



**SAP-Hauptversammlung 2010**  
**Bill McDermott**

**SPERRVERMERK**

**8. Juni 2010, 10:30 Uhr MESZ**

- Es gilt das gesprochene Wort -

## Hauptversammlung 2010

Bill McDermott (deutsche Übersetzung)

[auf deutsch:]

*Herzlich Willkommen zur SAP-Hauptversammlung 2010. Ich freue mich, heute in Mannheim zu sein; SAP hat hier begonnen. Jim und ich, zusammen mit dem ganzen Vorstand, wollen diese Erfolgsgeschichte weiterschreiben.*

Und obwohl mein Deutsch hier endet, geht der Erfolg der SAP weiter!

### [Folie 4: 2009: Die Welt im Umbruch]

2009 war ein Jahr voller Herausforderungen. Rund um den Globus mussten sich Unternehmen infolge der Weltfinanzkrise an neue Marktgegebenheiten anpassen.

Sie haben ihre Kostenstrukturen verschlankt, um ihre Liquidität zu schonen. Investiert wurde in strategisch notwendige Projekte, die eine schnelle Amortisation versprachen. Und es setzte sich die Erkenntnis durch, dass man in der Lage sein muss, Informationen in Echtzeit auszuwerten, um in einem volatilen Markt zu bestehen und zu wachsen. Diese veränderte Marktsituation hat die bestehenden Trends in der IT-Branche beschleunigt. Die Informationstechnik hat dadurch sogar noch an strategischer Bedeutung gewonnen und wächst immer enger mit dem Kerngeschäft der Anwender zusammen.

Um ihre Abläufe noch besser zu gestalten, integrieren viele Unternehmen ihre Geschäftsprozesse, standardisieren auf Kernplattformen und senken den prozentualen Anteil der IT-Kosten an den Erlösen. Hierdurch werden Mittel für Innovationen in Schlüsselbereichen frei, wie z.B. Berechnungen in Echtzeit, Analytik, Mobilität und Nachhaltigkeit.

Betrachtet man die Welt aus einer globalen Marktperspektive, so stellt sie sich dynamisch dar. Die G-8-Staaten sind nicht mehr ausschließlich die treibende Kraft hinter der globalen Wirtschaft. Jetzt muss man auch mit den Schwellenländern rechnen, wie z.B. Brasilien, Russland, Indien und China. Als Wachstumsbranchen sehen wir vor allem die Finanzindustrie, den öffentlichen Dienst, die Telekommunikation und den Handel.

Auch aus Wettbewerbssicht brachte das Jahr 2009 zahlreiche Veränderungen. Der Wettbewerb verschärfte sich durch die zunehmende Konsolidierung und das Auftreten neuer Anbieter im On-Demand-Geschäft.

Auf diese Dynamik hat SAP entschlossen reagiert. Wir haben das Vertrauen unserer Kunden gestärkt – mit besonderem Augenmerk auf langfristige Geschäftsbeziehungen. SAP hat erstklassige, innovative Produkte wie SAP Business Suite 7.0 auf den Markt gebracht. Und mit dem SAP BusinessObjects Explorer können Unternehmen in Sekundenbruchteilen auf ihre Geschäftsinformationen zugreifen. Für unsere größten Kunden und für Unternehmen auf Wachstumsmärkten haben wir differenzierte Vertriebsstrategien entwickelt. Wir haben

unsere Beziehungen auf das gesamte Top-Management und die Fachbereichsleiter ausgeweitet. All dies haben wir unter Einbeziehung unseres gesamten Partnernetzwerkes geleistet. Und wir haben umgehend ein striktes Kostenmanagement eingeführt.

Damit komme ich zur Geschäftsentwicklung der SAP im Jahr 2009 – einem Jahr voller Herausforderungen. Danach ziehe ich eine Bilanz der ersten 4 Monate, die Jim und ich nun Vorstandssprecher sind, und stelle unsere Pläne für 2010 vor.

#### [Folie 5: Ergebnisse Geschäftsjahr 2009]

Auch die SAP ist im Jahr 2009 von der Finanz- und Wirtschaftskrise getroffen worden. Die Software-Lizenerlöse gingen um 28% auf 2,6 Milliarden Euro zurück. Bei den jährlich wiederkehrenden Erlösen aus Support und Subskriptionen konnten wir 2009 jedoch um 11% bzw. 19% auf insgesamt 5,6 Milliarden Euro zulegen und damit den Rückgang bei den Lizenzen zu einem großen Teil auffangen. Insgesamt sanken die Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (SSRS) lediglich um 5% auf 8,2 Milliarden Euro.

Bitte beachten Sie, dass es sich bei den Geschäftszahlen, die wir Ihnen heute im Vortrag nennen, ausschließlich um Non-IFRS-Ergebnisse handelt. Das heißt, sie sind bereinigt um akquisitionsbedingte Aufwendungen und nicht fortgeführte Geschäftsaktivitäten und beinhalten Anpassungen bei den Business Objects Supporterlösen.

#### [Folie 6: 2009 Verbesserung der Effizienz]

Mit Maßnahmen zur Verbesserung der Effizienz konnten wir unsere Kosten im Vergleich zum Vorjahr um 675 Millionen Euro senken. Mit einer operativen Marge von währungsbereinigt 27,6% konnten wir damit sogar unsere Erwartung von Anfang 2009 überbieten. Bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen liegt die operative Marge sogar um 1,8% höher. Unser Augenmerk galt der Kostensenkung, z.B. bei den Reisekosten, sowie dem effizienten Einsatz externer Ressourcen. Diese Konsequenz hat sich ausgezahlt.

#### [Folie 7: Agilität zahlt sich aus]

Die Finanzkrise hat unser Geschäft vor allem in den ersten drei Quartalen 2009 negativ beeinträchtigt. Durch erhöhte Effizienz, verstärkte Durchschlagskraft im Vertrieb und verbesserte Innovationen haben wir gegen Jahresende jedoch Aufwind verspürt. Wir haben gezeigt, dass wir große Erfolge verbuchen können, wenn wir als ein Team und eine SAP zusammenstehen.

Tatsächlich haben wir im vierten Quartal 2009 eine Umkehr der Geschäftsentwicklung gesehen mit Software-Erlösen von über 1,1 Milliarden Euro. Zum Vergleich: Das ist fast doppelt so viel wie der beste Vierteljahresumsatz, den unser größter Konkurrent mit Softwarelizenzen erwirtschaftet. Die Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse sanken um lediglich 5%, dank eines guten Geschäftsverlaufs in Nord- und Südamerika sowie im Raum Asien-Pazifik. Am besten schnitten die BRIC-Staaten und die Vereinigten Staaten von Amerika ab.

In wichtigen Branchen haben wir 2009 große Verträge abgeschlossen, darunter

- Banken: National Australia Bank, Deutsche Bank;
- Versicherer: Talanx, der drittgrößte Versicherungskonzern Deutschlands;
- Behörden: Fairfax County, Virginia (USA);
- Telekommunikation: Tata Teleservices (Indien), Telefónica (Spanien), Verizon Services (USA).

Erneut haben wir unter Beweis gestellt, dass die SAP ein vertrauenswürdiger Berater für die Geschäftswelt ist. Hierzu einige Kundenbeispiele:

#### [Folie 8: Aktuelle Kundenbeispiele]

Das erste Beispiel ist in diesem Jahr von zentraler Bedeutung, da ja diese Woche in Südafrika die Fußballweltmeisterschaft angepfiffen wird. Wir alle freuen uns auf ein spannendes Turnier. Möge die beste Elf gewinnen!

Unser langjähriger Kunde Adidas bat uns um Unterstützung bei der Optimierung seiner weltumspannenden Logistik. Mit SAP Apparel & Footwear steigert der Sportartikelhersteller seine betriebliche Effizienz, strafft seine Lieferkette und vereinheitlicht konzernweit die Arbeitsabläufe. Damit ist das Unternehmen auf den Nachfrageschub anlässlich der WM bestens vorbereitet.

Ein anderes aktuelles Thema ist die Krisenhilfe, vor allem bei Naturkatastrophen wie den jüngsten Erdbeben in Haiti, China und Chile. Die Organisation Direct Relief International (DRI) liefert medizinische Hilfsgüter für Menschen, die von Armut, Naturkatastrophen oder politischen Unruhen betroffen sind. Das Spendenaufkommen dieser Organisation schnellte nach dem Tsunami im Indischen Ozean im Dezember 2004 rasch in die Höhe. Also wandte man sich an die SAP, um diesen Zuwachs mit einer modernisierten IT-Infrastruktur besser bewältigen zu können. Mit SAP Customer Relationship Management hat DRI ihre alten Finanz-, Compliance- und Bestandsführungssysteme konsolidiert, so dass die Organisation nun noch mehr Menschenleben in der ganzen Welt retten kann.

#### [Kundenvideo: Porsche]

Das dritte Beispiel eines Kunden, bei dem SAP-Software zum Einsatz kommt, ist Porsche. Wie das beim Bau des Porsche Panamera aussieht, zeigen wir Ihnen jetzt in einem kurzen Film.

#### [Folie 9: Positive Entwicklung der SAP-Aktie]

Unser Erfolg im Geschäftsjahr 2009 lässt sich auch am Kurs der SAP-Aktie ablesen, der alle internationalen Leitindizes schlug. Der Kurs unserer Aktie legte im Laufe des Jahres um 30,7% zu, während der DAX und der Euro Stoxx 50 lediglich um 23,8% bzw. 21,1% stiegen. Ich bin sicher, dass Sie sich über diese gute Nachricht freuen.

Da wir gerade beim Thema Aktien sind: Unser Rückkaufprogramm haben wir 2009 ausgesetzt. Stattdessen verwendeten wir unseren Liquiditätsüberschuss größtenteils zur Tilgung des Kredits, mit dem wir die Business-Objects-Übernahme finanziert hatten, sowie zur Ausschüttung der Dividende des Geschäftsjahres 2008.

Für 2009 empfehlen wir wie im Vorjahr eine Gewinnausschüttung von €0,50 pro Aktie und möchten Sie dafür im weiteren Verlauf dieser Hauptversammlung um Ihre Zustimmung bitten.

#### [Folie 10: Die neue SAP: Der Kunde im Mittelpunkt]

War 2009 ein Jahr des Übergangs, so werden wir 2010 wieder auf Wachstumskurs steuern. Jim und ich blicken auf die ersten vier Monate als Vorstandssprecher zurück, und Sie werden von uns wissen wollen, was wir in dieser Zeit erreicht und was wir uns für die Zukunft vorgenommen haben.

Jim und ich haben sofort klare Prioritäten für das gesamte Unternehmen gesetzt, die in unseren Augen allen Stakeholdern der SAP zugute kommen werden:

- Kommunikation einer überzeugenden Wachstumsstrategie
- starkes Wachstum von Quartal zu Quartal ab Jahresbeginn
- höheres Innovationstempo
- Mitarbeiter- und Partnerorientierung

Jim und ich haben uns auf eine klare Arbeitsteilung verständigt. Unsere Stärken ergänzen sich zu einer Gesamtleistung, die größer ist als die Summe ihrer Teile. In diesem Sinne gehe ich nun kurz auf unsere Marktstrategie, das erste Quartal und den Ausblick für 2010 ein. Danach stellt Jim unsere Produktstrategie und unsere Maßnahmen zur Förderung der Motivation der Mitarbeiter vor.

Unsere Strategie ruht auf einem äußerst soliden Fundament. Wir betreuen 97.000 Kunden aus 25 ganz unterschiedlichen Branchen. Unsere Erfahrung in der IT-Industrie umfasst mehr als 35 Jahre. 60% des Welthandels werden heute von unserer Software unterstützt.

Mit diesem Erbe können wir uns auf dem Markt differenzieren. Die SAP spielt in der Weltwirtschaft eine wichtige Rolle. Indem wir jedem einzelnen Kunden helfen, seinen Betrieb in ein „best-run business“ zu verwandeln, sorgen wir dafür, dass die globale Ökonomie besser läuft. Das ist unsere Vision.

Diese Vision können wir erreichen, indem wir der weltweit beste Anbieter von Unternehmenssoftware sind – unabhängig davon, ob unsere Software „on premise“, „on demand“ oder „on device“ eingesetzt wird. Und wir gewährleisten, dass diese drei Ebenen wie ein Orchester zusammenspielen.

Mit einer erweiterten Ausrichtung auf On-Demand- und On-Device-Anwendungen können wir unseren adressierbaren Markt verdoppeln, und davon werden schließlich auch Sie als Aktionäre profitieren.

Unser Ziel bleibt, jedem Kunden zu einem optimal geführten Betrieb – einem „best-run business“ – zu verhelfen. Dazu muss man aber zunächst den Wertschöpfungszyklus des Kunden verstehen. Es gilt also zunächst, die Geschäftsstrategie des Kunden zu verstehen, damit man weiß, wo ihn der Schuh drückt und welche Ziele er verfolgt – ganz unabhängig von der Größe oder der Branche des betreffenden Unternehmens. Auf dieser Grundlage entwerfen wir dann einen SAP-Projektplan mit Meilensteinen, der die verfolgte Strategie mit konkreten Ergebnissen verbindet.

Besonders liegt uns die Wahlfreiheit der Anwender am Herzen. Wir halten nichts davon, den Kunden an ein Produkt zu fesseln. Wir glauben an ein dynamisches Ökosystem aus Partnern, das mit vereinten Kräften den Kundenerfolg vorantreibt. Auch bei der Lizenzierung unserer Software bieten wir unseren Kunden Wahlmöglichkeiten über unsere Standard-Lizenzverträge hinaus. Es gibt jetzt flexible Lizenzvereinbarungen, sogenannte FLAs. Und multinationalen Großkonzernen bieten wir sogenannte Global Enterprise Agreements (GEA) an. Diese beiden zusätzlichen Vertragstypen werden uns helfen, langfristig stabilere Geschäftsbeziehungen zu knüpfen.

Apropos Wahlfreiheit: Ein Thema, das vermutlich viele von Ihnen interessiert, ist SAP Enterprise Support. Mit SAP Enterprise Support optimieren wir gemeinsam mit dem Kunden den Betrieb seiner gesamten SAP-Landschaft, vom Life-Cycle-Management über die Qualitätskontrolle bis zur stetigen Verbesserung. Wir sind absolut davon überzeugt, dass der Kunde hier ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis bekommt; wobei uns natürlich bewusst ist, dass der Kunde unter mehreren Optionen wählen möchte. Dem haben wir durch Wiedereinführung der Wahlfreiheit Rechnung getragen, so dass sich die Situation nicht nur in Deutschland, sondern auch global weitgehend geändert hat. Schon jetzt ziehen 82% unserer Kunden SAP Enterprise Support dem SAP Standard Support vor. Das nützt unserem Geschäft, unseren Kunden und unseren Aktionären gleichermaßen. Mit Blick auf Deutschland möchte ich übrigens an dieser Stelle ganz herzlich Michael Kleinemeier wieder bei der SAP willkommen heißen.

Unsere Absatzstrategie werden wir entsprechend den unterschiedlichen Anforderungen von ganz großen bis hin zu ganz kleinen Betrieben weiter differenzieren. Größere Unternehmen betreuen wir über unseren Direktvertrieb und die Serviceorganisation. Wir forcieren den Verkauf auf Märkten, in denen wir Wachstumsmöglichkeiten für spartenspezifische oder analytische Anwendungen sehen, und natürlich auch auf den Wachstumsmärkten Brasilien und China, ebenso wie in den Bereichen Finanzdienstleistung und Handel. Darüber hinaus investieren wir weiterhin in unser Volumengeschäft, durch Stärkung unserer internen Vertriebsorganisation, den Verkauf über Partner und den Onlinevertrieb – und das in allen Segmenten. Auch die Vermarktung von On-Demand-Angeboten wie SAP Business ByDesign treiben wir mit Nachdruck voran.

## [Folie 11: Q1 2010: Wieder auf Wachstumskurs]

Was eine Strategie taugt, zeigt sich am Ergebnis. Jim und ich – und der gesamte Vorstand – wissen, dass unsere Aktionäre Quartal für Quartal steigende Umsätze im Vergleich zum Vorjahr sehen wollen. Deshalb wird es Sie freuen, dass wir im ersten Quartal wieder zweistelliges Wachstum vorweisen konnten. Die Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse legten um 11% auf 1,95 Milliarden Euro zu, wobei die Non-IFRS-Softwareerlöse ebenfalls um 11% auf 464 Millionen Euro stiegen. Währungsbereinigt lagen diese Steigerungsraten bei 10% bzw. 7%. Getragen wurde dieser Aufschwung von höheren Softwareerlösen in allen Vertriebsregionen sowie einem außergewöhnlich starken Supportgeschäft. Letztere stiegen um gut 2% gegenüber dem Vorquartal – ein Zeichen dafür, dass SAP Enterprise Support bei Neu- wie bei Stammkunden guten Anklang findet. Zweistellige Zuwachsraten verzeichneten wir im ersten Quartal auch im Mittelstandsgeschäft, bei SAP BusinessObjects und in Fokusbranchen wie der Finanzindustrie (plus 17%) und dem Handel (plus 31%). In den BRIC-Staaten hat sich unser Software-Umsatz sogar verdoppelt; in den USA sahen wir eine deutliche Erholung.

Positiv werten wir überdies, dass sich der Auftragseingang stabilisiert hat. Sowohl auf den direkten wie auf den indirekten Absatzkanälen stellen wir ein hohes Aufkommen kleinerer und größerer Aufträge in einem gesunden Mischungsverhältnis fest. Wir haben auch wieder mehr Großprojekte akquiriert: 27% der neuen Aufträge sind jeweils mit mehr als fünf Millionen Euro dotiert; im ersten Quartal des Vorjahres waren es 12%. Im Schnitt lag der Vertragswert um 36% höher als im Vergleichszeitraum.

Mit der Kombination aus kräftigem Umsatzwachstum und Kostensenkungen haben wir unsere Marge weiter verbessert. Die operative Marge (Non-IFRS) verbesserte sich um 8 Prozentpunkte auf 24,4% gegenüber dem Vorjahresquartal. 6,6 Prozentpunkte dieser Margenausweitung sind auf den Wegfall der im Vorjahr angefallenen Restrukturierungskosten zurückzuführen.

Wichtige Maßnahmen mit Blick auf die Finanzlage waren der Rückkauf von SAP-Aktien und die Emission eines Eurobonds. Im ersten Quartal kauften wir 3,5 Millionen Aktien im Wert von rund 120 Millionen Euro zurück. Insgesamt wollen wir 2010 Aktien im Wert von mindestens 250 Millionen Euro zurückkaufen. Der erwähnte Eurobond wurde in zwei Tranchen zu je 500 Millionen Euro mit Laufzeiten von 4 bzw. 7 Jahren ausgegeben. Die Anleihe war stark überzeichnet und international sehr gefragt.

## [Folie 12: Ausblick 2010]

Wir freuen uns auf ein gutes Geschäftsjahr 2010. Wir glauben, dass unsere Rückkehr zum Wachstum im ersten Quartal für den Anfang einer neuen SAP steht. Wir sehen eine starke Dynamik in Zukunftsmärkten und Schlüsselbranchen, und wir sind einzigartig aufgestellt, unseren Kunden bei der Weiterentwicklung und beim Wachstum ihrer Unternehmen zu helfen. Wir werden weiterhin dort investieren, wo das Wachstumspotenzial am größten ist –

das gilt etwa für das Geschäft mit SAP BusinessObjects und in den Schwellenländern. Und wir freuen uns auf das Neugeschäft mit SAP Business ByDesign und anderen On-Demand-Produkten.

Wir haben eine klare Geschäftsstrategie formuliert und werden sie zügig und konsequent umsetzen. In diesem Zusammenhang möchte ich Ihnen noch über unsere Pläne zur Übernahme des kalifornischen Softwarekonzerns Sybase berichten. Diese Akquisition soll beiden Häusern einen Wachstumsschub bescheren. Sie bringt uns unserem strategischen Ziel näher, unseren adressierbaren Markt deutlich zu erweitern und insbesondere das Geschäft mit Mobillösungen, Hauptspeicherdatenbanken und Analysesoftware auszubauen. Überdies ist die Transaktion auch finanziell vernünftig, da beide Unternehmen stetig wachsen, hohe Margen erwirtschaften und über reichlich freie Mittel verfügen.

Mit der geplanten Übernahme avanciert die SAP zum einzigen Anbieter eines umfassenden Portfolios betriebswirtschaftlicher Anwendungen und modernster Business-Intelligence-Funktionen, auf die der Nutzer über beliebige Endgeräte jederzeit zugreifen kann, dank der am Markt führenden Mobilitätssoftware von Sybase.

Für 2010 haben wir Ende April unsere Erwartung bestätigt, dass die Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (Non-IFRS) im Gesamtjahr währungsbereinigt um 4% bis 8% steigen werden. Als operative Marge (Non-IFRS) erwarten wir wechselkursbereinigt 30% bis 31%. Langfristig streben wir eine operative Marge (Non-IFRS) von 35% an.

Ich freue mich auf ein äußerst erfolgreiches Jahr 2010, in dem wir den Kunden in den Mittelpunkt von allem stellen, was wir tun – gleich, wie groß er ist und wo er sein Unternehmen betreibt. Mit dem leistungsstarken Team, über das die SAP heute verfügt, kann uns keiner mehr aufhalten. Auf eine schlagkräftige SAP!

Vielen Dank.