

INTEGRIERTER BERICHT 2015
ERLÄUTERUNGEN ZUM GESELLSCHAFTLICHEN ENGAGEMENT

Reimagine Your Business



The Best-Run Businesses Run SAP®

Erläuterungen zu den nicht finanziellen Kennzahlen: Gesellschaftliche Leistung

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZU DEN GESELLSCHAFTLICHEN NICHT FINANZIELLEN KENNZAHLEN

Abgrenzung

Zur Abgrenzung haben wir die beiden folgenden Aspekte berücksichtigt: die SAP als Unternehmen mit allen Konzerngesellschaften, Betriebsabläufen und der Logistikkette sowie SAP als Lösungsanbieter für unsere Kunden. Diese Abgrenzung wird detailliert im G4-GRI-Index aufgeführt.

Gesellschaftliche Kennzahlen

Die Daten für unsere gesellschaftlichen Kennzahlen werden vierteljährlich erhoben und nach einer Prüfung durch unseren Wirtschaftsprüfer einmal jährlich in unserem Integrierten Bericht veröffentlicht.

MITARBEITERBINDUNG

Wir möchten messen, inwieweit es uns gelingt, Mitarbeiter im Unternehmen zu halten. Unsere Kennzahl zur „Mitarbeiterbindung“ berücksichtigt daher die Anzahl der Mitarbeiter, die die SAP auf eigenen Wunsch verlassen (Fluktuationsrate). Die Rate für die Mitarbeiterbindung berechnet sich nach der Formel durchschnittliche Mitarbeiterzahl (Vollzeitbeschäftigte) im jeweiligen Geschäftsjahr minus die Fluktuationsrate geteilt durch die durchschnittliche Mitarbeiterzahl. Während bei der Fluktuationsrate in der Regel ein möglichst niedriger Wert angestrebt wird, möchten wir bei der Rate für die Mitarbeiterbindung einen hohen Wert erreichen – dieser drückt aus, dass weniger Mitarbeiter die SAP auf eigenen Wunsch verlassen.

2015 haben wir Kürzungen in Bereichen vorgenommen, in denen wir kein signifikantes Wachstum erwarten, um auch zukünftig in Wachstumsbereiche wie Cloud, SAP HANA und Geschäftsnetzwerke investieren zu können und dabei eine solide finanzielle Grundlage sicher zu stellen. Im Rahmen dieses Programms wechselten rund 3.000 Mitarbeiter in neue Positionen oder schieden aus dem Unternehmen aus.

Bei der Analyse der Mitarbeiterbindung und Fluktuationsrate unterscheiden wir nicht nach Geschlecht.

Finanzielle Auswirkungen der Mitarbeiterbindung

Wir sind uns bewusst, dass der Weggang eines Mitarbeiters erhebliche finanzielle Auswirkungen haben kann, und zwar sowohl in Bezug auf die entstehenden Kosten als auch in Bezug auf Umsatzeinbußen. Kosten entstehen für die Neubesetzung der Stelle und umfassen beispielsweise die Kosten für Stellenanzeigen oder Bewerbungsgespräche. Nach erfolgreicher Besetzung der Stelle fallen Kosten für die Einarbeitung und Schulung des neuen Mitarbeiters an. Diese sind in der Regel höher als die Einsparungen bei den Personalkosten, solange die Stelle unbesetzt ist. In Bezug auf den Umsatz entsteht in der Zeit, in der eine Stelle unbesetzt ist, eine Umsatzlücke, da in dieser Zeit kein neuer Umsatz generiert werden kann. Auch nach der Neubesetzung der Stelle dauert es eine gewisse Zeit, bis der neue Mitarbeiter hundertprozentig produktiv sein kann.

FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN

Der Begriff „Frauen in Führungspositionen“ bezieht sich auf den Anteil weiblicher Führungskräfte gemessen an der Gesamtzahl unserer Führungskräfte.

Die SAP unterscheidet Führungskräfte nach folgenden Kategorien:

- Frauen als Teamleiter (Managers Managing Teams): Bezeichnet Führungskräfte, die Teams mit mindestens einem Mitarbeiter oder unbesetzten Positionen leiten.
- Oberes und mittleres Management (Managers Managing Managers): Bezeichnet Führungskräfte, die anderen Führungskräften mit Verantwortung für Teams vorstehen.
- Vorstandsmitglieder

BETRIEBLICHER GESUNDHEITSKULTURINDEX

Der betriebliche Gesundheitskulturindex (Business Health Culture Index, BHCI) gibt Aufschluss über die kulturellen Rahmenbedingungen, die es den Mitarbeitern ermöglichen, gesund zu bleiben und sich ausgeglichen zu fühlen. Der Index enthält Angaben dazu, wie die Mitarbeiter ihr persönliches Wohlbefinden, die Arbeitsbedingungen bei der SAP und die Führungskultur des Unternehmens beurteilen. Der betriebliche Gesundheitskulturindex zeigt damit auf, inwiefern die SAP ihren Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld bieten kann, das die Gesundheit der Mitarbeiter fördert, ihre langfristige Beschäftigungsfähigkeit sichert und sie motiviert, sich aktiv für die Umsetzung unserer ehrgeizigen Unternehmensziele einzusetzen.

Grundlage für diesen Index bilden die Ergebnisse unserer jährlichen Mitarbeiterbefragung. Zu dieser Befragung wurden 2015 alle Mitarbeiter eingeladen. Insgesamt nahmen 56.557 Mitarbeiter teil, was einer Rücklaufquote von 72 % entspricht.

Der BHCI-Wert für das Jahr 2014 wurde rückwirkend von 70 % auf 72 % angepasst. Grund hierfür war eine Neuberechnung, da in unserer Mitarbeiterbefragung zwei Fragen zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben abgeändert worden waren. Dadurch wurde sowohl der Fragebogen vereinfacht als auch die Vergleichbarkeit des BHCI gegenüber externen Maßstäben verbessert.

MITARBEITERENGAGEMENT

Die Kennzahl für Mitarbeiterengagement ist Ausdruck für die Motivation und Loyalität unserer Mitarbeiter, ihren Stolz auf unser Unternehmen und ihre Identifikation mit der SAP.

Grundlage für diesen Index bilden die Ergebnisse unserer jährlichen Mitarbeiterbefragung. Zu dieser Befragung wurden 2015 alle Mitarbeiter eingeladen. Insgesamt nahmen 56.557 Mitarbeiter teil, was einer Rücklaufquote von 72 % entspricht.

KUNDENTREUE

Die Kundentreue ermitteln wir mithilfe des Net Promoter Score (NPS). Der NPS wird aus den Antworten auf die Frage „Würden

Sie SAP Ihren Freunden oder Kollegen empfehlen?“ unserer Kundenbefragung abgeleitet. Auf einer Skala von 0 bis 10 können die Kunden die Wahrscheinlichkeit bewerten, dass sie unser Unternehmen weiterempfehlen. Kunden, die diese Wahrscheinlichkeit mit 9 oder 10 angeben, werden als Fürsprecher bezeichnet. Kunden, deren Empfehlungswahrscheinlichkeit zwischen 0 und 6 liegt, werden als Kritiker bezeichnet; Kunden mit einer Bewertung von 7 oder 8 stellen die sogenannten „passiv Zufriedenen“ dar, die bei der Berechnung des NPS nicht berücksichtigt werden.

Zur Ermittlung des Kunden-NPS senden wir einmal jährlich einen Fragebogen an alle Direktkunden in allen Regionen. In den Unternehmen der Kunden können sich verschiedene Anspruchsgruppen (Entscheidungsträger, Meinungsführer, Endbenutzer) an der Umfrage beteiligen. 2015 haben 19 % unserer Kunden mit einer eindeutigen Rückantwort an der Umfrage teilgenommen. Auch Kunden von SAP Hybris und Concur wurden 2015 erstmals berücksichtigt. Um einen ganzheitlichen Prozess sicherzustellen, bemühen wir uns, kürzlich übernommene Unternehmen laufend in die Umfragen einzubinden. Daraus ergeben sich Änderungen bei der Stichprobenziehung, die dazu führen, dass der Wert für 2015 nur eingeschränkt mit dem Vorjahreswert vergleichbar ist.

Der Kunden-NPS wird errechnet, indem die Differenz aus dem Prozentsatz der Fürsprecher und dem Prozentsatz der Kritiker gebildet wird. Der Prozentsatz der passiv Zufriedenen fließt in die Berechnung nicht mit ein. Der NPS kann von – 100 % bis 100 % reichen.