

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

die FJH AG musste im abgelaufenen Geschäftsjahr die schwerste Herausforderung ihrer Geschichte meistern. Noch zur Jahresmitte befand sich das Unternehmen in einer existenzbedrohenden Krise, die nur durch eine tiefgreifende Restrukturierung und drastische Kostensenkungen in allen Bereichen gemeistert werden konnte. Letztlich gelang es dem seit Juni amtierenden neuen Vorstand mit der Hilfe unserer Aktionärinnen und Aktionäre sowie der Unterstützung von externen Investoren, den Bestand der Gesellschaft zu sichern und die FJH finanziell wieder auf eine solide Basis zu stellen. Nach diesem schwierigen Jahr können wir Ihnen heute mitteilen, dass sich der harte Sanierungskurs gelohnt hat.

Die Sanierung ist weitgehend abgeschlossen, der Turnaround eingeleitet, die FJH AG hat ihre Marktposition als führendes Beratungs- und Softwarehaus für Versicherer und Anbieter im Altersvorsorgemarkt in Deutschland behauptet und befindet sich wieder auf Wachstumskurs. Wir werden im zweiten Quartal 2006 die Ertragswende schaffen und rechnen für das Gesamtjahr mit einem positiven Ergebnis.

FJH REALISIERT TURNAROUND

Die FJH hat damit die Belastungen der Vergangenheit abgeschüttelt und ist nun auf allen Ebenen und in allen Bereichen wieder auf dem Weg, so aufgestellt zu sein, wie es der Markt erfordert. Wir haben dabei zunächst aus der leider auch noch 2005 manifesten Investitionszurückhaltung der Versicherer und Finanzdienstleister im IT-Bereich die einzig richtige Konsequenz gezogen und unsere Kapazitäten und Ressourcen der Markt- und Umsatzentwicklung angepasst. Im Personalbereich wurde die Mitarbeiterzahl um die Hälfte reduziert, und am Firmensitz in München wurden drei Standorte auf zwei konsolidiert. Damit haben wir auf der Kostenseite eine nachhaltige Entlastung um über 30 Millionen Euro erreicht.

Die FJH AG kann somit bereits bei einem Umsatzvolumen von 52 Millionen Euro profitabel arbeiten. Eine weitere wichtige Konsequenz, um im Markt wieder erfolgreich zu sein, war, die ganze Organisation wieder mehr auf den Kunden zu fokussieren, den Vertrieb zu strukturieren und damit zu stärken. Dabei war und ist es von ausschlaggebender Bedeutung, Vertrieb als aktive Lösungsfindung in Kooperation mit unseren Kunden und Interessenten zu verstehen, um dann nachgelagert die wirklich richtigen Beratungs- und Softwareprodukte einzusetzen. Um auch auf internationalem Parkett an Boden zu gewinnen, bauen wir lokale Ressourcen weiter aus und werden die einzelnen Regionen nun als Profit-Center

führen. So wurde etwa in Russland, einem der dynamischsten Märkte im Versicherungsbereich weltweit, eine Partnerschaft erfolgreich auf den Weg gebracht und bereits eine eigene Entwicklungs- und Vertriebsmannschaft aufgestellt. Hierdurch stellen wir die Nähe zu unseren Kunden sicher und sparen zudem Zeit und Kosten.

NEUKUNDEN GEWONNEN

Erste Erfolge der neuen Vertriebsstrategie zeigten sich bereits ab der zweiten Jahreshälfte 2005. So konnten wir in Deutschland ebenso Neukunden aus dem Lebens- und Krankenversicherungsbereich gewinnen wie in der Schweiz und in Russland. Damit haben wir die für uns strategisch wichtige Marktführerschaft insbesondere im Umfeld der Anbieter von Altersvorsorgeprodukten in Deutschland gesichert und sogar weiter ausbauen können. Mit unserem Kernprodukt, der FJA Life Factory®, die frühzeitig hoch flexibel an neue gesetzliche Rahmenbedingungen sowie neue Kundenbedürfnisse angepasst wurde, erreichten wir einen entscheidenden Innovationsvorsprung.

Die Zielsetzung lag dabei auf durchgängigen Lösungen für alle Anforderungen der Versicherungsbranche, von der Bestandsverwaltung über das Dokumentenmanagement bis zur Produktentwicklung, zum Asset Management und zum Vertrieb. Eine weitere Innovation für den Markt war die erstmals realisierte Integration eines Bestandsverwaltungssystems (FJA Life Factory®) in ein komplexes SAP-Umfeld. Zusammen mit der Öffentlichen Lebensversicherung Braunschweig (siehe Bericht auf Seite 9) konnte FJH bundesweit die erste Lösung implementieren, die eine Vielzahl von SAP-Modulen mit der FJA Life Factory® integriert.

Ein strategischer Meilenstein, um die Bedürfnisse unserer Kunden umfassend bedienen zu können – mit Beratung über Standard- bis hin zu Individualsoftware, – sind Kooperationen mit Partnern wie IBM und der Intelligent Solution Services AG (i.S²). Damit haben wir uns Zugang zu neuen Kundengruppen geschaffen und können künftig komplette Systemlösungen anbieten. Das eröffnet uns neue Umsatz- und Ertragspotenziale, reduziert unsere eigene Fertigungstiefe und verkürzt damit drastisch die Time to Market. Ebenfalls chancenreich für die weitere Entwicklung der FJH ist das geplante ASP (Application Services Providing) Modell, das wir für solche Versicherungsunternehmen anbieten, die aufgrund ihrer geringen Größe den Erwerb insbesondere der FJA Life Factory® kaum in Erwägung ziehen können,



Der Vorstand der FJH: (v.l.n.r.) Thomas Junold, Ulrich Korff, Michael Junker, Sven-Roger von Schilling

aber auch aus marktstrategischen Gründen sehr auf schlanke Prozessstrukturen und schnelle Produktentwicklungszyklen angewiesen sind.

KAPITALERHÖHUNG LEITET NEUE ENTWICKLUNGSPHASE DER FJH EIN

Um die sich aktuell bietenden Marktchancen aktiv nutzen und das Wachstum weiter stabilisieren und beschleunigen zu können, ist eine solide Kapitalausstattung notwendig. Nur damit haben wir die Chance, auch wieder bei Ausschreibungen von größeren, strategischen Investitionsprojekten als Anbieter berücksichtigt zu werden. Fehlendes Eigenkapital war einer der Gründe, warum FJH 2005 einen Umsatzrückgang verzeichnen musste. Durch die von Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, mit großer Mehrheit befürworteten und gezeichneten Kapitalmaßnahmen konnten wir dieses Manko beheben und auch die Umsetzung der Sanierung erfolgreich gestalten. Jetzt hat eine neue Entwicklungsphase für die FJH begonnen, in der wir als Marktführer wieder eine aktivere Rolle spielen wollen, um unser Unternehmen in eine ertragreichere Zukunft zu führen und den Unternehmenswert weiter zu steigern. Daher haben Vorstand und Aufsichtsrat der FJH AG Ende Februar 2006 eine erneute Kapitalerhöhung beschlossen.

Die aus dieser Kapitalmaßnahme dem Unternehmen zufließenden Mittel von rund 15 Mio. Euro sollen vor allem zur Stärkung der Eigenkapitalbasis im Hinblick auf Ausschreibungen für Großprojekte dienen. Neben der Akquisition neuer Kunden können damit jedoch auch der Vertrieb und die

Markteinführung neuer Produkte forciert werden. Darüber hinaus schafft sich FJH die notwendige Flexibilität, um bei der erwarteten Marktkonsolidierung auf Anbieterseite im Falle sich bietender attraktiver Chancen eine aktive Rolle zu spielen. Durch die Kapitalerhöhung ergibt sich auch unmittelbar eine positive Wirkung auf das für 2006 erwartete Ergebnis. Der Abschluss der Sanierung, die Wiedergewinnung der finanziellen Stabilität und die durch die Neuausrichtung im Vertrieb verbesserte Marktpositionierung sind wesentliche Weichenstellungen, die es uns erlauben, wieder optimistisch in die Zukunft zu blicken. Schon im laufenden Geschäftsjahr erwarten wir vor dem Hintergrund einer Belebung in unserer Branche ein moderates Wachstum im Umsatz und ein deutlich positives Ergebnis. Ab 2007 wollen wir dann stärker wachsen als der Markt. Nach turbulenten Zeiten ist FJH heute wieder ein starker und kompetenter Partner der Versicherungswirtschaft sowie ein chancenreiches Investment.

Ihr Vertrauen in unsere Leistungen hat uns in schlechten Tagen geholfen. Das ist für den Vorstand der FJH AG eine ständige Verpflichtung, Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, auch von den Unternehmenserfolgen profitieren zu lassen.

Mit freundlichen Grüßen,

für den Vorstand:

Ulrich Korff
Vorstandsvorsitzender