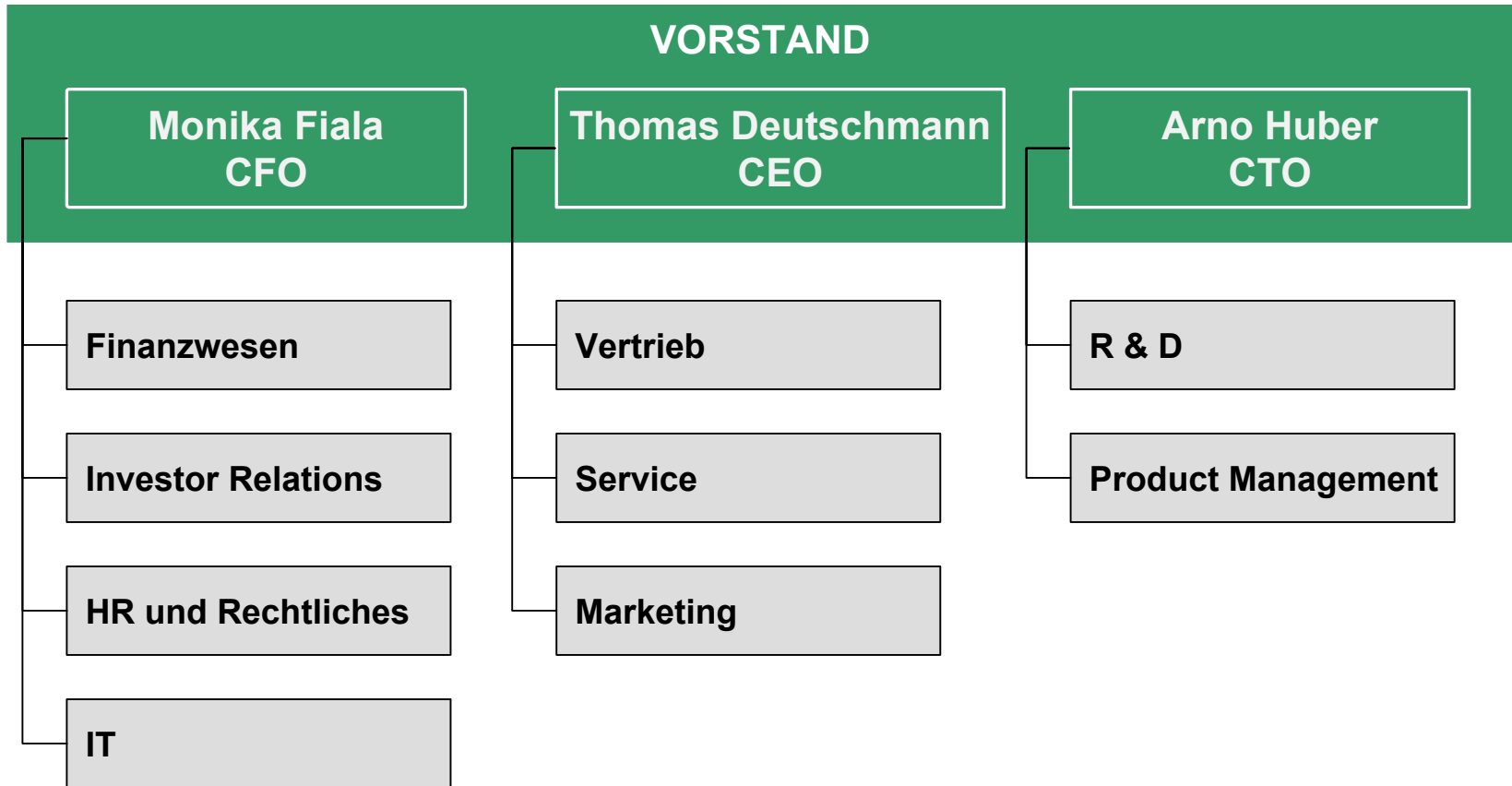
# DIE KUNDEN

## Referenzkunden



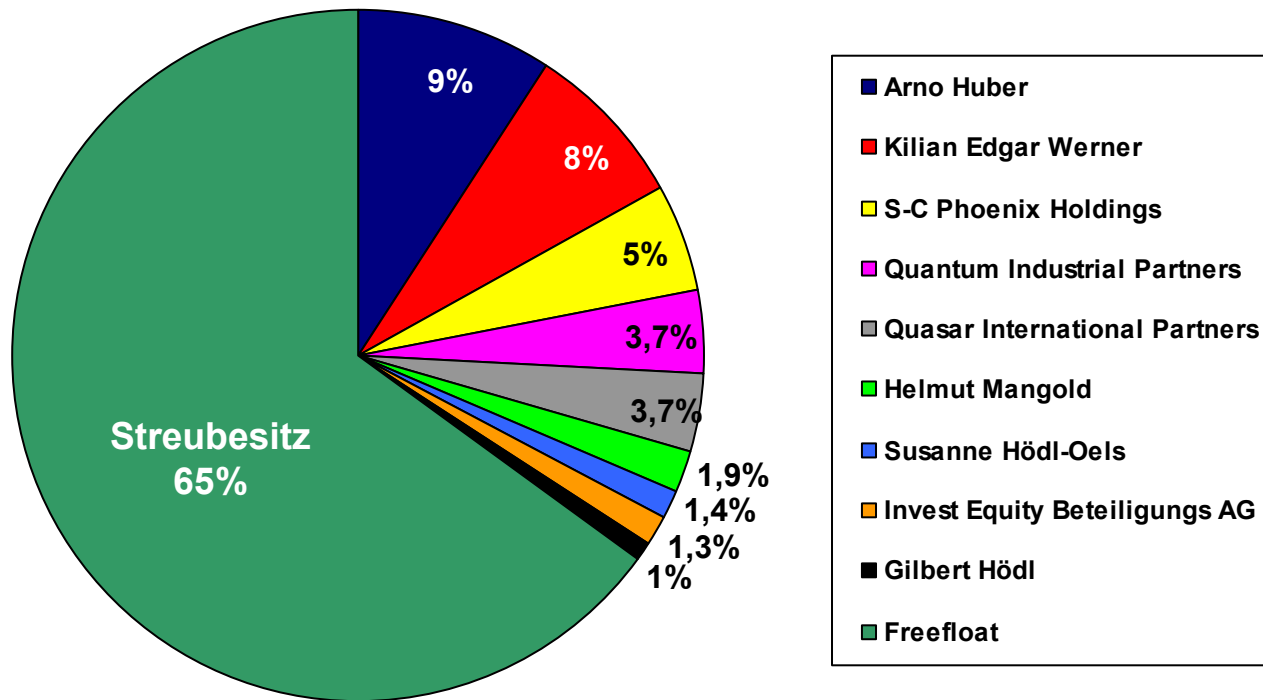
# DAS TEAM

## Organigramm



# DIE AKTIE

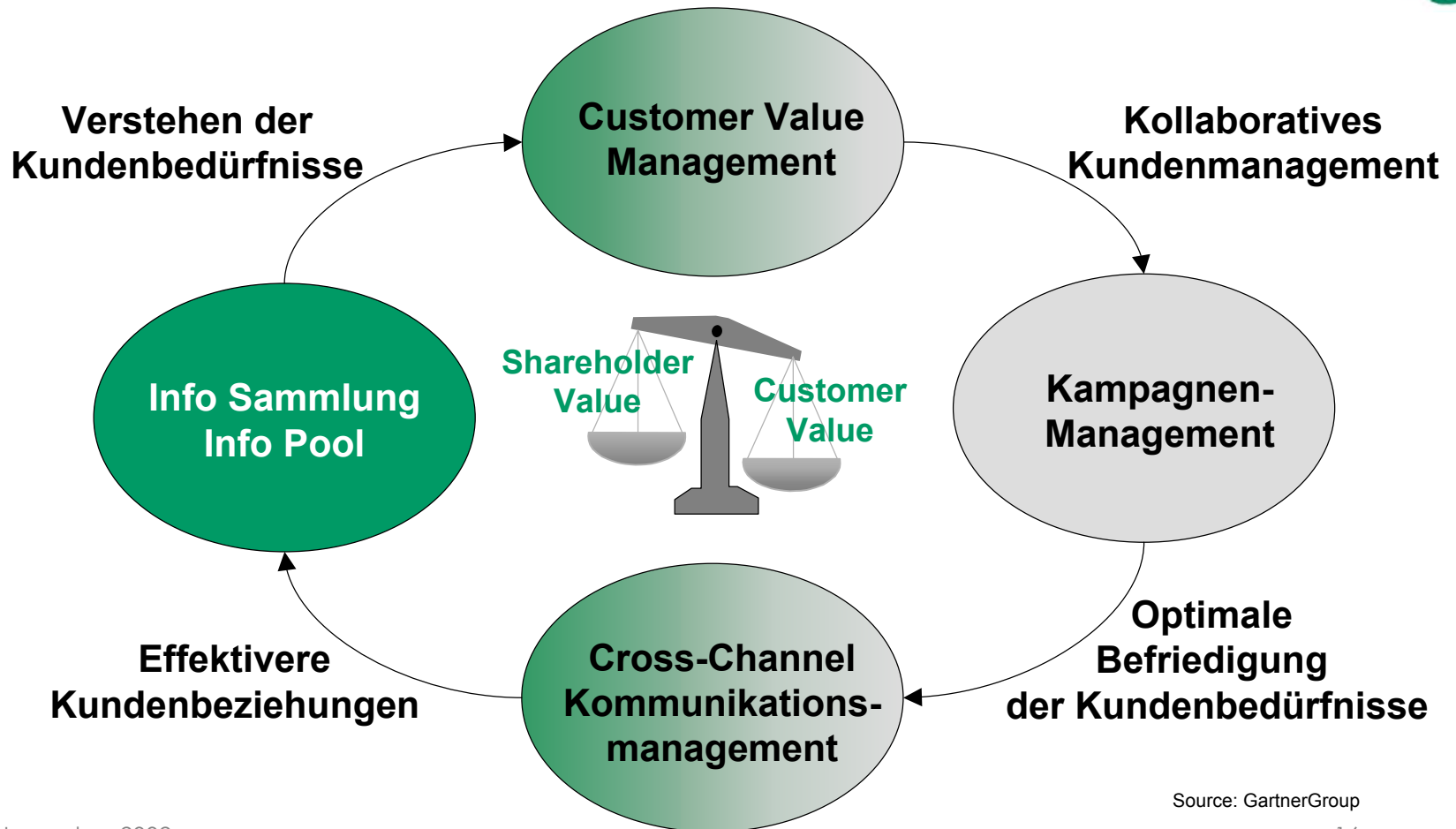
## Aktionärsstruktur





# BRANCHE

## Customer Relationship Management



Source: GartnerGroup