

AGM 2011 – Rede Jim Hagemann Snabe

SPERRFRIST BIS 10.30 Uhr am 25. Mai 2011

Sehr geehrte Aktionäre,

auch von mir ein herzliches Willkommen an Sie alle hier in der SAP Arena und an alle, die unsere Hauptversammlung im Internet verfolgen. Ich hatte gehofft, dass mein Deutsch in diesem Jahr schon perfekt ist. Aber nicht alles geht so schnell wie die Innovationen bei SAP!

Innovation: Schlüssel zu unserem Erfolg

Wie Bill bereits erwähnt hat, war das Jahr 2010 für das Geschäft von SAP besonders erfolgreich. Der wesentliche Grund dafür liegt in unserer Innovationsstrategie. Unsere eigene Innovationskraft und die unserer Partner sichern unseren Erfolg. Und wir kaufen zu, wenn wir damit neue Geschäftsfelder erschließen. Sybase ist dafür ein erfolgreiches Beispiel.

[Folie: Innovationen für unsere Kunden]

Wenn man sich für Innovationen entscheidet, muss man fokussieren. Man kann nicht alles für jeden machen. Wir haben unsere strategischen Geschäftsfelder klar definiert. Es sind die Bereiche OnPremise, OnDemand und OnDevice, verbunden mit bahnbrechenden Technologien wie In-Memory.

OnPremise

[Folie: Innovationen On Premise]

Beginnen wir mit dem Bereich OnPremise – also den Lösungen, die beim Kunden vor Ort installiert werden. Dazu gehören unsere Lösungen SAP Business One für kleine Unternehmen, SAP Business All in One für mittelgroße Unternehmen und unsere SAP Business Suite für große Unternehmen. Dazu gehören natürlich auch unsere Lösungen für Geschäftsanalysen, mit denen Unternehmen jeder Größenordnung Geschäftsdaten optimal analysieren. Für all diese Produkte haben wir in den letzten 12 Monaten neue Versionen entwickelt und an unsere Kunden geliefert.

Ich möchte Ihnen ein Beispiel aus dem Bereich der Business Suite geben: Mit SAP CRM 7.0 haben wir ein sehr erfolgreiches Kundenmanagementsystem auf den Markt gebracht. Schauen wir uns gemeinsam an, was ein Business-Suite-Kunde über den Einsatz dieser jüngsten CRM-Version berichtet.

[Kunden-Video: WMF]

OnPremise ist und bleibt für SAP ein strategisches Geschäftsfeld und ist durch Innovationen für uns wieder ein Wachstumsmarkt geworden.

Während der letzten zwölf Monate haben sich mehr als 40.000 Kunden entschieden, neue SAP-Software zu kaufen – davon 15.000 Neukunden. Dabei kommt uns vor allem unser großes Know-how über alle Branchen hinweg zu Gute. Vor wenigen Tagen hat uns ein führendes Analystenhaus dafür ein besonders gutes Zeugnis ausgestellt, besser als unseren Konkurrenten. SAP ist der Anbieter von Branchenlösungen, von der Automobilindustrie und den Energieversorgern über Handel und Logistik bis hin zur Öffentlichen Verwaltung, Banken und Versicherungen.

OnDemand

[Folie: Innovationen On Demand]

Im Jahr 2010 haben wir einen neuen Geschäftsbereich eröffnet: OnDemand. Hier bieten wir Lösungen direkt aus dem Internet an. Für diese Lösungen brauchen unsere Kunden kein eigenes Datenzentrum und keine eigenen Installationen mehr. Im Mittelpunkt steht dabei unsere OnDemand-Suite SAP Business ByDesign. Wie Sie wissen, hatte es in der Vergangenheit bei diesem neuen Produkt einige Verzögerungen gegeben. Aber wir haben das Team neu ausgerichtet und neue Entwicklungsprozesse eingeführt. Durch die damit deutlich höhere Innovationsgeschwindigkeit konnten wir im August letzten Jahres ein exzellentes Produkt vorstellen. Damit erschließen wir ein neues Kundensegment bei kleinen und mittelständischen Unternehmen, die ihre IT über das Internet managen – also on demand. Außerdem ist SAP Business ByDesign jetzt eine echte Innovations-Plattform für unsere Partner. Sie können Erweiterungen zu Business by Design entwickeln.

Inzwischen haben 500 Kunden in neun Ländern SAP Business ByDesign ausgewählt. Und das ist nur der Anfang! Vielleicht erinnern Sie sich noch daran, als SAP 1992 R/3 an den Markt gebracht hat. Das wurde in unserer Branche das erfolgreichste Produkt aller Zeiten. In den ersten drei Quartalen seit der allgemeinen Verfügbarkeit ist die Kundenzahl für SAP Business ByDesign doppelt so schnell gewachsen wie damals bei SAP R/3!

Vor einem Jahr haben wir hier in der SAP Arena ein Video mit einem Anwendungsszenario für SAP Business ByDesign auf dem iPad gezeigt. Heute sehen Sie einen unserer vielen neuen Kunden, bei denen die On-Demand-Suite bereits im Einsatz ist:

[Kunden-Video: Heliotron]

Wie letztes Jahr versprochen, können Sie heute SAP Business ByDesign und andere Innovationen selbst ausprobieren. SAP Business ByDesign ist nur ein Beispiel für die Entwicklung von neuen OnDemandProdukten der SAP. In der vergangenen Woche haben wir auf der SAPHIRE NOW Sales on Demand vorgestellt. Das ist die erste neue Lösung für Vertriebsleute - mit einem besonders nutzerfreundlichen Design. Weitere Anwendungen für andere Unternehmensbereiche werden folgen.

Nach OnPremise und OnDemand kommen wir nun zum dritten Bereich OnDevice.

OnDevice

[Folie: Innovationen On Device]

OnDevice bedeutet, dass wir unsere Lösungen für unsere Kunden auf praktisch allen Geräten zur Verfügung stellen werden, vom klassischen Desktop-Computer im Büro bis hin zu den neuesten Mobilgeräten. Hierbei spielt es keine Rolle, ob es sich um das iPad von Apple, um andere Tablet-PCs oder um alle Arten von Smartphones handelt.

Bill hat vorhin über die erfolgreiche Sybase-Akquisition gesprochen. Wir erreichen damit heute insgesamt 4,5 Milliarden mobile Geräte. Sybase besitzt die beste Plattform, um mobile Anwendungen für alle Arten von Geräten zu entwickeln. Die Sybase Unwired Plattform ist damit ein starker Innovationstreiber für unsere OnDevice-Strategie. Auf der SAPHIRE NOW letzte Woche in Orlando haben wir die Version 2.0 der Plattform sowie elf branchenspezifische Lösungen vorgestellt. Darüber hinaus ist die Plattform natürlich offen für Entwicklungen von unseren zahlreichen Partnern.

In-Memory-Technologie

[Folie: Innovationen für das gesamte Portfolio]

Unser Erfolg in allen drei Bereichen – OnPremise, OnDemand, OnDevice – wird von grundlegenden innovativen Technologien vorangetrieben. Netweaver ist unsere Technologie-Plattform, und wir haben 2010 die nächste Generation Netweaver 7.3 ausgeliefert.

Die Schlüsselinnovation für uns ist die In-Memory-Technologie. „In-Memory“ bedeutet „im Speicher“ – das heißt, dass wir heute riesige Datenmengen direkt im Hauptspeicher ablegen und dort direkt verarbeiten können. Die Daten müssen dann nicht immer wieder von einer Festplatte gelesen werden. Das beschleunigt

zum Einen die Analyse großer Datenmengen ganz erheblich. Zum anderen hat In-Memory das Potential, herkömmliche Datenbanken zu ersetzen. Bei uns ist In-Memory keine Vision mehr. Es ist Realität. Das Produkt HANA haben Sie vorhin schon im Einsatz beim Kunden gesehen. HANA wurde in Rekordzeit entwickelt. Zwischen Konzept und Auslieferung lagen gerade mal neun Monate. In Zukunft wird die In-Memory-Technologie in unserem gesamten Portfolio zum Einsatz kommen.

Unsere Technologie hat das Potential, die IT-Branche grundlegend zu verändern. Das hat uns erst in der vergangenen Woche einer der größten Analysten in unserer Industrie bestätigt.

[Folie: Innovationen einfach orchestriert]

Unsere Stärke ist die Konvergenz der Technologien. Denn wir sorgen auch für das Zusammenspiel, die sogenannte Orchestrierung aller Prozesse und Daten über alle Anwendungen hinweg. In der Kombination von OnPremise, OnDemand, OnDevice und In-Memory bieten wir unseren Kunden größte Konsistenz und Nutzen.

Innovation: Schneller und effizienter

[Folie: Innovationen schneller beim Kunden]

Unsere Weiterentwicklung können Sie aber nicht nur daran erkennen, **was** wir anbieten, sondern auch daran, **wie** wir Innovationen treiben. Vor einem Jahr habe ich Ihnen gesagt, dass wir mit unseren Innovationen schneller werden wollen. Schneller bedeutet: schneller beim Kunden. Und tatsächlich haben wir unsere Innovationszyklen deutlich verkürzt. In allen Produktbereichen haben wir die Prozesse beschleunigt und effizienter gemacht. Für SAP Business ByDesign haben wir innerhalb von sechs Monaten zwei neue Versionen an den Markt gebracht. Die nächste Version erwarten wir schon für August. Im Mobil-Bereich werden wir die Innovationszyklen sogar auf Wochen verkürzen – dank der neuen Sybase Unwired Platform. Und auch im Kerngeschäft der SAP Business Suite haben wir die Innovationen beschleunigt: Das neueste Erweiterungspaket war einen Monat früher als erwartet verfügbar.

Außerdem stehen die Kunden im Mittelpunkt all unserer Aktivitäten. Dies gilt nicht nur für den Vertrieb, den Service und den Support sondern besonders auch für unseren gesamten Innovationsprozess. Wir binden Kunden in alle Innovationsprozesse ein, um sicher zu stellen, dass wir Innovationen liefern, die genau den Bedürfnissen des Marktes und unserer Kunden entsprechen. Und mit unserem CIO Oliver Bussmann sind wir selbst zu unserem besten Test-Kunden geworden. Wir setzen neue Produkte so bald wie möglich bei uns im Alltag ein. Dadurch können wir die Produkte schneller optimieren, und wir können unsere Kunden besser vom Nutzen neuer Lösungen überzeugen.

Über die höhere Geschwindigkeit und den Kundenfokus hinaus, sind wir auch effizienter geworden. Wir arbeiten heute in kleineren Teams, die mehr Verantwortung übernehmen. Dadurch werden die Prozesse transparenter, Entscheidungen werden beschleunigt und die Taktzahl unserer Innovationen steigt erheblich. Durch unsere Innovationsstrategie und die neuen Innovationsprozesse sind wir sehr zuversichtlich, starke zweistellige Wachstumsraten zu erreichen.

Menschen bei SAP

[Folie: Menschen bei SAP]

Für unseren Erfolg sind natürlich die Menschen bei SAP entscheidend, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie sind es, die unsere Innovationen vorantreiben. Sie sind es, die unsere Kunden kennen, verstehen und ihnen konkreten Mehrwert liefern. Und sie sind es, die unser Unternehmen überall in der Welt als Markenbotschafter vertreten.

Die SAP lebt von großartigen Menschen, ihrem Know-how und ihrem Einsatz. Im Namen des Vorstands möchte ich daher all unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre Leistungen danken, mit denen sie SAP so erfolgreich machen.

Es ist aber nicht einfach, immer die richtigen Mitarbeiter zu finden und zu halten. Denken Sie an globale Trends wie alternde Gesellschaften, Schwächen in den Bildungssystemen oder den Fachkräftemangel – auch hier in Deutschland. Ein globales Unternehmen wie SAP braucht daher eine langfristige Mitarbeiter-Strategie. Denn wir können unsere Unternehmensziele nur erreichen, wenn wir die richtigen Menschen mit den richtigen Kompetenzen an der richtigen Stelle haben.

Angelika Dammann als neuer Personalvorstand und Arbeitsdirektorin hat die Entwicklung und Umsetzung dieser Strategie maßgeblich vorangetrieben. Mit der Berufung von Angelika Dammann hat auch die Vielfalt an der Unternehmensspitze zugenommen. Diese Vielfalt wollen wir im ganzen Unternehmen weiter fördern. Denn von ihr hängen unsere Kreativität und Innovationsfähigkeit ab.

Schon in der Vergangenheit haben wir auf eine möglichst vielfältige Zusammensetzung unserer Belegschaft geachtet. SAP gehört in Deutschland zu den internationalsten Unternehmen. Allein in Walldorf arbeiten Menschen aus über 75 Nationen. Wie in der gesamten IT-Branche liegt aber der Anteil von Frauen in Führungspositionen noch unter unseren Erwartungen. Deswegen hat der Vorstand Anfang des Monats beschlossen, bis zum Jahr 2017 den Anteil von Frauen im SAP-Management von derzeit 18% auf 25% zu erhöhen. Und wir haben einen Plan, um dieses Ziel zu erreichen.

Wer mehr Frauen in Führungspositionen will, muss schon frühzeitig die richtigen Rahmenbedingungen schaffen. Denn der Überschuss von Männern in technischen Ausbildungs- und Studiengängen ist noch immer erheblich. Wir engagieren uns deswegen in vielen Ländern für gute Bildung für alle jungen Menschen. Wir werden bei SAP selbst noch stärker als bisher darauf achten, Frauen einzustellen. Wir werden Frauen mit hohem Potential gezielt weiter entwickeln und fördern. Weiterbildung und Mentoring spielen eine entscheidende Rolle. Und wir werden uns noch mehr als bisher bemühen, Frauen, die heute schon in Führungspositionen bei uns arbeiten, langfristig an uns zu binden. Schließlich werden wir dafür sorgen, dass all unsere Führungskräfte dieses Ziel aktiv unterstützen.

Das ist eine sehr wichtige Aufgabe für uns, denn diese Vielfalt ist entscheidend für die Umsetzung unserer Innovationsstrategie. Wir lösen damit auch unsere Zusage gegenüber der Bundesregierung ein, bis zum Ende dieses Jahres einen konkreten Plan vorzulegen. Wir halten unser Ziel für ambitioniert. Zugleich sind wir aber überzeugt, dass es erreichbar ist.

Nachhaltigkeit

[Folie: Nachhaltigkeit]

Besonders stolz macht es mich, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv unsere Nachhaltigkeitsstrategie unterstützen. Für SAP ist Nachhaltigkeit der Schlüssel dazu, unseren Beitrag für eine bessere Welt zu leisten. SAP hat sich in den letzten 39 Jahren immer darauf fokussiert, Ressourcen von Unternehmen zu optimieren. Deswegen haben wir einen großen Einfluß darauf, dass Unternehmen profitabler und nachhaltiger wirtschaften. Als weltgrößter Anbieter von Unternehmenssoftware treibt SAP diese große, positive Entwicklung weltweit maßgeblich voran.

2010 haben wir zahlreiche neue Kunden für unsere Nachhaltigkeitslösungen gewonnen, darunter große Firmen wie Coca-Cola, Dow Chemical, die Barmer GEK und Continental. Wir schätzen, dass SAP-Software dazu beiträgt, den jährlichen CO₂-Ausstoß weltweit um etwa 2,5 Millionen Tonnen zu verringern. Für unsere Kunden bedeutet das Einsparungen bei den Energie-Kosten von rund 470 Millionen US-Dollar pro Jahr.

Unsere eigenen Emissionen an Treibhausgasen haben wir im vergangenen Jahr um 6% gesenkt – obwohl wir unseren Umsatz sehr stark gesteigert haben. Das zeigt, dass mehr Nachhaltigkeit und mehr Wachstum sehr gut miteinander vereinbar sind. Insgesamt haben wir unsere Emissionen an Treibhausgasen seit 2007

um 25 Prozent reduziert. Knapp die Hälfte (48 Prozent) unseres Energieverbrauchs stammt heute aus erneuerbaren Energien.

Unsere Anstrengungen lohnen sich auch finanziell: Durch Maßnahmen zum Energiesparen und die gezielte Reduktion von Treibhausgasen konnten wir in den vergangenen drei Jahren 170 Millionen Euro einsparen.

Nachhaltigkeit bedeutet für SAP aber deutlich mehr als Umweltschutz. Wir verstehen Nachhaltigkeit umfassend und setzen uns für einen weltweit fairen und gleichberechtigten Zugang zu wirtschaftlichen Chancen sowie eine verantwortungsvolle und ethische Führung von Unternehmen ein.

Als Unternehmen mit deutscher Herkunft sind wir dem Standort Deutschland besonders verpflichtet. In erster Linie tragen wir natürlich als Arbeitgeber und Steuerzahler zum Wohlstand des Landes bei. Wir praktizieren aber darüber hinaus gesellschaftliche Verantwortung, vor allem im Bereich der Bildungsinitiativen. So unterstützen wir Kindergärten ebenso wie Berufsausbildungsprogramme mit den dualen Hochschulen Baden-Württembergs. Ein neues Projekt ist der Software Campus, ein Programm zur Weiterbildung von IT-Führungskräften in Deutschland. Es wird in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung sowie Partnern in der Wirtschaft durchgeführt.

Rechtsstreit Versata

[Folie: Versata]

Sehr geehrte Damen und Herren,

patentrechtliche Streitigkeiten sind in den USA leider zur Normalität geworden – insbesondere in der IT-Branche. Unsere Wettbewerber haben eine weit größere Zahl solcher Auseinandersetzungen.

Am 13. Mai 2011 hat eine Jury in Texas entschieden, dass SAP Schadensersatz an eine Firma namens Versata zahlen muss. Der Rechtsstreit zieht sich bereits seit 2007 hin. Eine frühere Jury-Entscheidung war aufgehoben worden und der Richter hatte ein neues Verfahren angesetzt. Nun befanden die Geschworenen, dass SAP weiterhin ein Patent von Versata verletzen würde. Es geht dabei um eine im Jahr 1998 eingeführte Funktion für die Preisermittlung. Sie sprachen Versata Schadensersatz in Höhe von 345 Millionen Dollar (243 Millionen Euro) zu – 260 Millionen Dollar davon entfallen auf entgangene Gewinne und 85 Millionen Dollar auf Lizenzgebühren.

Zu diesem Zeitpunkt haben wir noch keine Entscheidung getroffen, ob in Folge der Jury-Entscheidung Rückstellungen zu bilden sind. Wir prüfen derzeit die Situation und wägen alle Möglichkeiten ab. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass sich bis zum Ende des zweiten Quartals die Fakten noch ändern können. Erst dann muss eine Entscheidung getroffen werden. Das Urteil hatte keine Auswirkungen auf unseren Aktienkurs. Es wurde auch kaum in den amerikanischen Medien erwähnt, denn dort sind solche Fälle nichts Ungewöhnliches.

Der Rechtsstreit geht auf eine technische Entwicklung Mitte der neunziger Jahre zurück. Es gibt keinen Beweis dafür, dass auch nur ein Kunde diese Entwicklung jemals genutzt hätte. Wir sind der Ansicht, dass dieses Urteil nicht angemessen ist. Es ist nur ein Schritt in einem langen Verfahren. Wir werden beantragen, dass der Richter die Entscheidung der Jury aufhebt und auch sonst alle rechtlichen Möglichkeiten prüft.

Ergebnisse des ersten Quartals 2011

[Folie: Erstes Quartal 2011]

Sehr geehrte Aktionäre,

Bill hat Ihnen über unsere erfolgreichen Geschäftsergebnisse 2010 berichtet. Ich möchte Ihnen nun die Zahlen des ersten Quartals 2011 vorstellen. Die SAP ist erneut zweistellig gewachsen und hat dabei die operative Marge weiter erhöht. Die Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (nach Non-IFRS)

betragen 2,34 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahresquartal entspricht dies bei konstanten Wechselkursen einem Anstieg von 17%. Angetrieben wurde dieses Wachstum von einem starken Anstieg der Software-Umsätze um 24% (bei konstanten Wechselkursen).

Das starke Umsatzwachstum hat dank weiterer Effizienzsteigerungen auch zu einem Anstieg der operativen Marge (Non-IFRS) um einen Prozentpunkt auf 25,6% geführt. Das lag im Rahmen unserer Erwartungen. Unseren Kurs, die operative Marge von Quartal zu Quartal zu erhöhen, haben wir damit erfolgreich fortgesetzt.

Der operative Cash-Flow betrug im ersten Quartal 1,6 Milliarden Euro. Das ist der größte operative Cashflow, den SAP jemals im ersten Quartal erzielt hat - mehr als doppelt so groß als im Vorjahr. Diese positive Entwicklung ist überwiegend auf den starken Umsatz im vierten Quartal 2010 zurückzuführen.

Einen Hinweis zu unseren Aktienrückkäufen: Seit Anfang dieses Jahres haben wir überwiegend zur Verwendung im Rahmen unserer Mitarbeiterbeteiligungsprogramme insgesamt 3,6 Mio. Aktien über die Börse zurückgekauft. Im Durchschnitt haben wir für diese Aktien einen Kaufpreis von 43,84 Euro gezahlt, insgesamt also 158 Mio. Euro.

Bitte um Zustimmung zu Vorschlägen der Vorstands

[Folie: Agenda (gekürzt)]

In unserem heutigen Tagesordnungspunkt 6 schlagen wir eine Aktualisierung unserer Satzung vor. Sie dient der Anpassung an erfolgte Änderungen innerhalb unseres Eigenkapitals aufgrund der Ausübung von Wandlungs- und Optionsrechten durch Teilnehmer der SAP-Aktionsoptionspläne.

Da die letzte Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und Optionsschuldverschreibungen in diesem Monat ausgelaufen ist, schlagen wir im Tagesordnungspunkt 7 vor, dass diese erneuert wird. Aus Unternehmenssicht halten wir es für zweckmäßig, dass dem Vorstand auch in Zukunft diese Form der Unternehmensfinanzierung zur Verfügung steht. Die vorgesehenen Bedingungen entsprechen dem Marktstandard.

Im Tagesordnungspunkt 8 ist die Zustimmung zu einem Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag zwischen der SAP AG und einer 100 %-igen Tochtergesellschaft vorgesehen. Umfassende Erläuterungen zu dem Vertrag finden Sie in dem Gemeinsamen Bericht, der vom Vorstand der SAP AG und der Geschäftsführung der Tochtergesellschaft erstattet wurde. Dieser liegt ebenso wie die übrigen Unterlagen zu Tagesordnungspunkt 8 am Wortmeldetisch aus. Mein Vorstandskollege Werner Brandt wird auf Einzelheiten dieses Vorschlags später eingehen.

Wir bitten Sie um Zustimmung zu diesen drei Vorschlägen.

Aktienkurs 2011 und Ausblick 2011

[Folie: Aktienkurs 2011]

Mit dem ersten Quartal haben wir nun fünf Quartale in Folge ein zweistelliges Wachstum der Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse geschafft und parallel dazu die Marge kontinuierlich erhöht. Wir können wirklich sagen: SAP ist wieder auf der Erfolgsspur.

Der Finanzmarkt hat auf die Ergebnisse des ersten Quartals mit einem Kursrückgang reagiert. Das hat uns angesichts der positiven Ergebnisse überrascht. Wir glauben, dass der Kapitalmarkt bereits für das erste Quartal höhere Ergebnisse nach unserem Q4-Rekordquartal erwartet hat. Wir haben aber auch erkannt, dass wir unsere Ergebnisse in Zukunft noch präziser kommunizieren müssen, insbesondere den Einfluss von Sondereffekten.

Trotz des kurzfristigen Rückgangs befindet sich die SAP-Aktie in diesem Jahr im Aufwärtstrend. Nach einem Plus von 15,5% im Vorjahr ist unsere Aktie seit Jahresbeginn um weitere fast 15% im Wert gestiegen.

[Folie: Ausblick 2011]

Aufgrund der Ergebnisse des ersten Quartals sind wir zuversichtlich, dass wir unsere ambitionierten Ziele für 2011 erreichen werden. Wir erwarten für 2011 – wie geplant - ein hohes Wachstum der Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (Non-IFRS, bei konstanten Wechselkursen) um 10-14%. Für die operative Marge (ebenfalls Non-IFRS, bei konstanten Wechselkursen) erwarten wir eine Erhöhung um 50 bis 100 Basispunkte. Das entspricht einem Betriebsergebnis von €4,45-4,65 Mrd. (auch dies Non-IFRS, bei konstanten Wechselkursen).

Schluss

Sehr geehrte Aktionäre,

„Mehr erreichen“ ist unser Motto für unsere Kunden. Das gleiche gilt für uns selbst: Wir wollen gemeinsam mehr erreichen und noch schneller werden. Daher haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt. Wir haben eine klare Strategie, um unsere Ziele gemeinsam zu erreichen. Und wir haben seit letztem Jahr gezeigt, dass wir diese Strategie erfolgreich umsetzen – mit starkem, profitabilem Wachstum. Zusammen mit dem ganzen Vorstand werden Bill und ich weiter mit vollem Einsatz den Erfolg der SAP vorantreiben: für unsere Kunden, für unsere Partner, für unsere Mitarbeiter, und vor allem für Sie, unsere Aktionäre.

Vielen Dank.