



Hauptversammlung

AC-Service AG

Stuttgart, 25.06.2008

Reden des Vorstands

Stefan Land, Finanzvorstand

(Slide) Startseite

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
meine sehr verehrten Damen, sehr geehrte Herren,

Ich begrüße Sie im Namen des Vorstands zur ordentlichen Hauptversammlung der AC-Service AG im Atrium Konferenz Center am Flughafen in Stuttgart, heiße Sie herzlich willkommen und freue mich über diese erste persönliche Begegnung mit Ihnen.

Mein Name ist Stefan Land. Ich bin seit 1. April 2008 Finanzvorstand der AC-Service AG und möchte mich Ihnen gerne kurz vorstellen:

PERSÖNLICHE VORSTELLUNG

Meine Damen und Herren,
mein Vorstandskollege und Sprecher des Vorstands Lars Landwehrkamp und ich freuen uns heute auf den Dialog mit Ihnen. Dazu zunächst unser Bericht an Sie, der sich wie folgt gliedert:

(Slide) Agenda

Ich selbst werde mich auf die Resultate des abgelaufenen Geschäftsjahres 2007 sowie auf die Highlights des ersten Quartals 2008 konzentrieren und freue mich zudem, Ihnen heute ganz aktuell sehr erfreuliche Neuigkeiten aus dem Bereich Unternehmensfinanzierung berichten zu können, die wir bereits Ad-hoc veröffentlicht haben.

Lars Landwehrkamp wird Ihnen im Anschluss die Strategie Ihres Unternehmens vorstellen und über den Status zur Neuausrichtung – hin zur All for One Midmarket AG – berichten. Am Ende unserer Präsentation wird Herr Landwehrkamp Ihnen noch einen Ausblick auf den geplanten weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2008 geben.

(Slide) Kennzahlen 2007

Lassen Sie mich mit den Kernaussagen zum Geschäftsjahr 2007 beginnen:

Die AC-Gruppe hat im Jahr 2007 bewiesen, dass sie kompetente und engagierte Mitarbeiter besitzt, die eine ständig wachsende Kundenbasis mit einem hohen Service-Level aktiv betreuen kann, um so weit über dem Marktwachstum Marktanteile gewinnen zu können. Mit dieser Basis konnten folgende Entwicklungen erreicht werden:

- Wir haben unseren Umsatz um 25% auf 78,1 Mio. EUR gesteigert und unsere eigenen Wachstumsprognosen, wie die Erwartungen des Marktes, damit übertroffen.
- Wir konnten das operative Ergebnis, das EBIT – trotz eines massiven Personalaufbaus – von 0,3 Mio. EUR im Jahr 2006 auf 1,0 Mio. EUR in 2007 steigern. Allerdings kam uns dabei eine einmalige Investitionssteuergutschrift in Luxemburg für die Jahre 2002 bis 2006 über 0,7 Mio. EUR zur Hilfe.
- Eine wichtige Kennziffer für Investoren ist das Ergebnis pro Aktie. Hier haben wir die Trendwende geschafft und mit 15 Cent pro Aktie deutlich positiv abgeschlossen.
- Die Eigenkapitalquote ist mit 38% weiterhin als robust anzusehen und
- wir haben im Jahr 2007 massiv in neue Arbeitsplätze investiert und konnten trotz hohem Fachkräftemangel unseren Personalbestand um 70 Mitarbeiter auf 425 Mitarbeiter deutlich ausbauen.

(Slide) Kursentwicklung

Lassen Sie mich einige Worte zur sehr unbefriedigenden Entwicklung des Aktienkurses Ihres Unternehmens im Jahr 2007 sagen:

Ein Kursrückgang von **16%** im vergangenen Geschäftsjahr entspricht in keinsten Weise der geschäftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens. Die Finanzierungsunsicherheit hat diese Entwicklung im ersten Quartal weiter beschleunigt und, trotz guter Ergebnisse, den Kurs der AC-Aktie auf teilweise unter 4,- EUR gedrückt.

Wir glauben, dass mittel- und langfristig nur eines zählt, um die Kursentwicklung in die andere Richtung umzukehren.

Wir müssen unsere Kernstrategie noch schneller und konsequent umsetzen, unsere Marktanteile weiter ausbauen und schrittweise und dauerhaft unsere Margenstruktur verbessern.

Mit dieser Basis und einer robusten Bilanzstruktur, die Wachstum unterstützt, kann eine aktive Investor-Relations-Arbeit Früchte tragen, die Sie mittelfristig von uns erwarten.

Eines möchte ich Ihnen heute klar und deutlich zusichern:

Wir werden weiterhin hart daran arbeiten, dass unsere Strategieumsetzung erfolgreich vorwärts kommt und sich das Erreichte auch in unserem Aktienkurs widerspiegelt.

(Slide) Umsatz und EBITA 2007

Auch der Mehrjahresvergleich zeigt:

- AC-Service entwickelt sich dynamisch.
- Unsere Zuwächse sind stark.
- Unser Wachstumskurs erweist sich als nachhaltig und stabil.

Rund 1/3 der Umsätze sind wiederkehrend und basieren auf Dienstleistungen, die wir dauerhaft für unsere Kunden erbringen, weil unsere hohe Qualität und unsere Servicekultur geschätzt werden.

Umsatzwachstum und Marktanteilsgewinne – Lars Landwehrkamp wird Ihnen später darüber noch berichten – sind aber nur eine Seite des Erfolges. Beides soll auch zu einer erhöhten Profitabilität führen und hier sagen wir Ihnen ganz klar:

Unsere operative Profitabilität ist noch nicht zufriedenstellend.

Die hohen Investitionen in die Umsetzung unserer Strategie wie z.B. in den Personalaufbau belasten derzeit unsere operativen Ergebnisse.

(Slide) Umsatz und EBITA 2007 – Quartalsübersicht

Ein Blick auf die einzelnen Quartale zeigt Ihnen stetiges und robustes Umsatzwachstum, aber gleichwohl auch erhebliche Schwankungen bei der operativen Profitabilität. Der zuletzt genannte Punkt ist in Phasen der vollständigen Neuausrichtung – mit oft großen und schubweise auftretenden Veränderungen – nichts Ungewöhnliches. Das Resümee unserer Geschäftsentwicklung nach Quartalen zeigt:

Trend und Perspektiven, meine Damen und Herren, stimmen.

Wir bewegen uns auf einem klaren Wachstumskurs – Quartal für Quartal. Nachhaltig und in ununterbrochener Folge konnten wir deutliche Umsatzzuwächse gegenüber dem korrespondierenden Vorjahresquartal erzielen. Dass wir in großen Schritten vorankommen, zeigt auch der Blick auf unsere Personalentwicklung.

(Slide) Personal 2005 - 2007

Gutes Personal, engagierte und begeisterungsfähige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mehr leisten, die mehr können, die schneller und besser arbeiten als andere, die belastungsfähiger sind und den großen Herausforderungen einer Neuausrichtungsphase gewachsen sind, solche Mitarbeiter sind heute wichtiger denn je.

Und bei uns haben wir solche Mitarbeiter, bei denen ich mich an dieser Stelle herzlich für den großen Einsatz bedanken möchte und im selben Atemzug festhalte, wir benötigen noch mehr davon.

Deshalb investieren wir erheblich in neue Arbeitsplätze und in die Personalbeschaffung.

Wir kümmern uns massiv um Personalentwicklung und bieten neben strukturierten Fortbildungsmaßnahmen und Laufbahnmodellen auch Umsteigerprogramme für Quereinsteiger an, die bisher noch auf anderen Anwendungen außerhalb der SAP-Welt unterwegs waren und sich verändern wollen.

Unsere Programme, meinen Damen und Herren, stehen den Initiativen weit größerer Unternehmen in nichts nach.

Deshalb zeigen unsere Programme auch Wirkung – trotz enger Personalmärkte.

Unser Personalbestand ist zum Jahresende 2007 auf 425 Vollzeitstellen gestiegen. Das ist viel, aber nicht genug.

Der Mangel an gut ausgebildeten Beratern behindert auch weiterhin unsere Geschäftsentwicklung und zieht hohe Investitionen nach sich.

Der robuste Wachstumskurs, meine Damen und Herren, zeigt sich auch im Cash Flow.

(Slide) Cash Flow 2005 – 2007

Wie beim Ergebnis pro Aktie, so konnten wir auch beim Free Cash Flow in 2007 eine Trendwende erzielen. Dass der Mittelzufluss aus dem operativen Geschäft höher war, als der Mittelabfluss für Investitionen, geht vor allem auf den zeitlichen Verlauf unseres Investitionsprogramms zurück. Die Investitionen waren mit 2,3 Mio. EUR im Jahr 2007 sehr niedrig.

Um den weiteren Geschäftsausbau abbilden zu können, führt im Jahr 2008 kein Weg an hohen Investitionen in neue Rechenzentren und erweiterte und stark verbesserte Kapazitäten in Deutschland und der Schweiz vorbei.

Wir werden im Jahr 2008 circa 10% der Umsatzerlöse investieren müssen. Dieses Niveau wird den Zufluss an Liquidität aus dem operativen Geschäft **deutlich** übersteigen.

Aufgrund der vertraglich vereinbarten Kredittilgungen, meine Damen und Herren, sind nicht nur die Zahlungsmittel des Gesamtkonzerns zum Jahresende 2007 zurückgegangen, vielmehr haben wir Ihnen mit dem Konzernabschluss 2007 eine Bilanz präsentiert, die sich sichtbar im Umbruch befindet.

(Slide) Bilanzstruktur

Infolge der starken Geschäftsausweitung hatte sich die Bilanz von 64,3 Mio. EUR auf 69,1 Mio. EUR verlängert und es wurde eine von drei im Kreditvertrag vereinbarten Finanzkennzahlen verfehlt. Damit hätte der der gesamte Akquisitionskredit über 11 Mio. EUR seitens der Bank gekündigt werden können und musste daher unter den kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten zum 31. Dezember 2007 ausgewiesen werden. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten stiegen damit von 19,5 Mio. EUR zum 31. Dezember 2006 auf 34,8 Mio. EUR zum Jahresende 2007. Im Gegenzug nahmen die langfristigen Verbindlichkeiten im gleichen Zeitraum von 20 Mio. EUR auf 6,4 Mio. EUR ab.

Dass sich diese unglückliche bilanzielle Momentaufnahme vom 31. Dezember 2007 bereits heute grundlegend verändert darstellt, deutete ich Ihnen eingangs bereits an und werde Ihnen dies in einigen Minuten noch genauer darlegen.

Für das Geschäftsjahr 2007 möchten wir wie folgt Bilanz ziehen:

(Slide) Zusammenfassung 2007

- Unsere Neuausrichtung ist sehr gut angelaufen und wir haben unseren Wachstumskurs kraftvoll und dynamisch fortgesetzt.
- Um uns verstärkt auf unser Kerngeschäft konzentrieren zu können, haben wir den Verkaufsprozess für die 100%-Beteiligung an der ACCURAT gestartet.
- Hohe Investitionen in die Gewinnung weiterer Marktanteile, insbesondere durch die Personalgewinnung und -entwicklung, belasten die operative Profitabilität weiterhin.
- Die Bilanz befindet sich im Umbruch und macht eine grundlegend neue, langfristig ausgelegte Fremdfinanzierungsstrategie erforderlich.
- Das Niveau der Profitabilität ist noch nicht ausreichend.

Meine Damen und Herren, lassen Sie uns nun mit Ihnen einen Blick auf das erste Quartal des Geschäftsjahres 2008 nehmen:

(Slide) Kennzahlenüberblick 1. Quartal 2008

- Mit dem bislang größten Lizenzauftrag unserer Unternehmensgeschichte konnten wir – trotz des mittlerweile hohen Niveaus an Umsatzerlösen – erneut zweistellig wachsen und die Umsatzerlöse von 18,2 Mio. EUR auf 21,7 Mio. EUR im ersten Quartal 2008 steigern.
- Beim operativen Ergebnis konnten wir deutliche Fortschritte erzielen. So steht

hinter dem Ergebnismrückgang im 1. Quartal vielmehr ein deutlicher Ergebnisanstieg, wenn man das Vorjahresquartal um die hohen periodenfremden Einmalträge bereinigt. Diese betragen 0,7 Mio. EUR und gehen auf erhaltene Investitionssteuergutschriften in Luxemburg zurück, die unter den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen wurden, jedoch im engeren Sinne nicht mit dem operativen Geschäft zu tun haben. Das bereinigte EBIT stieg somit um 197% bzw. 0,4 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahresquartal.

- Die Eigenkapitalquote konnte aufgrund der Profitabilität weiter auf 40% erhöht werden und der Personalbestand wuchs im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 19% auf 438 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

(Slide) Umsatz und EBITA Q1 2008 – Quartalsentwicklung

Unser weiter integriertes Geschäftsmodell sorgte auch im ersten Quartal 2008, erneut für eine Ausweitung unseres Geschäftsvolumens.

Mehr denn je können wir von einer anhaltenden und robusten Aufwärtsentwicklung sprechen. Wir sind nun bereits im neunten Quartal in Folge in einer kraftvollen Aufwärtsbewegung, die klar darauf hindeutet, dass die Neuausrichtung der AC-Service AG zu einem branchenfokussierten SAP Komplettdienstleister erfolgreich voran kommt und das steigende Volumen auch Raum für zukünftige Ergebnissteigerungen liefert.

(Slide) Zusammenfassung 1. Quartal 2008

Meine Damen und Herren, lassen sie mich das erste Quartal in zwei Sätzen zusammenfassen:

Wir hatten einen hervorragenden Start und liegen auf Plankurs, wobei wir das

Umsetzungstempo intern weiter steigern müssen, um mittelfristig höhere und robustere Margen erzielen zu können.

Hierbei ist die interne Organisationsstruktur weiterzuentwickeln, die Prozesse und Abläufe der Unternehmensgröße anzupassen und die Passivseite der Bilanz schnellstmöglich neu zu strukturieren.

(Slide) Neue Unternehmensfinanzierung

Lassen Sie mich nun zur Unternehmensfinanzierung kommen.

Ein kurzer Rückblick für Sie:

Der Kauf der Unternehmensanteile der All for One Systemhaus GmbH Midmarket Solutions im Februar 2006 wurde zu 100% durch Fremdkapital finanziert.

Das abgeschlossene Volumen betrug 15,5 Mio. EUR zzgl. einer Betriebsmittellinie über 4 Mio. EUR. Dieser – sehr aufwändige und komplexe – Kreditvertrag sollte über verschiedene Meilensteine bis Ende 2010 vollständig getilgt werden.

Zum 31. Dezember 2007 waren bereits 4,5 Mio. EUR getilgt, die Konzernliquidität reduzierte sich auf insgesamt 7,4 Mio. EUR und wichtige und hohe Investitionen in der zentralen Integrationsphase der All for One innerhalb der AC-Gruppe konnten nicht durchgeführt werden bzw. wurden für das Jahr 2008 geplant.

Diese unausgewogene finanzielle Situation, zusammen mit der Verfehlung einer festgelegten Finanzkennzahl innerhalb des Akquisitionskredites, ließen die AC-Service AG das Geschäftsjahr 2008 mit einer unsicheren Umsetzungsstrategie beginnen.

(Slide) Unternehmensfinanzierung II – Verkauf ACCURAT

Meine Damen und Herren,

es ist uns bereits am 19. Mai 2008 gelungen die Anteile an der ACCURAT für über 10,1 Mio. EUR zu verkaufen. 8,6 Mio. EUR sind uns dabei bereits in bar zugeflossen. Die übrigen 1,5 Mio. EUR sind für Garantien – die bei solchen Transaktionen nicht unüblich sind – für 2 Jahre blockiert.

Über die strategischen Überlegungen, die hinter der Veräußerung standen, berichtet Ihnen mein Kollege Lars Landwehrkamp später. Aus Sicht der Unternehmensfinanzierung kann ich festhalten, dass der erfolgreiche Abschluss des Verkaufs der ACCURAT unsere Spielräume für eine neue Wachstumsfinanzierung deutlich erweitert hat und kein nennenswerter Verzug in der Umsetzung unserer Investitionspläne eingegangen werden musste.

(Slide) Unternehmensfinanzierung III – Stand 25.6.2008

Wie eingangs bereits angedeutet, freue ich mich besonders, Ihnen heute den erfolgreichen Abschluss einer neuen Unternehmensfinanzierung vorstellen zu dürfen. Was wir im Bericht für das erste Quartal 2008 am 8. Mai nur andeuten konnten, ist mittlerweile erfolgreich umgesetzt. Die Gespräche über ein neues Finanzierungskonzept konnten mit der Dresdner Bank erfolgreich abgeschlossen werden und die Bank wird auch weiterhin ein wichtiger Partner bei der Entwicklung der AC-Service AG bleiben. Mit der LBBW kommt ein zusätzlicher, renommierter Finanzpartner mit an Bord, den ich Ihnen sicherlich nicht weiter vorstellen muss.

Ihre AC-Service AG wird sich demzufolge zukünftig mit zwei kraftvollen Finanzpartnern weiterentwickeln und wir haben damit die gesamte Unsicherheit aus unserer Bilanz eliminiert.

Die Kerndaten im kurzen Überblick:

- Die neue Wachstumsfinanzierung beläuft sich auf ein Volumen von insgesamt **9 Mio. EUR** zzgl. zweier Betriebsmittellinien von insgesamt **6 Mio. EUR**. Die Tilgungspläne sehen eine Rückzahlung bis Ende 2012 vor. Das Zinsniveau liegt beim 3-Monats-EURIBOR zzgl. einer Marge zwischen einem und zwei Prozent. Die Einmalkosten sind sehr gering.
- Der komplexe Akquisitionskredit aus dem Jahre 2006, der lediglich auf die Finanzierung der Akquisition, nicht jedoch auf einen derartigen Wachstumskurs ausgerichtet war, ist damit vollständig abgelöst.

Zusammen mit der Beimischung attraktiver Leasing-Komponenten mit neuen Partnern ist die gesamte Unternehmensfinanzierungsstrategie auf eine komplett neue Basis gestellt und soll es uns nun ermöglichen, den Fokus auf das operative Geschäft und unsere laufenden Projekte weiter zu erhöhen.

Ihre Anteile, meine Damen und Herren, bleiben durch diesen Schritt unverwässert. Es ist derzeit keine Eigenkapitalmaßnahme geplant.

Die Finanzierung des geplanten Geschäftsausbaus ist damit gesichert. Mit dem Halbjahresbericht, den wir am 20. August 2008 veröffentlichen, werden wir eine grundlegend neu strukturierte Bilanz präsentieren können.

AUSKLANG

Meine Damen und Herren. Sie können mit dem eingangs gezeigten Kursverlauf nicht zufrieden sein, und wir sind es auch nicht.

Wir haben wichtige und aus unserer Sicht richtige Entscheidungen für einen langfristigen Wachstumskurs getroffen und sind dabei, diesen konsequent

Hauptversammlung 2008 der AC-Service AG
Rede des Vorstands

Seite 12 von 26

umzusetzen. Wir wachsen robust, dynamisch und schnell.

Die Verbesserung der operativen Profitabilität steht ganz oben auf unserer Agenda.

Ich möchte das Wort nun an meinen Kollegen und den Sprecher des Vorstands, Herrn Lars Landwehrkamp weitergeben – Lars, bitte ...

Lars Landwehrkamp, Vorstandssprecher

(Slide) Schlagzeilen

Meine Damen und Herren,

2007 war ein Jahr der großen Veränderungen. Ein Übergangsjahr. Ein Jahr, in der wir mit der konsequenten Umsetzung einer neuen Strategie begonnen und ein mittlerweile immer besser integriertes Geschäftsmodell etabliert haben, so dass wir Ihnen heute berichten:

- Wir sind auf dem richtigen Weg.
- Wir wachsen kräftig.
- Wir gewinnen: Neue Kunden, neues Personal, Marktanteile, Aufmerksamkeit, Beachtung und Visibilität in der Öffentlichkeit.
- Wir verbreitern und verbessern kontinuierlich die Basis für profitables Wachstum.

(Slide) SAP-Mittelstandsmarkt

Unseren Zielmärkten gehört die Zukunft, und diese heißt »Mittelstand«. Hier spielt die Musik. Das haben mittlerweile auch die ganz Großen erkannt. Im Gefolge der guten Position von SAP wachsen wir in unserem Lösungsgeschäft deutlich schneller als der Gesamtmarkt. Damit gewinnen wir Marktanteile. Deshalb zählen wir weltweit mit zu den besten SAP-Partnern.

(Slide) SAP-Outsourcing-Markt

Auch im SAP-Outsourcing-Markt sind wir bereits gut aufgestellt und freuen uns über Marktanteilsgewinne, die uns Analysten bescheinigen und die wir benötigen, um zukünftig mit mehr Kunden überproportionale Ergebniszuwächse zu erzielen.

(Slide) Zielmärkte mit hoher Wachstumsdynamik

Unser Fokus ist klar umrissen und liegt auf Marktsegmente innerhalb des Mittelstands, die eine hohe Wachstumsdynamik aufweisen. Es sind das die Schlüsselbranchen unserer Volkswirtschaft, der Maschinen- und Anlagenbau, die Automobilzulieferindustrie und Dienstleistungsunternehmen. In diesen Branchen sind wir zu Hause. In diesen Branchen nehmen wir führende Marktpositionen ein. In diesen Branchen haben wir eine ausgezeichnete Reputation als Komplettendienstleister, der das Geschäft der Unternehmen versteht und daher schneller bessere Lösungen realisiert, als andere, die diese hart umkämpften Märkte ebenfalls adressieren.

(Slide) Eigene SAP-Branchenlösungen

Basis dieser führenden Marktpositionen in unseren Zielmärkten sind eigene SAP-Branchenlösungen, in denen sich unsere Kunden mit ihrer Organisation und ihren Geschäftsabläufen sofort wiederfinden. »Hier versteht jemand ganz genau, wie unser Geschäft funktioniert, und hat dies bereits vielfach in unserer Branche erfolgreich unter Beweis gestellt«, bekommen wir immer wieder zu hören, wenn wir nachfragen, warum die Wahl auf uns gefallen ist.

(Slide) Outsourcing und Managed Services

Dass der technische Betrieb einer Unternehmenssoftwarelösung mit allem was dazugehört in unseren hochmodernen Rechenzentren am besten aufgehoben ist, unterstreichen wir mit unserem Outsourcing und Managed Services Angebot. Kaum ein anderer mittelständischer IT-Dienstleister kann ein derart durchgängiges und ausgewogenes Leistungsangebot vorweisen. Mit dieser Verbindung, sprich, mit diesem integrierten Geschäftsmodell bedienen wir aus einer Hand die gesamte Bandbreite an IT-Unterstützung, mit der unsere mittelständischen Kunden ihr Geschäftsabläufe verbessern und Wettbewerbsvorteile erzielen.

(Slide) Integriertes Geschäftsmodell

In den einzelnen Phasen des Lebenszyklus einer Unternehmenssoftwarelösung, der gut und gerne über 10 Jahre oder länger betragen kann, sind die Intensitäten unserer Leistungen sehr unterschiedlich. Bei einer großen Kundenbasis, die unser Leistungsangebot möglichst vollständig beansprucht, führt unser integriertes Geschäftsmodell zu hohen Permanent-Leistungen und Dauerbetreuungsaufgaben. Auch hier haben wir durch unsere starke Vertriebsorganisation im letzten Jahr wiederum große Fortschritte erzielt und deutliche Zuwächse verzeichnet. Rund ein Drittel unseres Umsatzvolumens entfällt heute bereits auf solche wiederkehrenden Leistungen, die vor allem auf Outsourcing- und Softwarewartungsleistungen zurückgehen. Solche Erlöse sind besser planbar und dämpfen die Schwankungen unseres Softwarelizenzgeschäfts.

Meine Damen und Herren, dass dieses integrierte Geschäftsmodell

wirklich greift, möchte ich Ihnen anhand zweier Kundenbeispiele veranschaulichen.

(Slide) Coperion I

Bis anhin hatten wir für die Coperion Werner und Pleiderer lediglich den Betrieb der Computerlandschaft bei uns im Rechenzentrum. Der Hauptsitz dieses mittelständischen Maschinen- und Anlagenbauunternehmens befindet sich unweit von hier in Stuttgart-Zuffenhausen. Das Unternehmen beschäftigt über 2.000 Mitarbeiter. Entsprechende Datenleitungen stellen die Verbindung zu unseren Rechenzentren her.

(Slide) Coperion II

Als SAP Komplettdienstleister können wir jedoch deutlich mehr. Unser integriertes Gesamtangebot hat den Kunden überzeugt. Ergebnis sind einmalige wie wiederkehrend deutliche Mehrerlöse aus Softwarelizenzen und Softwarewartung, die ohne unsere strategischen Weichenstellungen nicht zu erzielen wären. Für den Kunden resultieren daraus klare Vorteile: weniger Abstimmungsaufwand, höhere Effizienz und bessere Performance.

Ein anderes Beispiel: myonic

(Slide) myonic I

Bei myonic, ein typisch mittelständisches Unternehmen aus dem Maschinenbau mit Sitz in Leutkirch beschränkte sich unser Leistungsangebot zunächst auf ein einmaliges

Softwareeinführungsprojekt sowie die wiederkehrende Softwarewartung. Weiterer Mehrwert für den Kunden schafft jetzt unsere ganzheitliche Betreuung.

(Slide) myonic II

Heute liegt der Betrieb der Unternehmenssoftwarelösung von myonic in unseren Rechenzentren. Im selben Zuge wurde gleich auch der Betrieb weiterer Systeme, zum Beispiel Bürolösungen wie Word und Excel, die auf jedem Arbeitsplatzcomputer eines myonic Mitarbeiters genutzt werden, in unsere Rechenzentren überführt. Für myonic bedeutet das mehr Sicherheit, höhere Flexibilität, weniger Eigenbetreuungsaufwand und schlussendlich eine verbesserte Gesamtperformance. Unser Geschäftsvolumen hat auch in diesem Beispiel deutlich zugelegt. Und das nachhaltig.

Meine Damen und Herren, wir erachten es als wichtig, Ihnen unsere Strategie nachvollziehbar zu veranschaulichen. Von solchen konkreten Kundenbeispielen gibt es mittlerweile viele. Selbst die Rekordumsätze, die wir Anfang April 2008 vermelden durften und die auf den bisher größten Lizenzabschluss unserer Unternehmensgeschichte zurück gehen, sind Ergebnis unseres integrierten Geschäftsmodells in Verbindung mit einem entsprechend integrierten Marktauftritts.

Mit solchen Beispielen, meine Damen und Herren, dürften die mitunter vielleicht abstrakt wirkenden Themen wie »Strategie« begreifbar werden. Damit wird nachvollziehbar, warum wir mit derartiger Nachhaltigkeit und Konsequenz daran arbeiten, unsere Strategie auch umzusetzen. Das Thema Internationalisierung gehört gleichfalls dazu.

(Slide) United VARs

Unter unseren mittelständischen Kunden befinden sich viele »hidden champions«, wie wir neudeutsch sagen. Gemeint sind Unternehmen, die im Hinblick auf die breitere Öffentlichkeit eher im Verborgenen tätig sind, in ihren Märkten jedoch anerkannt führende Positionen einnehmen. Und das weltweit. Solche Kunden, meine Damen und Herren, stützen Deutschlands Position als Exportweltmeister. Solche internationalen Kunden haben besondere Betreuungs- und Beratungsanforderungen, wenn es um ihre Unternehmenssoftwarelösungen geht.

Unsere Antwort auf diese Herausforderungen ist klar und eindeutig:

Der geographische Fokus unserer eigenen Aktivitäten liegt auf Deutschland, Österreich und Schweiz. Trotzdem folgen wir unseren Kunden um die ganze Welt.

Wir wählen dazu jedoch gerade nicht den risikoreichen Weg einer Internationalisierung nach herkömmlichem Muster mit eigenen Niederlassungen und Standorten, wie das manche unserer Mitbewerber tun und sich damit Management-, Auslastungs- und nicht zuletzt Währungsrisiken ins Haus geholt haben.

Vielmehr verfolgen wir, ähnlich wie die großen Fluggesellschaften, eine intelligente Internationalisierungsstrategie. Diese führt über unser Partnernetzwerk United VARs. Als deren Initiator und Leitfigur haben wir so die in ihren Ländern führenden Partner zusammengeführt. Zusammen mit derzeit 16 Partnern können wir unsere Kunden in über 34 Ländern betreuen. Die IT unserer Kunden liegt damit praktisch überall auf der ganzen Welt in guten Händen. Zudem profitieren wir

selbst von der Dynamik des Weltmarktes, ohne selbst risikoreiche Engagements eingehen zu müssen.

(Slide) Verkauf ACCURAT

Meine Damen und Herren, zur Frage der Strategie gehört auch die Überprüfung des Portfolios. Sind wir insgesamt richtig aufgestellt? Können wir überall dort, wo wir tätig sind, anerkannt führende Marktpositionen und Qualitätsführerschaft erreichen und ausbauen? Die Antworten auf solche Fragestellungen führten nach vertiefter Analyse zu der Entscheidung, ACCURAT zu veräußern und ich denke, nach all dem, was wir Ihnen über unsere Strategie berichtet haben, ist dieser Schritt gut nachvollziehbar.

Hinter ACCURAT steht ein profitables, reifes und gut geführtes Personalabrechnungsgeschäft, das wir in unserem ehemaligen Bereich Human Resource Services auch gesondert ausgewiesen hatten.

- Mit ACCURAT bewegten wir uns jedoch klar außerhalb des SAP-Marktes.
- Zu den rund 500 ACCURAT Kunden finden wir mit unserem Komplettdienstleistungsangebot eines integrierten Geschäftsmodells für den SAP-Mittelstandsmarkt keine Berührungspunkte.
- ACCURAT ist rein auf Deutschland konzentriert, entsprechende Angebote für unsere Zielmärkte in Österreich und der Schweiz fehlen.

Daher haben wir im Rahmen der Neuausrichtung der AC-Gruppe ACCURAT als nicht strategisch eingestuft, was gleichzeitig auch bedeutet, dass ACCURAT in anderen Händen weit bessere

Entwicklungsperspektiven erfährt, als in der Form einer reinen Finanzbeteiligung der AC-Service AG.

Der erfolgreiche Abschluss der Transaktion mit einem auch von Analysten als »sehr gut« bewerteten Verkaufspreis in Höhe von 10,1 Mio. EUR im Mai 2008 zeigt:

Wir setzen unsere Strategie nachhaltig und konsequent um. Neben richtig Investieren gehört dazu auch richtig zu Desinvestieren, um finanzielle Mittel freizusetzen, die in einer nicht strategischen Geschäftseinheit gebunden sind und die dort, wo wir führende Marktpositionen und Qualitätsführerschaft weiter ausbauen wollen, besser eingesetzt sind.

Meine Damen und Herren, damit keine Missverständnisse aufkommen, der Verkauf ACCURAT bedeutet für uns keinesfalls die Aufgabe unserer Personalsoftware-Aktivitäten. Ganz im Gegenteil. Mit KWP Kümmerl Wiedmann + Partner steht unser – jedoch konsequenter Weise SAP-basiertes – Personalsoftwaregeschäft auf starken Beinen. Mit Über 600 Kunden und einem Marktanteil von etwa 17% zählen wir hier in Deutschland zu den Markführern. Bisher waren diese Aktivitäten weniger visibel, weil Teil unseres ehemaligen Geschäftsfeldes »SAP Solutions«. Mit dem Verkauf von ACCURAT, im Rahmen unserer SAP Komplettdienstleister Strategie und unserem integrierten Geschäftsmodell haben diese gesondert geführten Personalsoftware-Aktivitäten jedoch eine ganz andere Bedeutung erhalten und werden deshalb neu als gesondertes Geschäftsfeld »HR Solutions« in unserer Segmentberichterstattung ausgewiesen.

(Slide) Agenda Neuausrichtung zur All for One Midmarket AG

Damit, meine Damen und Herren sind wir erneut mitten drin im Thema »Neuausrichtung«. Die Umsetzung unserer strategischen Agenda schreitet in großen Schritten voran. Nach der Akquisition der All for One im Februar 2006 und der sich anschließenden Phase der Strategieentwicklung haben wir einen tiefgreifenden Wandel in der AC-Gruppe eingeleitet.

(Slide) Strategieumsetzung schreitet in großen Schritten voran

Über die einzelnen Schritte unserer »strategischen Agenda«, deren Eckpunkte wir Ihnen hier als zusammenfassende Gesamtübersicht aufblenden, haben wir bereits vielfältig gesprochen.

Unser Umbau vollzieht sich über unzählige Teilschritte. Wir sind dabei, uns grundlegend neu aufzustellen. Wir haben ein immer besser integriertes Geschäftsmodell und einen integrierten Marktauftritt geschaffen und damit einen dynamischen und robusten Wachstumskurs eingeschlagen. Wie groß und tiefgreifend die Veränderungen sind zeigt dieser Rückblick:

(Slide) Rückblick AC-Service 2006

Wir haben uns verabschiedet von der hier gezeigten, primär auf die einzelnen juristischen Einheiten ausgerichteten Führungsstruktur, die hohen Abstimmungsaufwand zwischen den Einheiten nach sich zog und ganzheitliche Leistungsangebote behindert hat.

Wir haben uns konsequent die Brille des Kunden aufgesetzt und

angeschaut, was zusammengehört, wie die Marktleistung erbracht und dazu geführt werden will. Wir haben einen integrierten Marktauftritt geschaffen und die dabei die Anzahl unserer juristischen Einheiten drastisch reduziert und Komplexitäten und Reibungsverluste abgebaut.

(Slide) Rückblick AC-Service 2007

In diesem Zuge haben wir eine neue Marke geschaffen und Ihnen vor etwa einem Jahr hier in diesen Räumen anlässlich unserer Hauptversammlung bereits Fortschritte präsentieren können: Wir formieren eine kundennahe, länderübergreifend geführte, schlanke und integrierte Komplettdienstleistungs-Gruppe mit wenigen aber großen, starken und schlagkräftigen Einheiten zu formieren.

Meine Damen und Herren, diesen Kurs wollen wir fortsetzen und bitten Sie daher in den Punkten 6, 7 und 8 unserer heutigen Tagesordnung um Ihre klare Zustimmung. Alle genannten Punkte weisen in eine klare Richtung:

(Slide) Neue Organisationsstruktur

- Die Umsetzung unserer Strategie verläuft planmäßig.
- Wir richten die AC-Gruppe neu aus.
- Wir reduzieren Komplexitäten.
- Wir verlassen unsere bisherige Führungsorganisation, die an einer Vielzahl einzelner Gesellschaften festgemacht war.
- Wir bewegen uns in großen Schritten auf diese wesentlich einfachere, divisionale Führungs- und Prozessorganisation zu, mit der unser starker, lokaler Kunden- und Marktbezug überall am besten zur Geltung kommen wird.

Wir wollen diesem tiefgreifenden Wandel, den die AC-Gruppe seit 2006 durchläuft, eine neue Überschrift geben und diese Überschrift soll lauten:

(Slide) All for One Midmarket AG

Meine Damen und Herren, mit der neuen Überschrift »All for One« und all den neuen Inhalten, die wir in den letzten Jahren erarbeitet haben, soll eine anerkannte Erfolgsstory geschrieben werden, um im Kundenmarkt wie auch im Finanzmarkt zu reüssieren.

Wir wollen in unserem Hauptmarkt Deutschland mit der Potenz und der Größe einer börsennotierten All for One Midmarket AG unserer Außenwirkung neue Durchschlagskraft verleihen. Wir wollen gleichfalls unsere guten Erfolge im Kundenmarkt viel besser weil unter derselben Hauptüberschrift »All for One« in der Financial Community vermarkten.

Wir schaffen dazu eine Struktur, die klar ist, die einfach ist, die sofort verstanden wird, die integriert auftritt und operiert und daher ohne Finanzholding an der Spitze auskommt, weil sie selbst eine große und starke Spitze darstellt, im operativen wie im juristischen Sinne.

(Slide) All for One Midmarket AG

Meine Damen und Herren mit der neuen All for One, die die großen Stärken einer alten All for One und einer alten AC-Service vereint, wollen wir neue Werte schaffen und Chancen und Perspektiven auf Wertsteigerungspotenziale für alle diejenigen aufzuzeigen, dies sich in unserer Aktie engagieren.

Diese Werte sind

- Als Nr. 1 im Mittelstand eine führende Marktposition in klar fokussierten Zielmärkten ausbauen.
- Mit einem integrierten Geschäftsmodell mit ganzheitlicher und umfassender Kundenbetreuung profitabel zu wachsen und hohe wiederkehrende Erlöse generieren.

Unter diesen neuen Vorzeichen möchten wir mit Ihnen auf 2008 blicken.

(Slide) Investitionen in weiteres Wachstum

Das Geschäftsjahr 2008, meine Damen und Herren, ist von Rekordinvestitionen geprägt und man könnte fast meinen, das ganze Unternehmen zieht um. Wir beziehen neue hochmoderne Rechenzentren in Frankfurt und schaffen ein solches in Wettingen, Schweiz. Wir beziehen neue Geschäftsräume in Memmingen, in Heilbronn und in Stuttgart. Letzterer ist nur ein Blick von hier entfernt: auf die schräg gegenüberliegende Seite der Landebahn hier am Stuttgarter Flughafen können Sie mit einem Blick aus dem Fenster den guten Baufortschritt erkennen, den wir Ihnen ansonsten hier mit einem etwa 1 Woche alten Foto zeigen.

(Slide) Ausblick

Meine Damen und Herren, die Höhe unsere Investitionen in 2008 bewegt sich auf einem Rekordniveau. Rund 10% des geplanten Umsatzes dürften die Investitionen 2008 ausmachen.

Dahinter steht eine hohe unternehmerische Verantwortung. Dahinter steht die feste Überzeugung, dass wir auf dem richtigen Weg in eine erfolgreiche Zukunft sind. Dass wir Vorstände selbst an diese Story glauben, dies können Sie auch an unseren Directors Dealings entnehmen, mit denen der Vorstand AC-Aktien zugekauft hat.

Meine Damen und Herren, wir berichteten Ihnen von einem Jahr 2007 mit sehr entscheidenden Weichenstellungen:

- Unser Geschäft steht mehr denn je auf den festen Säulen eines integrierten Geschäftsmodells.
- Wir haben mit der BEKO HOLDING AG einen Hauptaktionär, der einen stabilen Rahmen für unsere strategische Unternehmensentwicklung bildet, unsere Strategie unterstützt und uns mit ihrer aktiven Konzernpolitik den Zugang zu den anderen Unternehmen der BEKO-Gruppe verschafft, so dass wir heute mehr und intensiver denn je in der Gruppe an gemeinsamen Projekten arbeiten.
- Unsere Perspektiven stimmen. Wir verfolgen hohe ethische Grundsätze und bekennen uns zu einer guten und verantwortungsbewussten Unternehmensführung. Unsere Entschensklärung 2007 zum Corporate Governance Kodex finden Sie in unserem Geschäftsbericht in Ihren Unterlagen und auf unserer Homepage.
- Wir setzen viel daran, aus loyalen Kunden Promotoren für unser Unternehmen zu machen, die uns aus freien Stücken, eigener Überzeugung und guten Erfahrungen mit uns weiter empfehlen. Kundenbeziehungen, die über viele Jahre Bestand haben, brauchen positive Mund zu Mund Propaganda mehr als den Einsatz klassischer Werbeinstrumente.

- Wir setzen viel daran, dass unsere Mitarbeiter unser Unternehmen aus guter Überzeugung weiterempfehlen.

Wir können mit unserem Aktienkurs nicht zufrieden sein und sind es auch nicht. Wir sind aber überzeugt, dass wir im letzten Jahr, in diesem Jahr und nicht zuletzt mit Ihren Stimmen in dieser Hauptversammlung wichtige und richtige Entscheidungen für profitables Wachstum getroffen haben und weiter treffen werden.

Gemeinsam mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, für deren hohen Einsatz ich mich an dieser Stelle herzlich bedanke, werden wir weiter daran arbeiten, den Unternehmenswert zu steigern.

Meine Damen und Herren, die Chancen sind gut, wir wollen Sie nutzen. Im Namen des Vorstands, des Managements und aller Mitarbeiter bedanken wir uns bei Ihnen für Ihr Vertrauen.

Herzlichen Dank

(Slide) Startseite



Ordentliche Hauptversammlung der AC-Service AG Bericht des Vorstands

Flughafen Stuttgart, Konferenzzentrum Atrium, 25. Juni 2008

Disclaimer

Soweit diese Dokumentation Prognosen, Schätzungen oder Erwartungen enthält, können diese mit Risiken und Ungewissheiten behaftet sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation vor allem in den Kerngeschäftsfeldern und Märkten, Gesetzesänderungen, insbesondere von steuerlichen Regelungen können solche Abweichungen verursachen.

Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Präsentation enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.

1. **Das Geschäftsjahr 2007**
2. **Das 1. Quartal 2008**
3. **Unternehmensfinanzierung**
4. **Unsere Strategie**
5. **Neuausrichtung zur All for One Midmarket AG**
6. **Ausblick**

AC-Service – Ein Überblick

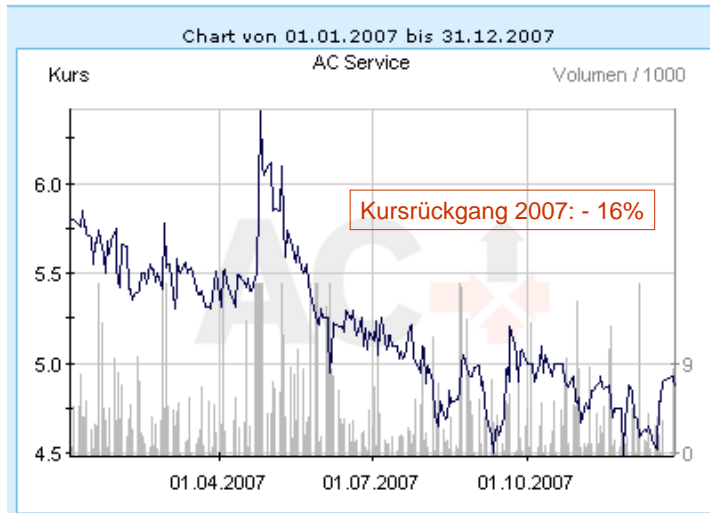
Kennzahlen 2007 * im Vorjahresvergleich

Mio. EUR

	<u>2007</u>	<u>2006</u>	<u>+/-</u>
Umsatz	78,1	62,6	25%
EBITA	2,1	1,3	64%
EBIT	1,0	0,3	264%
Ergebnis pro Aktie (EUR)	0,15	-0,46	n/a
Eigenkapitalquote (in %)	38%	39%	
Personal (Anzahl zum Periodenende)	425	355	20%

AC-Service – Kursentwicklung

Geschäftsjahr 2007



AC-Service AG / 2008

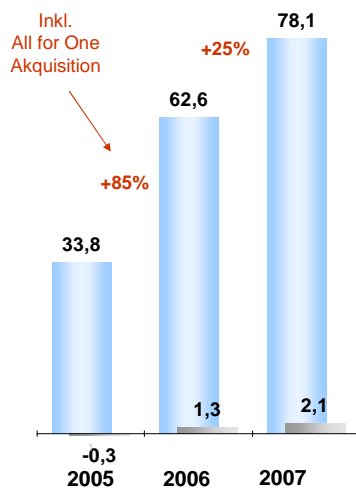
5

AC-Service

Umsatz und EBITA 2007*



Mio. EUR



Starker Umsatzanstieg

- Bereits rund 1/3 wiederkehrende Outsourcing- / Wartungsumsätze
- Anhaltend gute Konjunktur
- Einmalkosten aus Strategieumsetzung
- Enger Personalmarkt

* ohne discontinued operations (ACCURAT)

AC-Service AG / 2008

6

AC-Service – Quartalsübersicht

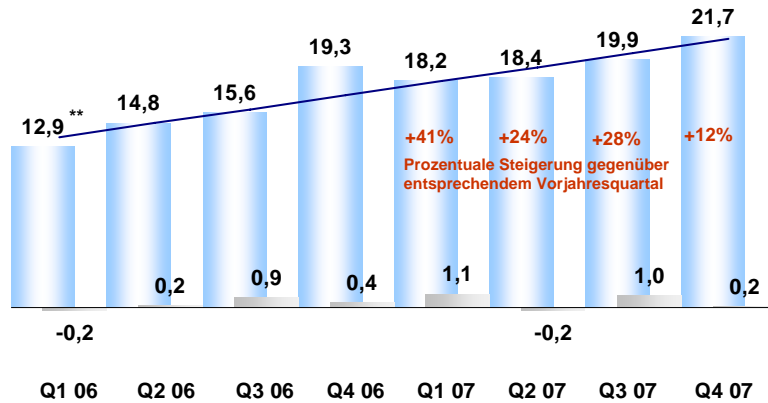
Umsatz und EBITA 2007*



Robuste Geschäftsausweitung

- Erhebliches und kontinuierliches Umsatzwachstum
- Neuausrichtung und Wachstum generiert Zusatzaufwand / Kosten

Mio. EUR



* ohne discontinued operations (ACCURAT)

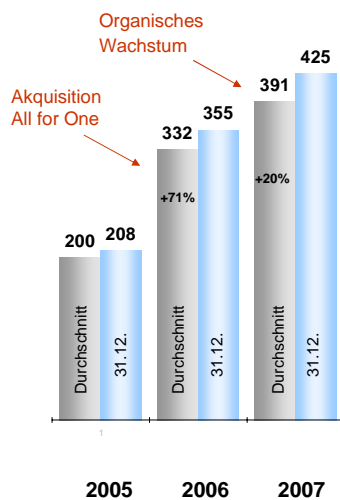
** ab Feb 06 inkl. All for One

AC-Service AG / 2008

7

AC-Service – Personal

(FTE, Jahresdurchschnitt / 31.12.)



Personal – kritischer Erfolgsfaktor

- Anhaltend enger Personalmarkt
- Hoher Personalaufbau / Investition
- Programme für Trainees und Umsteiger
- Laufbahnmodelle
- Mitarbeiterbindung
- Personalentwicklung

* ohne discontinued operations (ACCURAT)

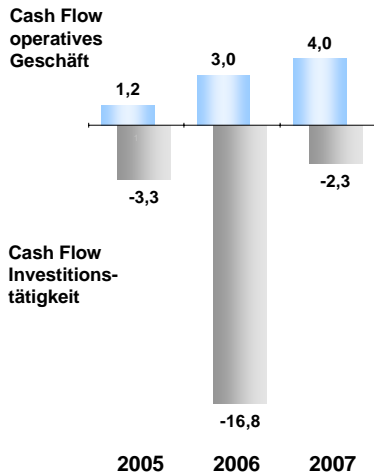
AC-Service AG / 2008

8

AC-Service
Cash Flow 2007*



Mio. EUR



Trendwende

- CF operatives Geschäft wächst robust
 - Akquisitionen: Process Partner (2005), All for One (2006)
 - 2007: Positiver Free Cash Flow
 - 2007: Investitionen in IT-Service-Center Infrastrukturen begonnen
- 2008: Höhepunkt der Investitionen erwartet

* ohne discontinued operations (ACCURAT)

AC-Service AG / 2008

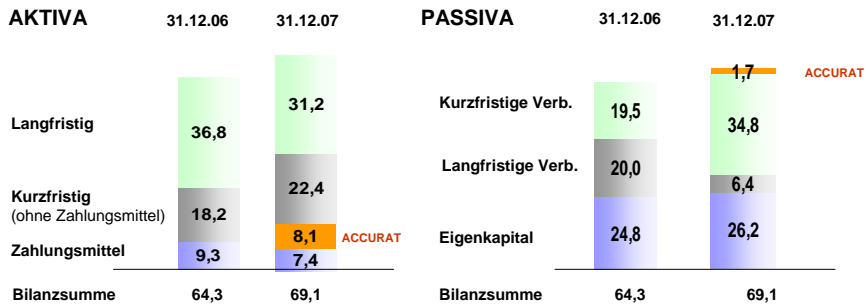
AC-Service
Bilanzstruktur zum 31. Dezember 2007



Mio. EUR

Bilanz im Umbruch

- Kurzfr. Finanzverbindlichkeiten stark angestiegen (Kennzahl nicht erreicht)
- Starke Geschäftsausweitung führt zu Bilanzverlängerung



AC-Service AG / 2008

- Neuausrichtung sehr gut angelaufen
- Fokussierung auf Kerngeschäft intensiviert
 - Verkaufsprozess ACCURAT gestartet
- Dynamischer und robuster Wachstumskurs im Kerngeschäft (+25%)
- Hohe Investitionen in Personal (Zusatzaufwand in G.u.V.)
- Finanzierungsstruktur passt noch nicht zum Wachstumskurs
 - Ausarbeitung einer langfristigen Finanzierungsstrategie notwendig
- Niveau der Profitabilität ist noch nicht ausreichend

1. **Das Geschäftsjahr 2007**
2. **Das 1. Quartal 2008**
3. **Unternehmensfinanzierung**
4. **Unsere Strategie**
5. **Neuausrichtung zur All for One Midmarket AG**
6. **Ausblick**

AC-Service – Ein Überblick

Kennzahlen 1. Quartal 2008 * im Vorjahresvergleich



Mio. EUR

	Q1 2008	Q1 2007	+/-
Umsatz	21,7	18,2	19%
EBITA	0,8	1,1	-27%
EBIT	0,6	0,9	-33%
Ergebnis pro Aktie (EUR)	0,02	0,10	-79%
Eigenkapitalquote (zum 31. März; in %)	40%	38%	2%-Punkte
Personal (Anzahl zum Periodenende)	438	367	19%

Bereinigtes EBIT (Steuerzuschritt von 0,7 Mio. EUR in 2007)
steigt in Q1 um +197% / EBITA um +81%

* ohne discontinued operations (ACCURAT)

AC-Service AG / 2008

13

AC-Service AG – Quartalsentwicklung*

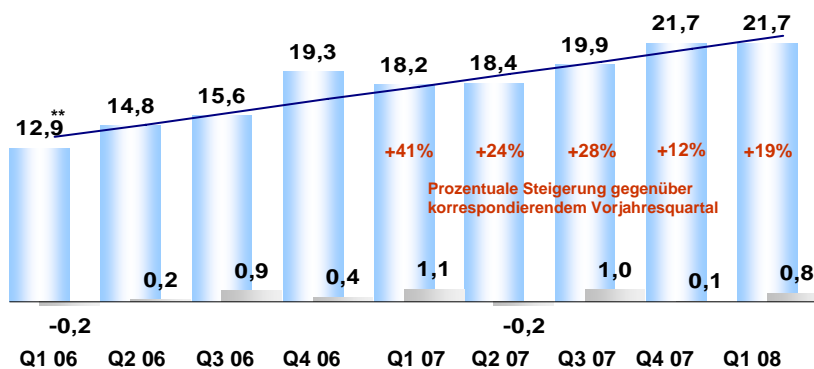
Umsatz und EBITA Q1,2008



Mio. EUR

Anhaltend robuste Geschäftsausweitung

- Neun Quartale mit deutlichen Umsatzzuwächsen
- Fortschritte beim operativen Ergebnis noch volatil (hohe Investitionen)



* ohne discontinued operations (ACCURAT)
** ab Feb 06 inkl. All for One

AC-Service AG / 2008

14

- Integriertes Geschäftsmodell greift zunehmend
 - Neue Geschäftssegmente „Integrated Solutions“ und „HR Solutions“
- Dynamischer und anhaltend robuster Wachstumskurs wird fortgesetzt
- Erste Fortschritte bei der operativen Profitabilität (noch sehr volatil)
- Strategieumsetzung und Neuausrichtung verläuft planmäßig
- Liquiditätslage angespannt / Überarbeitung Fremdfinanzierungsstrategie
- Profitabilität in 2008 noch stark belastet
 - Umsatzrendite noch nicht zufriedenstellend

1. **Das Geschäftsjahr 2007**
2. **Das 1. Quartal 2008**
3. **Unternehmensfinanzierung**
4. **Unsere Strategie**
5. **Neuausrichtung zur All for One Midmarket AG**
6. **Ausblick**

Unternehmensfinanzierung I

Rückblick 2006 / 2007



Februar 2006

- Akquisition der All for One Systemhaus GmbH Midmarket Solutions
 - 100% Fremdfinanzierung (komplexer Akquisitionskredit über 15,5 Mio. EUR)
- Zielstellung: Dynamischer Wachstumskurs / Erhöhung Profitabilität

31. Dezember 2007

- Akquisitionskredit planmäßig auf 11,0 Mio. EUR zurückgeführt
- Kein Spielraum für wichtige Investitionen in 2008 / Finanzkennzahl nicht eingehalten / Nächste Tilgungen unsicher
- Dynamischer und robuster Wachstumskurs erfordert Liquidität



Veränderung Finanzierungsstrategie notwendig

Unternehmensfinanzierung II

Verkauf ACCURAT



ACCURAT

- Personalabrechnung (außerhalb SAP) ist kein strategisches Geschäftsfeld
 - daher strategischer Verkauf, um Kerngeschäft zu stärken
- Februar 2008: Absichtserklärung unterzeichnet
- 19. Mai 2008: Verkauf erfolgreich abgeschlossen
- Hoher Verkaufspreis in Höhe von 10,1 Mio. EUR erzielt:
 - Sofortiger Mittelzufluss in Höhe von 8,6 Mio. EUR ist erfolgt
 - 1,5 Mio. EUR für 2 Jahre blockiert (mögliche Garantiefälle)



Verkauf schafft deutlich erweiterte Spielräume

Verhandlungen mit Finanzierungspartnern erfolgreich abgeschlossen

- Fremdfinanzierung über 9 Mio. EUR auf zwei starke Partner verteilt
 - Tilgung schrittweise bis Ende 2012
 - Geringe Einmalkosten, faire Verzinsung (Margen 1-2% zzgl. 3M-EURIBOR)
 - Vollständige Auflösung bisheriger komplexer Darlehensstruktur (Akquisitionskredit)
 - Zusätzliche kurzfr. Linien verfügbar (max. 6 Mio. EUR)
- Keine Eigenkapitalmaßnahme bzw. Veränderung notwendig
- Beimischung attraktiver Leasing-Komponenten mit neuen Partnern bereits erfolgt



Strukturierung der Passiv-Seite im Kern abgeschlossen
Neue Struktur schafft Basis für weiteren gesicherten Geschäftsaufbau

1. Das Geschäftsjahr 2007
2. Das 1. Quartal 2008
3. Unternehmensfinanzierung
4. **Unsere Strategie**
5. Neuausrichtung zur All for One Midmarket AG
6. Ausblick



Lars Landwehrkamp:
„Richtig zum Durchbruch
kommen dürfte ein
Vollmengen-Gedanke erst mit
Business ByDesign.“

Heinzig Kapfermann, Vorstandsvorsitzender von SAP, präsentiert in New York die neue Software.

Von der Stange

SAP nimmt mit einer neuen Mietsoftware abermals Anlauf auf den Mittelstand

STUTTGARTER
NACHRICHTEN

Kleines Systemhaus mit großen Ansprüchen

Neuer Chef verleiht Stuttgarter IT-Dienstleister AC-Service neuen Anstrich – Mitarbeiterzahl wächst

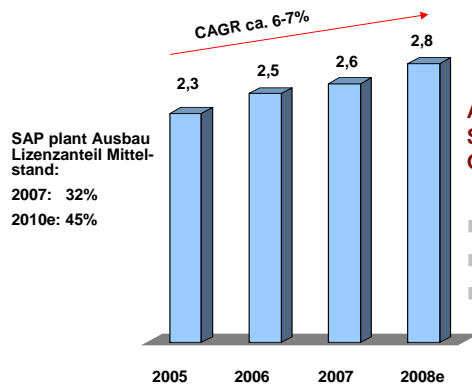


AC Service startet mit neuer Strategie und neuem Vorstand durch

SAP-Mittelstandsmarkt

Deutschsprachige Länder

SAP AG: Umsätze * DACH (Mrd. EUR)



AC-Service zählt weltweit zu den
SAP-Partnern mit der besten
Geschäftsentwicklung

- 2007: 50,5 Mio. EUR ** (+27%)
- 2006: 39,7 Mio. EUR ** (+220%)
- Nr. 1 im SAP HCM Markt in Deutschland nach Anzahl Kunden-Installationen (17%)

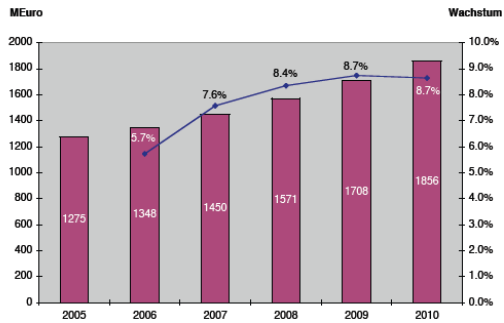
SAP plant Ausbau
Lizenzanteil Mittel-
stand:
2007: 32%
2010e: 45%

SAP 2007 DACH: ca. 2.600 All in One Kunden SME (40 – 500 Mio. EUR Umsatz)
ca. 3.500 SAP HCM Kunden

* Quelle: SAP AG, Lünen/Donk 2006, 2007
** SAP Solutions: vor allem Lizenzen, Beratung, Wartung

SAP-Outsourcing-Markt *

Deutschsprachige Länder



Führende Anbieter von SAP-Outsourcing in Deutschland (in Mio. Euro; nicht-kaptiv)

Rang	Unternehmen	2005
1	T-Systems	199
2	HP	183
3	IBM	139
4	Siemens Business Services	68
5	SAP	38
6	EDS	37
7	Atos Origin	31
8	TDS	30
9	CSC	22
10	gedas (T-Systems seit 01/2006)	16
11	AC-Service	15
=	Capgemini	15
=	Lufthansa Systems	15
14	Accenture	13
15	Info AG	12

AC-Service gewinnt deutlich Marktanteile

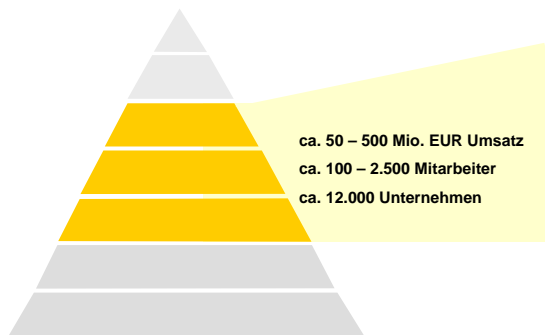
- 2006: 18,8 Mio. EUR ** (+8%)
- 2007: 23,3 Mio. EUR ** (+24%)

* Mittelstand und Großunternehmen. Quelle: PAC, 2006
 ** Bereich Managed Services

Zielmärkte mit hoher Wachstumsdynamik



SAP-Markt - deutschsprachige Länder



Klarer Branchenfokus im Kernmarkt

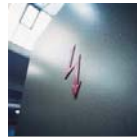
- Maschinen- / Anlagenbau
- Automobilzulieferer
- Diskrete Fertigung im weiteren Sinne
- Projekt- und Engineering-Dienstleister

- Fokus auf Schlüsselindustrien D A CH

Eigene SAP-Branchenlösungen



All for Automotive



All for Electric



All for Machine



All for Metal



All for Plastics



All for Service

Standardisierte SAP-Branchenlösungen

- Zugeschnitten auf die spezifischen Geschäftsprozesse
- Branchenspezifische Zusatzlösungen auf Basis SAP-Technologie
- Schnelle Einführung, wirtschaftlicher Betrieb

neu



All for Foundry

Branchenübergreifende Lösungen

- SAP-Geschäftsdatenanalyse (Business Intelligence), SAP-Kundenbeziehungs-Management (CRM), SAP-Lieferketten-Management (SCM)

SAP Top Gold Partner Status

Outsourcing und Managed Services



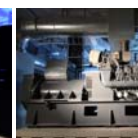
Tape Roboter



Gas-Löschlage



Enterprise Server



Strom-Ersatzanl.



Klimaanlage



USV

Hochmoderne Rechenzentren für weltweite Mittelstandskunden

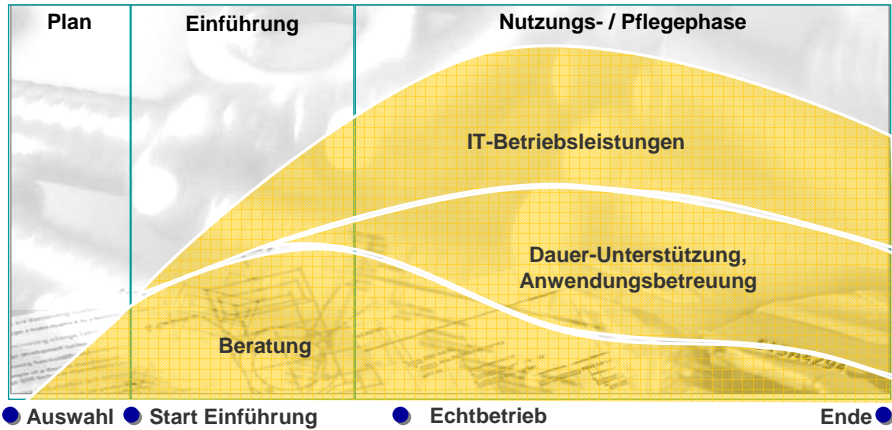
- Hochverfügbarkeit: Systembetrieb aus geographisch getrennten Rechenzentren
- Hohe Sicherheits- und Prozess-Standards
- 7 mal 24 Stunden Betrieb im Service

ITIL konformes Service-Management

- Fernbetreuung, Implementation Service, Partielles und Full Service Outsourcing
- Zentrales Service Desk für Betrieb und Application (Application Management)

Integriertes Geschäftsmodell

Hohe wiederkehrende Erlöse



- Alles aus einer Hand: Von der Auswahl bis zum Ende des Produkt-Lebenszyklus

Kundenbeispiel: Coperion-Gruppe I



- Umsatz: ca. 500 Mio. EUR
- 2.100 Mitarbeiter
- Maschinen-/Anlagenbau für Kunststoffverarbeitung
- Stuttgart Zuffenhausen

Bisher

- Betrieb Serverlandschaft im Managed-Service-Center



Kundenbeispiel: Coperion-Gruppe II



- Umsatz: ca. 500 Mio. EUR
- 2.100 Mitarbeiter
- Maschinen-/Anlagenbau für Kunststoffverarbeitung
- Stuttgart Zuffenhausen



Bisher

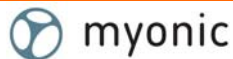
- Betrieb Serverlandschaft im Managed-Service-Center



SAP Komplettdienstleister

- Betrieb Serverlandschaft im Managed-Service-Center
- + Lizenzenerweiterungen
- + Komplette Softwarewartung
- + Applikationsbetreuung Consulting
- + 1 Mio. EUR Lizenzlöse (2007)
- + 0,25 Mio. Mehrerlöse p.a. (ab 08)

Kundenbeispiel: myonic-Gruppe I



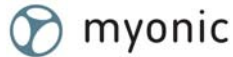
- Umsatz: etwa 60 Mio. EUR
- 400 Mitarbeiter
- Maschinenbau Präzisionswälzlager
- Leutkirch

Bisher

- Einmalig: SAP-Einführungsprojekt
- Wiederkehrend: Softwarewartung



Kundenbeispiel: myonic-Gruppe II

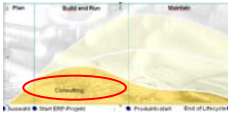


- Umsatz: etwa 60 Mio. EUR
- 400 Mitarbeiter
- Maschinenbau
Präzisionswälzlager
- Leutkirch



Bisher

- Einmalig:
SAP-Einführungsprojekt
- Wiederkehrend:
Softwarewartung



SAP Komplettanbieter

- SAP-Einführungsprojekt
- Softwarewartung
- + Betrieb Serverlandschaft
im Managed-Service-Center
- + Betrieb Office Systeme
- + **Zusätzlicher Auftragswert
>1 Mio. EUR**

Intelligente Internationalisierungsstrategie



Von der Dynamik des Weltmarktes profitieren, ohne risikoreiche Engagements

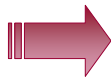
- Direktvertrieb und Service Delivery in den deutschsprachigen Ländern
- Globales Netzwerk weltweit führender SAP-Systemhäuser im Mittelstand
- All for One als Initiator – 16 Partner für über 34 Länder

ACCURAT

- Profitables und reifes Personalabrechnungsgeschäft
- Geschäftsbereich Human Resource Services
- 2007: 91 Mitarbeitern, Segmentumsatz: 10,4 Mio. EUR, EBIT: 1,4 Mio EUR
- Nicht SAP-Markt, Deutschland

- Passt nicht in unsere SAP Komplettdienstleister Strategie
- Februar / Mai 2008: Verkauf ACCURAT

- Sehr guter Verkaufspreis in Höhe von 10,1 Mio. EUR erzielt



Klarer Fokus auf den SAP-Mittelstandsmarkt

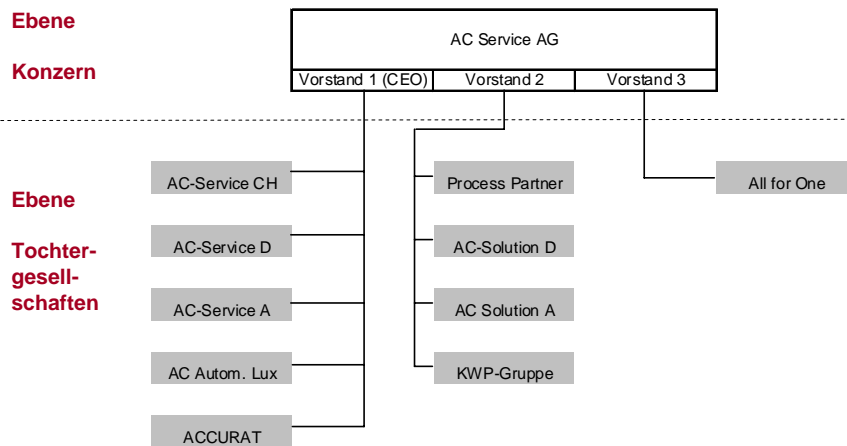
1. Das Geschäftsjahr 2007
2. Das 1. Quartal 2008
3. Unternehmensfinanzierung
4. Unsere Strategie
5. **Neuausrichtung zur All for One Midmarket AG**
6. Ausblick

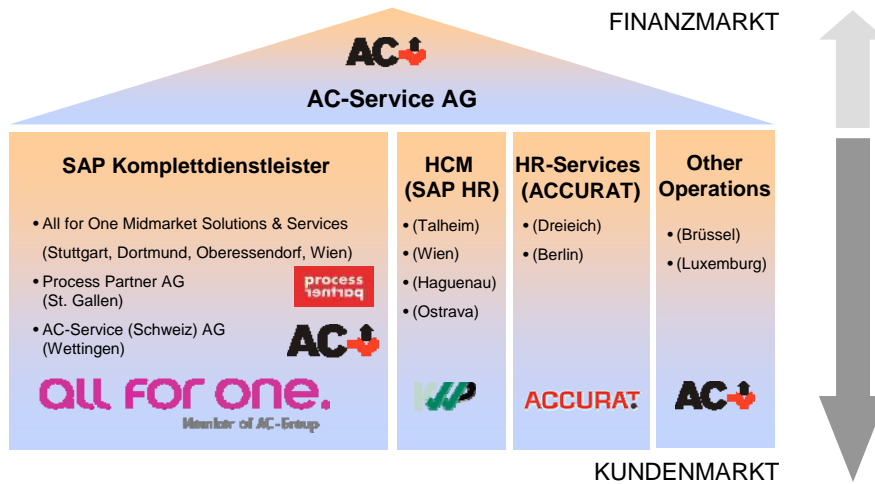
Strategieumsetzung: in großen Schritten voran



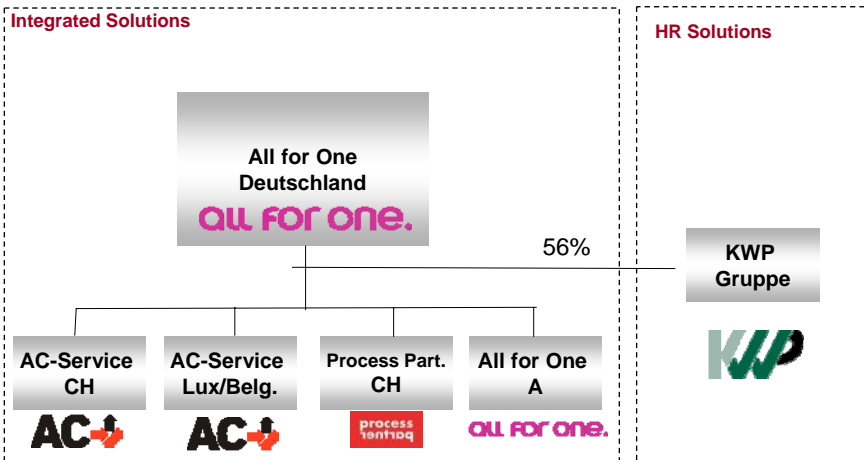
2006	2007	2008	2009	Status
Akquisition All for One				ok
Strategieentwicklung				ok
	Strategieumsetzung zum SAP Komplettanbieter			on track
	Umbau Vorstand			ok
	Management neu aufgestellt			ok
	Neues Kundenmarkt Branding entwickelt und eingeführt			ok
	Verschmelzung Gesellschaften			on track
	Externe Prozesse -> integrierter Marktauftritt			on track
	IT Service Delivery Prozesse neu ausrichten			on track
	Integriertes Produkt- / Leistungsangebot schaffen			on track
	Neue Standorte			on track
	Portfolio-Bereinigung: Verkauf ACCURAT			ok
			Prüfung externes Wachstum	start

Rückblick: AC-Service 2006 / 1. Hj 2007





All for One Midmarket AG (Gruppe)



all for one.

Führende Marktposition

- Nr. 1 im SAP-Mittelstandsmarkt in Deutschland, Österreich und Schweiz

Integriertes Geschäftsmodell

- SAP Komplettdienstleister mit hohen wiederkehrenden Erlösen

Wachstumsstark

- Einer der am schnellsten organisch wachsenden SAP-Dienstleister

Mit der neuen All for One schaffen wir Werte und bieten die Chance, jetzt an einem hohen Wertsteigerungspotenzial teilzuhaben

1. Das Geschäftsjahr 2007
2. Das 1. Quartal 2008
3. Unternehmensfinanzierung
4. Unsere Strategie
5. Neuausrichtung zur All for One Midmarket AG
6. **Ausblick**

Investitionen in weiteres Wachstum: 2008



Neues Personal

- Neue Jobs / Ausbildung / Personalentwicklung

Neue hochmoderne Rechenzentren

- Frankfurt
- Wettingen

Neue Standorte

- Umzug Stuttgart
- Umzug Memmingen
- Umzug Heilbronn



Investitionen von rund 10% vom Umsatz 2008 fließen in diesem Jahr in den weiteren Geschäftsausbau

Ausblick (Mio. EUR)



2008e	(Mio. EUR)
Umsatz	82 bis 85
EBITA	2,3 bis 2,7
EBIT	1,3 bis 1,7

Personal ca. +70 Pers.
Investitionsspitze

2009e
Deutlicher Ergebnisanstieg

Schlüsselprojekte 2008

- Erfolgreicher Abschluss Verkauf ACCURAT
- Standortwechsel / Zusammenführung
- Ausbau High End IT-Infrastruktur
- Personalentwicklung
- Anpassung Aufbauorganisation



Ordentliche Hauptversammlung der AC-Service AG Bericht des Vorstands

Flughafen Stuttgart, Konferenzzentrum Atrium, 25. Juni 2008

Kontakt

Dirk Sonntag

Tel. +49 (0)711 78 80 7-260
eMail dirk.sonntag@de.ac-service.com
homepage www.ac-service.com