



SPERRVERMERK:

19. Mai 2009, 10:00 Uhr MESZ

- Es gilt das gesprochene Wort -

Henning Kagermann

Vorstandssprecher

SAP AG

Rede auf der

Hauptversammlung der SAP AG

Mannheim, 19. Mai 2009

1. Begrüßung

Guten Morgen, meine Damen und Herren,
im Namen meiner Vorstandskollegen begrüße ich Sie sehr herzlich zur diesjährigen Hauptversammlung Ihrer SAP AG.

2. Bedeutung der allgemeinen Wirtschaftskrise für SAP

Wir befinden uns in einer außerordentlichen Situation: Die Finanzkrise, die sich vor einem Jahr abzeichnete, hat sich seit letztem Herbst zu einer weltweiten Wirtschaftskrise ausgewachsen.

Als relativ junge Firma trifft uns eine Krise solchen Ausmaßes zum ersten Mal in unserer Geschichte. Früher konnten wir begrenzte Krisen durch unsere breite Aufstellung quer durch alle Branchen und Regionen ausgleichen.

Manchmal haben wir sogar profitiert, wenn Firmen durch Einführungen von SAP erhebliche Einsparungen realisieren konnten, z.B. durch Ablösung von Eigenentwicklungen oder die globale Vereinheitlichung ihrer IT-Landschaft.

Natürlich sehen wir auch in der aktuellen Krise neue Wachstumschancen: Die strategische Bedeutung von Unternehmenssoftware nimmt weiter zu. Erfolgreiches Wirtschaften ist heute ohne moderne IT nicht möglich: Transparenz, Wachstum, Profitabilität, die Innovation von Produkten und Geschäftsmodellen – dafür braucht man SAP.

Darauf dürfen wir stolz sein. Wir spielen nicht in einer Nische, sondern sind ein Global Player mit heute mehr als 86.000 Kunden auf der ganzen Welt. Man kann auch sagen: Wir haben einen guten Job gemacht, sonst wären wir nicht Weltmarktführer.

Allerdings ermöglicht die funktionale Abdeckung und Verlässlichkeit unserer Lösungen unseren Kunden heute, ihre SAP-Produkte länger zu nutzen und mehr Nutzen aus bereits installierten Anwendungen zu ziehen – oder Innovationen nur dort vorzunehmen, wo es unbedingt nötig ist. Im Klartext heißt das: Gerade in finanziell schwierigen Zeiten starten die Kunden kleinere Projekte, und das macht sich zunächst direkt in unserem Auftragseingang bemerkbar.

Durch den erfolgreichen Ausbau unserer Kundenbasis haben wir uns aber mittlerweile ein großes Polster an stabilen, wiederkehrenden Einnahmen erarbeitet. In den vergangenen 10 Jahren ist ihr Anteil von 19 % auf 42 % gestiegen. (Im ersten Quartal dieses Jahres lag er sogar bei 55 %.)

Damit sind wir im Gegensatz zu vielen Firmen auch in einer so schweren Krise wie der jetzigen in der Lage, unsere Profitabilität zu halten und solide Ergebnisse sowie einen guten Cashflow zu erwirtschaften.

Andererseits sehen wir auch in unserer Branche einen „Flight to Quality“: Die Kunden setzen noch mehr auf Qualität. Die kontinuierlich gestiegene Kundenzufriedenheit beweist, dass unsere Bemühungen entsprechend honoriert werden. Unsere Kunden sind sich der Vorteile des Marktführers bewusst und investieren weiter in die langfristige, strategische Beziehung mit SAP.

Genau das lässt sich an den wachsenden Investitionen in unseren Support ablesen. Der zunehmende Anteil weitgehend stabiler wiederkehrender Umsätze ist ein Beleg für die Nachhaltigkeit unserer Kundenbeziehungen und die Zukunftsfähigkeit unseres Geschäftsmodells.

Die SAP ist damit gut aufgestellt, auch diesmal erfolgreich aus der Krise hervorzugehen. Und sie ist beim neuen Vorstand in sehr guten Händen.

3. Fazit 2008

Wie haben wir uns im Vorjahr geschlagen? Es war ein Jahr mit zwei Gesichtern.

[FOLIE: 2008 – Ein Jahr mit zwei Gesichtern]

a. Umsatz, Gewinn: H1 vs. H2

Wir hatten ein exzellentes erstes Halbjahr und waren sogar dabei, eines der besten Jahre in unserer Geschichte anzusteuern.

Bis weit ins dritte Quartal hinein hatte sich die Finanzkrise nicht bei uns bemerkbar gemacht. Der Einbruch kam unmittelbar nach dem Fall der amerikanischen Investmentbank Lehman Brothers. In meiner gesamten Zeit bei SAP habe ich nicht erlebt, dass so viele unterschriftsreife Verträge dann doch nicht zur Unterschrift gelangten.

Das Wachstum der Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (SSRS) halbierte sich dadurch vom ersten zum zweiten Halbjahr. Die reinen Softwareerlöse blieben im zweiten Halbjahr sogar auf Vorjahresniveau.

Dennoch konnten wir nach einem ordentlichen vierten Quartal das Gesamtjahr 2008 erneut mit zweistelligem Wachstum abschließen.

[Folie: Ergebnisse – Geschäftsjahr 2008]

Die SSRS-Erlöse stiegen 2008 im Vergleich zum Vorjahr nach Non-GAAP-Regeln um 16 %, währungsbereinigt sogar um 20 %.

Dabei bedeutet „nach Non-GAAP-Regeln“, dass die Ergebnisse zur besseren Vergleichbarkeit um einmalige Abschreibungen auf die abgegrenzten Supporterlöse aus der Akquisition von Business Objects und akquisitionsbedingte Aufwendungen bereinigt sind.

b. Sparmaßnahmen, Marge

Als die Umsätze unter dem Druck der Wirtschaftskrise nachgaben, haben wir nicht tatenlos zugesehen, sondern bewiesen, dass wir unsere Ausgaben im Griff haben und uns schnell den neuen Bedingungen anpassen können.

Dadurch konnten wir die operative Marge (Non-GAAP) trotz schwieriger Bedingungen am Ende um 0,9 Prozentpunkte verbessern; währungsbereinigt sogar um 1,1 Prozentpunkte. Damit haben wir unsere Prognose leicht übertroffen.

Damals sind wir scharf kritisiert worden, weil wir zu rasch und zu heftig auf die Sparbremse getreten seien. Heute wissen wir, dass es richtig war. Wer zu lange wartet, muss später dafür büßen. Beispiele dafür gibt es derzeit wahrlich genug.

Angesichts der ungewissen wirtschaftlichen Entwicklung haben wir uns auf den schlimmsten Fall vorbereitet, ohne mögliche Chancen im Fall eines schnellen Aufschwungs zu vergeben.

c. Marktanteil

Unser Marktanteil ging im vierten Quartal zwar leicht um 0,6 Prozentpunkte gegenüber dem dritten Quartal zurück. Das ist jedoch kein Grund zur Sorge. Auf gesamte Jahr gesehen konnten wir kräftig zulegen, um 4,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Dabei wurden 0,9 Prozentpunkte durch organisches Wachstum erzielt

und rund 3,5 Prozentpunkte durch die äußerst erfolgreiche Akquisition von Business Objects. Damit ist unser Marktanteil etwa doppelt so groß wie der des nächsten Konkurrenten.

Die Akquisition von Business Objects war die drittgrößte in der Geschichte der Softwareindustrie. Da SAP bis dahin keine Erfahrung mit Akquisitionen dieser Größenordnung hatte, wurde unsere Ankündigung sehr skeptisch aufgenommen; immerhin zeigen Statistiken, dass mehr als die Hälfte aller Akquisitionen nicht erfolgreich sind.

Heute sind sich alle einig: Diese freundliche Übernahme ist eine absolute Erfolgsgeschichte. Die Integration ist reibungslos verlaufen, mögliche Synergien wurden weitestgehend genutzt, und das Portfolio von Business Objects hat sich schon im ersten Jahr zu einem Umsatztreiber für die SAP entwickelt.

Besonders wichtig aber ist die Erweiterung unserer strategischen Optionen: Man traut es SAP jetzt zu, sich nicht nur durch Innovationen, sondern auch durch Akquisitionen dieser Größenordnung erfolgreich weiter zu entwickeln.

d. Aktie

[FOLIE: Die Aktie]

Meine Damen und Herren,
die Entwicklung fast aller Aktienkurse war 2008 für niemanden erfreulich. Ein Einbruch von 29 %, wie ihn unsere eigene Aktie im letzten Jahr verzeichnen musste, wäre unter normalen Umständen ein Desaster. Allerdings hat sich der Kurs unserer Aktie im Jahr 2008 deutlich besser behauptet als alle wesentlichen Vergleichsindizes.

Wenn wir den aktuellen Kurs mit dem Stand vor zwölf Monaten vergleichen, so hat die SAP-Aktie um rund 9 % auf etwa 30 Euro nachgegeben. Vergleicht man diese Entwicklung mit unseren Wettbewerbern, so hatte Oracle im gleichen Zeitraum einen Kursrückgang von 15 % zu verzeichnen, während die Microsoft-Aktie mehr als 30 % an Wert verlor.

Man hat weiterhin Vertrauen in die Zukunft der SAP, denn unsere Aktie ist mit einem Kurs-Gewinn-Verhältnis von etwa 15 für das laufende Jahr immer noch höher bewertet als die der Hauptwettbewerber.

Die Aktionärsstruktur ist im Wesentlichen unverändert.

2008 hat SAP 14,6 Millionen Aktien zurückgekauft und 21 Millionen eigene Aktien eingezogen. Und heute schlagen wir der Hauptversammlung erneut eine Dividende von 0,50 Euro vor. Die Gesamtausschüttung beträgt damit rund 594 Mio. Euro bei einer Ausschüttungsquote von 32 %.

Seit 2005 haben wir somit durch Dividendenzahlungen und Aktienrückkäufe rund 5 Mrd. Euro an Sie, unsere Anteilseigner, zurückgegeben, davon mehr als 1 Mrd. Euro im Jahr 2008.

[Folie: Vertrauen als Krisenkapital: Reaktion mit Augenmaß]

e. Mitarbeiter

Sehr geehrte Damen und Herren,
dass die SAP sich trotz der massiven Wirtschaftskrise gut geschlagen hat, verdanken wir zuallererst unseren Mitarbeitern. Unbeirrt vom schwierigen Marktumfeld und einschneidenden Sparmaßnahmen haben sie Tag für Tag dafür gesorgt, dass unsere Kunden die besten Produkte und den besten Service bekommen. Ihnen verdanken wir unseren Erfolg, ohne sie hätten wir das vergangene Jahr nicht so gut gemeistert. Dafür danke ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Namen des gesamten Vorstands sehr, sehr herzlich!

Es war daher eine der schwersten Entscheidungen meiner Laufbahn, angesichts der Wirtschaftskrise die Anzahl der Stellen in unserem Unternehmen zu reduzieren. In dieser außerordentlichen Situation war dies aber die einzige verantwortungsvolle Möglichkeit, um einen erfolgreichen Weg durch die Krise zu finden.

Von Anfang an war klar, dass wir den Stellenabbau fair und so gerecht wie möglich durchführen würden, quer durch alle Regionen und Unternehmensbereiche. Dabei haben wir so weit wie möglich auf freiwillige Abgänge gesetzt.

Und es war auch klar, dass unser oberstes Kriterium sein muss, die Schlagkraft und Innovationskraft der SAP zu gewährleisten.

Denn wir halten bei unseren Entscheidungen und daher auch bei notwendigen Sparmaßnahmen stets alle Stakeholder im Blick, die für den nachhaltigen Erfolg der SAP entscheidend sind:

- unsere Kunden, um ihnen zuverlässig Produkte zu liefern und Service zu leisten;

- unsere Aktionäre, um ihnen dauerhaft verlässliche Erträge zu bescheren;
- und natürlich unsere Mitarbeiter, um ihnen gute und möglichst krisenfeste Arbeitsplätze zu bieten.

4. Vertrauen zahlt sich aus: Ein Rückblick 1998-2008

a. Vertrauen als Krisenkapital

In der aktuellen Krise ist leider viel Vertrauen in die Wirtschaft verloren gegangen. Diese allgemeine Vertrauenskrise wird uns länger als die unmittelbare Krise beschäftigen, denn einmal verspieltes Vertrauen ist sehr viel schwieriger wieder aufzubauen.

Vertrauen ist das wichtigste Kapital in der Krise. Die SAP hat gezeigt, dass sie solches Vertrauen über Jahrzehnte hinweg kontinuierlich aufbauen kann. Und durch entschlossenes Handeln mit Augenmaß haben wir gezeigt, dass wir auch in schwierigen Zeiten das Vertrauen verdienen, das Tausende von Menschen in uns setzen.

Wir haben gezeigt, dass wir Krisen bewältigen und neues profitables Wachstum schaffen können. Wir haben gezeigt, dass wir uns immer wieder neu erfinden können, und schwierige Zeiten sind eine gute Gelegenheit, dies zu tun. Das galt für den Übergang von SAP R/2 zu SAP R/3; es galt aber auch für den Übergang von SAP R/3 in die nächste Ära der Unternehmenssoftware, der wegen des großen Erfolgs von SAP R/3 besonders schwierig zu bewerkstelligen war.

[FOLIE: Wachstum der SAP AG 1998-2008]

b. Rückblick auf die letzte Dekade: quantitativ

Sehr geehrte Damen und Herren,
gerade in turbulenten Zeiten sollte man einmal eine langfristige Perspektive einnehmen. Im Hintergrund sehen sie einige Kennzahlen zur Entwicklung der SAP in den vergangenen zehn Jahren. Sie waren geprägt von einer bemerkenswerten Wachstumsdynamik, obwohl wir in dieser Zeit die bis dahin schwerste Krise unserer Branche, das Platzen der Dotcom-Blase, zu verdauen hatten.

Die Produktumsätze wurden im Durchschnitt um mehr als 12 % pro Jahr gesteigert, die operative Marge um 7,3 Prozentpunkte verbessert. Und auch 2008 hat die

Wachstumsdynamik nicht nachgelassen, obwohl die Produktumsätze inzwischen mehr als dreimal so groß sind wie vor zehn Jahren.

Die Kundenzahl wurde verachtstacht auf 82.000 Ende 2008, und die Zahl der Mitarbeiter stieg von knapp 20.000 auf rund 50.000.

Ich glaube die Zahlen sprechen für sich: Die SAP ist in den vergangenen zehn Jahren zu einem Global Player aufgestiegen.

Gleichzeitig sind wir ein globales Unternehmen geworden: Mit Niederlassungen an den wesentlichen Standorten dieser Welt, mit einem globalen Netzwerk von Entwicklungs- und Supportzentren, regionalen Shared Services Centers und einheitlicher globaler Leitung aller Funktionsbereiche.

c. Rückblick auf die letzte Dekade: qualitativ

Wie hat sich die SAP in der Vergangenheit so erfolgreich entwickeln können? Indem wir immer beide Merkmale einer gesunden Firma im Auge gehabt haben: Marktanteil und Profitabilität. Und im Zweifelsfall habe ich persönlich immer danach gehandelt, in guten Jahren dem Marktanteil den Vorrang zu geben, und in schwierigen Jahren der Profitabilität.

Nach der Dotcom-Krise hatten wir eine Reihe sehr guter Jahre, und wir haben sie erfolgreich genutzt, um durch Innovationen neues Wachstum zu generieren.

2003 haben wir mit einem Fünf-Jahres-Plan angekündigt, eine service-orientierte Architektur (SOA) einzuführen. Dieses Ziel haben wir mit SAP ERP 6.0 schon 2007 teilweise, und Anfang des Jahres mit der SAP Business Suite 7 endgültig erreicht.

Um unsere kontinuierliche Innovationskraft unter Beweis zu stellen, haben wir uns 2005 ebenfalls mit einem Fünf-Jahres-Plan vorgenommen, im Jahr 2010 50 % des Auftragseingangs durch neue Produkte zu erzielen und mehr als 100.000 Kunden zu haben. Ende 2008 lagen wir bei 40 % und haben heute schon mehr als 86.000 Kunden. Ich bin daher sicher, dass die SAP auch diese Ziele erreichen wird.

Außerdem wollten wir den Markt verdoppeln, den wir mit unseren Produkten bedienen können, auf rund 75 Mrd. US-Dollar. Dazu hatten wir drei Wachstumsfelder identifiziert.

Erstens: die Entwicklung einer Geschäftsprozessplattform. Dies haben wir mit der SAP Business Suite 7.0 getan und zudem mit Ende 2008 51.300 produktiven Kundensystemen SAP NetWeaver als Technologieplattform im Markt etabliert.

Zweitens: die Expansion im Mittelstand. Seit 2005 sind wir auch hier Marktführer. Das verdanken wir hauptsächlich dem großen Erfolg von SAP Business All-in-One. Gleichzeitig haben wir mit SAP Business ByDesign ein völlig neues Produkt entwickelt, um ein weiteres Marktsegment im Mittelstand zu erschließen. Diese Lösung ist zwar produktiv bei Kunden in vier Ländern im Einsatz; allerdings sind wir noch nicht ganz so weit, wie wir sein wollten, weil wir für dieses neue Volumengeschäft auch ein neues Geschäftsmodell aufbauen müssen. Ich bin aber fest davon überzeugt, dass es richtig war, dieses ambitionierte Ziel in Angriff zu nehmen, und dass der neue Vorstand SAP Business ByDesign erfolgreich im Markt etablieren wird.

Und schließlich – drittens – haben wir den Markt für sogenannte Business User erobert. Durch die freundliche Übernahme von Business Objects konnten wir auch hier zum Marktführer werden und erzielen mit der komplementären Ergänzung unseres Portfolios noch bessere Ergebnisse als ursprünglich geplant.

Wir haben somit bewiesen, dass die Innovationskraft der SAP ungebrochen ist und dass wir Wachstum sowohl organisch als auch durch Zukäufe erfolgreich gestalten können.

5. Zwei Kundenbeispiele

Meine Damen und Herren,
ich möchte Ihnen nun zwei Kunden vorstellen, die mit SAP erfolgreich sind, ein Großunternehmen und einen schnell wachsenden Mittelständler. Es sind nur zwei Beispiele von 86.000. (Einige weitere finden Sie in unserem Geschäftsbericht.) Sie illustrieren, dass SAP die aktuelle Krise am besten meistern kann, indem wir anderen helfen. Der Kundenfokus ist und bleibt für SAP das A und O.

VIDEO Zwei Kundenbeispiele: Diageo und Hästens

Ich werde ab und zu gefragt, was ich nachts mache, wenn ich aufwache, um wieder einzuschlafen. Meistens sage ich dann, dass ich mathematische Aufgaben löse; das kann für einen Physiker tatsächlich sehr beruhigend sein. Aber am besten schlafe ich

natürlich wieder, wenn ich weiß, dass unsere Kunden ruhig schlafen – so wie der CEO von Hästens.

6. Bedeutung und Ansehen der SAP heute

Vielleicht sollten wir uns einmal fragen: Was wäre die Wirtschaft ohne SAP? Was würde passieren, wenn SAP nicht mehr da wäre?

[FOLIE: SAP heute – Unser Beitrag zur Gesellschaft]

Zehntausende Kunden in aller Welt, erfolgreiche Firmen wie Diageo und Hästens, brauchen unsere Lösungen, um erfolgreich zu sein, um Wohlstand und Arbeitsplätze zu schaffen.

Und wir selbst sichern Wohlstand und Arbeitsplätze: Hier am Firmensitz in Walldorf und in der Region genauso wie an Standorten in der ganzen Welt. Nicht nur bei uns, sondern auch bei unseren Partnern, deren Erfolg direkt mit uns verbunden ist.

Angesichts der aktuellen Diskussionen über die globale Marktwirtschaft finde ich es wichtig, darauf hinzuweisen. Denn Wirtschaft ist kein Selbstzweck. Unternehmen sind vielmehr dazu da, um einen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. So hat es schon 1960 ein amerikanischer CEO formuliert, David Packard, einer der beiden Gründer von Hewlett-Packard. Und diesen Beitrag zur Gesellschaft sollten wir nicht aus den Augen verlieren.

Die Bedeutung der Wirtschaft für die Gesellschaft, für Wachstum, Wohlstand und Beschäftigung, ist zugleich auch eine Verpflichtung, der wir immer wieder aufs Neue gerecht werden müssen.

SAP hat seit der Gründung 1972 einen großen Beitrag zur Gesellschaft geleistet und sich damit Schritt für Schritt globales Ansehen erworben.

Wir alle dürfen stolz sein auf dieses Unternehmen. Heute sind wir eines der bestangesehenen Unternehmen auf der Welt. Das ist ein Pfund, mit dem wir wuchern können.

SAP hat einen sehr starken Markenwert. In der Rangliste der 100 wertvollsten Marken, die alljährlich von Business Week und Interbrand aufgestellt wird, liegen wir inzwischen auf Platz 31. Der Wert der Marke SAP hat sich seit ihrer Aufnahme in

diese Liste im Jahr 2000 beinahe verdoppelt und liegt nun bei 12,2 Milliarden US-Dollar.

Wir sind angesehen bei Investoren. SAP zählt aufgrund der Marktkapitalisierung heute zu den hundert größten Unternehmen weltweit. Und das Vertrauen in die SAP-Aktie zeigt sich im bereits erwähnten guten Kurs-Gewinn-Verhältnis.

Wir sind angesehen bei unseren Kunden. Die hohe Kundenzufriedenheit habe ich bereits erwähnt. Zwar gab es zuletzt einige kritische Stimmen zum Thema SAP Enterprise Support. Aber global gesehen ist der Trend doch eindeutig positiv und von Zustimmung zu diesem neuen Service-Angebot bestimmt. Léo wird darauf nachher noch eingehen und ihnen zeigen, was Kunden sagen, die unser neues Wartungsangebot bereits erfolgreich nutzen.

Wir sind angesehen bei unseren Mitarbeitern und Talenten in aller Welt. Speziell in Deutschland sind wir dreimal hintereinander als bester Arbeitgeber unter den Großunternehmen ausgezeichnet worden und haben in diesem Jahr Platz 2 erreicht. Natürlich ist es schwer, den Titel „bester Arbeitgeber“ zu verteidigen, wenn man gezwungen ist, Stellen abzubauen. Aber wir werden diesen Titel wieder zurückholen, denn wir bieten unseren Mitarbeitern sehr gute Arbeitsbedingungen und Weiterbildungsmöglichkeiten. Dafür sprechen die Auszeichnungen für Vielfalt und die Förderung älterer Mitarbeiter, die uns das Institut „Great Place to Work“ in diesem Jahr verliehen hat.

Und schließlich sind wir angesehen in der ganzen Gesellschaft: als nachhaltiges Unternehmen mit starkem gesellschaftlichem Engagement. Das Thema Nachhaltigkeit wird – Sie werden dies an Léos Rede sehen – in Zukunft für die SAP noch eine größere Rolle spielen als bisher.

7. Schluss & Überleitung: Kontinuität im Wandel

Sehr geehrte Damen und Herren,
die aktuelle Krise macht es mir nicht leicht, gerade jetzt Abschied zu nehmen. Aber ich glaube, wir haben die SAP in den vergangenen Jahren gemeinsam so weiter entwickelt, dass sie auch aus dieser Krise gestärkt hervorgehen wird.

Unternehmen brauchen den Wandel. Verjüngung und Internationalisierung des Vorstands sind notwendig und die richtige Weichenstellung für die Zukunft.

Zugleich brauchen wir Kontinuität: Kontinuität in der Führung, in unseren Werten, in unseren Zielen. Diese Kontinuität im Wandel ist durch unseren Führungswechsel in bewährter SAP-Tradition gewährleistet. Es freut mich sehr, so viele langjährige Kollegen nun im Vorstand zu sehen.

Mein Dank gilt ihnen allen für die gemeinsame Zusammenarbeit.

Er gilt den Kollegen aus der „zweiten Generation“ der SAP, die im gleichen Zeitraum ausscheiden, zuerst Peter Zencke und nun Claus Heinrich.

Er gilt den Mitarbeitern, unseren Kunden und Partnern.

Und ein herzlicher Dank gilt Ihnen, liebe Aktionäre, dem Aufsichtsrat und insbesondere Hasso für das Vertrauen während all der Jahre.

Ich wünsche Ihnen allen noch viel Freude mit der SAP, und Léo und dem ganzen Vorstand viel Erfolg!