

SPERRFRIST BIS 10.30 Uhr am 25. Mai 2011

Sehr geehrte Damen und Herren,
vielen Dank. Herzlich willkommen auf der SAP-Hauptversammlung 2011. „*Ich freue mich, wieder in Mannheim zu sein.*“ (Ich hoffe, das war verständlich!) Es ist mir eine große Ehre, heute wieder hier zu sein. Und es ist Jim und mir - zusammen mit dem gesamten Vorstand - eine besondere Freude, dass wir Ihnen heute über unsere Rückkehr zum Wachstum berichten können.

Bevor ich zu den Ergebnissen des Jahres 2010 komme, möchte ich kurz auf unsere strategische Ausrichtung und die im vergangenen Jahr getroffenen Entscheidungen eingehen.

[Folie: Ein klares Ziel]

Vor zwölf Monaten standen wir hier vor Ihnen und sagten, dass 2010 wieder ein Jahr des Wachstums sein würde. Damals betrug unsere Marktkapitalisierung ca. 40 Milliarden Euro. Wir setzten uns ein klares Ziel für SAP: „to make the world run better“, also die Wirtschaft weltweit bei der Optimierung ihrer Abläufe zu unterstützen.

Wir haben über 170.000 Kunden, und 60 % aller Geschäftstransaktionen in der Welt laufen über SAP-Systeme. Die Frage nach dem „warum“ unseres Handelns ist daher genau so wichtig wie die Frage „was“ wir tun. Unser Ziel gibt darauf jetzt eine klare Antwort. Wir haben dann angekündigt, dass wir bis Mitte dieses Jahrzehnts einen Gesamtumsatz von mindestens 20 Milliarden Euro anstreben – mit einer operativen Marge (Non-IFRS) von 35 % und mit einer Milliarde Anwendern für unsere Software.

Wir befassten uns intensiv mit den Trends im Markt und damit, was die Kunden für das Wachstum ihres Unternehmens benötigen. Drei Trends kristallisierten sich dabei heraus: Mobilität, Cloud und Echtzeit-Computing mit In-Memory-Technologie.

[Folie: Konvergenz der großen Trends]

Der Siegeszug mobiler Endgeräte bei Verbrauchern und Unternehmen sucht seinesgleichen. 2011 wird die Hälfte aller Menschen, die regelmäßig ins Internet gehen, hierfür Mobilgeräte benutzen. Gleichzeitig wird das Informationsaufkommen dramatisch zunehmen: Das „digitale Universum“ an Informationen und Inhalten wird in diesem Jahr um 50 % wachsen. Festplattenbasierte Datenbanktechnologien können diese Datenflut nicht mehr bewältigen – neue In-Memory-basierte Datenbanken hingegen schon. Und die technologische Infrastruktur verlagert sich in die Wolke, die „Cloud“. 80 % der neuen Softwareprodukte werden in diesem Jahr als Cloud-Services angeboten werden.

Das Zusammenwachsen dieser drei Trends eröffnet Unternehmen neue Chancen, der Konkurrenz voraus zu sein. Um Wachstum zu erzielen, brauchen die Unternehmen eine größere Kundennähe, und zwar genau in dem Moment, in dem der Verbraucher seine Kaufentscheidung trifft. Mobilität, Cloud- und Echtzeit-Computing machen das möglich. Was uns aber gegenüber unseren Wettbewerbern besonders auszeichnet, ist unser Kerngeschäft, das wir nunmehr seit fast 40 Jahren betreiben: eine solide und stabile, integrierte Geschäftsprozessplattform. SAP ist heute das einzige Unternehmen am Markt, das über die Technologie, die Lösungen und die Partner verfügt, um Innovationen zur Ergänzung unseres bewährten Kerngeschäfts zu liefern. Dies geschieht über unser offenes Partnerkonzept, welches unseren Kunden eine Palette an Möglichkeiten eröffnet. Denn Kunden wollen nicht an einen einzelnen Hersteller gebunden sein. Wir entwickeln Innovationen gemeinsam mit unseren Partnern und verkaufen unsere Produkte über unsere

Partnerkanäle. Wir streben daher ständig nach dem Ausbau unseres Partnernetzes und der Wahlmöglichkeiten für unsere Kunden.

Anstatt die Vergangenheit zu konsolidieren, entschieden wir uns daher, die Zukunft innovativ anzugehen. Diese Strategie trieben wir mit der Akquisition von Sybase gezielt voran.

[Folie: Sybase]

Mit Sybase wurde die SAP Marktführer im Bereich Unternehmensmobilität. Sybase hat das umfangreichste Portfolio in der Branche und mehr als 60.000 Kunden. Das zentrale Element ist die Sybase Unwired Plattform. Dabei handelt es sich um eine Plattform, mit der mobile Anwendungen für jedes Gerät entwickelt werden können. Die Sybase-Lösung Afaria ist unverzichtbar für die Zugriffssteuerung und Sicherheit mobiler Endgeräte. Und Sybase 365 ist eine Infrastruktur für mobile Nachrichten und die Abwicklung von Geschäften über mobile Endgeräte. Sybase 365 ist in der Telekommunikationsbranche der SMS-Standard. 1,5 Milliarden Nachrichten werden tagtäglich über Sybase verschickt.

Mobilität war jedoch nicht der einzige Grund für unseren Kauf von Sybase. Sybase verfügt darüber hinaus über ein Datenbankgeschäft, das für SAP von strategischer Bedeutung ist. Wie letzte Woche angekündigt, werden die Kernlösungen der SAP ab jetzt auch auf der Sybase-Datenbank laufen. Die Kunden profitieren damit von einer größeren Auswahl. Die innovative spaltenorientierte Datenbank Sybase IQ bietet wichtige Funktionen für unsere In-Memory-Lösungen. Und in Wachstumsmärkten wie China hat Sybase einen Marktanteil von 18 % und einen soliden Vertriebskanal. Für unser zukünftiges Wachstum in China ist dies außerordentlich wichtig. Das Gleiche gilt für die Finanzdienstleistungsbranche: 46 der 50 weltweit führenden Banken und Wertpapierhäuser setzen Sybase für die Verarbeitung komplexer Abläufe ein. Durch die Übernahme von Sybase haben wir jetzt insgesamt 170.000 Kunden und damit vielfältige Möglichkeiten für den Verkauf weiterer SAP- und Sybase-Lösungen.

Wir beschlossen, die Innovationen in beiden Unternehmen zu nutzen. Dazu haben wir einen speziellen Geschäftsbereich für unser Mobilgeschäft unter der Leitung von John Chen, dem CEO von Sybase, geschaffen. Wir teilen das geistige Eigentum und bringen dadurch neue Lösungen wie SAP HANA und Mobilitätsanwendungen schneller auf den Markt. Auch unsere Vertriebstams arbeiten eng zusammen, um unseren Marktanteil zu erhöhen.

Sybase hat 2010 in nur fünf Monaten einen beträchtlichen finanziellen Beitrag geleistet. Und das, obwohl wir Sybase im Juli erworben und erst im August mit der Einbeziehung der Ergebnisse begonnen haben. Sybase trug letztes Jahr 329 Millionen Euro zu unseren Software- und softwarebezogenen Serviceerlösen bei – und 434 Millionen Euro zu den Gesamterlösen der SAP. Dies entspricht 4 Prozentpunkten unseres Wachstums von 20 % bei Software und softwarebezogenen Services im Jahr 2010. Unter dem Strich leistete Sybase im letzten Jahr einen Beitrag von über 150 Millionen Euro zum Betriebsergebnis der SAP. Auch unsere Finanzlage stellt sich nach der Übernahme hervorragend dar. Die Akquisition finanzierten wir mit einer Mischung aus vorhandener Liquidität sowie Banken- und Kapitalmarktfinanzierung. Unsere Unternehmensanleihen und Privatplatzierungen in den USA waren stark überzeichnet. Wir profitieren von Sybase sowohl in strategischer als auch in finanzieller Hinsicht – der Kauf hat sich für SAP somit mehr als gelohnt.

[Folie: SAPPHIRE NOW]

Letztes Jahr stellten wir unsere Strategie auf der SAPPHIRE vor – unserer größten Kundenveranstaltung des Jahres. Nun sind wir gerade von der diesjährigen Konferenz in Orlando, Florida, zurückgekommen. Wieder einmal waren die Teilnehmerzahlen höher als erwartet und wir konnten einen neuen Besucherrekord vermelden. Zusammen mit den entsprechenden Veranstaltungen in Madrid und Peking gegen Ende des Jahres werden wir mit der Sapphire insgesamt 100.000 Kunden und Partner ansprechen. Die Nachfrage ist

größer denn je: Nicht nur die Kunden und Märkte, sondern auch Mitarbeiter sind begeistert von unserer Strategie und unseren Innovationen.

Ich möchte Ihnen nun ein Beispiel für einen Kunden zeigen, der schon heute mobile Echtzeittechnologien von SAP einsetzt und damit Wettbewerbsvorteile erzielt.

[Kunden-Video: BSH]

Dieses Beispiel zeigt, wie unsere Kunden und SAP von der breiten Auswahl und den Innovationen profitieren.

[Folie: Unser Markenwert: So hoch wie nie zuvor]

Während andere ihre Investitionen zurückgefahren haben, haben wir im letzten Jahr mehr als 2009 in unsere Vertriebskapazitäten und -kanäle sowie unsere Marke investiert. Über mehrere Kanäle haben wir eine weltweite Kampagne mit dem Titel „Run Better“ gestartet (auf deutsch: „Mehr erreichen“). 26 Kultmarken haben uns bei dieser Marketingkampagne unterstützt. In den vergangenen zehn Jahren hat sich unser Markenwert verdoppelt. Weltweit sind wir inzwischen die drittbekannteste deutsche Marke. Unser Markenwert hat damit ein Allzeit-Hoch erreicht. Wir hatten uns zum Ziel gesetzt, uns neu zu erfinden, um den Erwartungen der SAP-Kunden gerecht zu werden. Wenn Sie letztes Jahr hier waren, wird Ihnen sicher ein Unterschied auffallen.

[Folie: SAP Geschäftsjahr 2010]

2010 sind unsere Erlöse und unser Betriebsergebnis zweistellig gestiegen. Ein Ergebnis, das wir unserer Strategie verdanken. Wir freuen uns, Ihnen mitteilen zu können, dass sich der Gesamtumsatz 2010 um 17 % auf 12,54 Milliarden Euro erhöht hat. Die Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse nahmen um 20 % auf 9,9 Milliarden Euro zu. Währungsbereinigt entspricht dies einer Steigerung von 13 %. Dieses Wachstum ist hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass die Softwareerlöse um 25 % auf 3,27 Milliarden Euro stiegen. Währungsbereinigt entspricht dies einem Anstieg um 16 %. Die Supporterlöse erhöhten sich um 17 % auf 6,2 Milliarden Euro. Währungsbereinigt lag die Steigerung bei 11 %. Mit Umsatzwachstum und effizienter Kostenkontrolle konnten wir unsere operative Marge (Non-IFRS) um 3,1 Prozentpunkte verbessern. Wechselkursbereinigt lag sie bei 30,5 %. Damit bestätigte sich unsere Erwartung für 2010. Mit 2,7 Milliarden Euro haben wir den höchsten Non-IFRS-Gewinn nach Steuern in der Unternehmensgeschichte erzielt.

Die Geschäftsentwicklung aller Lösungen, Branchen und Regionen war beeindruckend. In wachstumsstarken Märkten – insbesondere den BRIC-Ländern – stiegen die Softwareerlöse gegenüber dem Vorjahr um 70 %. Das letzte Quartal 2010 war das beste vierte Quartal in der Geschichte der SAP AG. Im Bereich Software erzielten wir 1,5 Milliarden Euro und damit einen Anstieg von 35 % gegenüber dem Vorjahresquartal. Die Anzahl der abgeschlossenen Verträge erhöhte sich um fast 40 % im Vergleich zum Vorjahr, wobei wir alle Vertriebskanäle – Direktvertrieb, interner Vertrieb und Partner – nutzten.

[Folie: SAP-Aktienkurs]

Unsere Marktkapitalisierung ist heute 10 Milliarden Euro höher als bei der letzten Hauptversammlung. Die SAP-Aktie hat seit dem 1. Januar 2010 um mehr als 30 % zugelegt. Sie entwickelte sich mehr als 10 Prozentpunkte besser als der DAX und mehr als 30 Prozentpunkte besser als EURO STOXX 50. Wenn das keine guten Nachrichten sind.

Alle Finanzdaten, die wir Ihnen heute nennen, sind übrigens Non-IFRS-Angaben. Wir verwenden Non-IFRS-Zahlen für die interne Messung unseres Erfolgs, die Kommunikation unseres Ausblicks und die Veröffentlichung unserer Ergebnisse im Vergleich zu unseren Wettbewerbern.

[Folie: Rechtsstreit TomorrowNow (TN)]

Wie Sie wissen, hat Oracle im März 2007 Klage gegen die SAP AG, SAP America und deren Tochtergesellschaft TomorrowNow eingereicht. Trotz aller Bemühungen, den Fall vorher beizulegen, ging er im November 2010 vor Gericht. Die Jury sprach Oracle Schadenersatz von 1,3 Milliarden US-Dollar zu.

Wie bereits vor Gericht erwähnt, bedauern wir das Geschäftsgebaren von TomorrowNow. Wir haben das Unternehmen geschlossen, die Verantwortung akzeptiert und sind bereit, Oracle angemessen zu entschädigen. Wir sind jedoch der Ansicht, dass der Schadenersatz verhältnismäßig sein, den Tatsachen entsprechen und sich an Recht und Gesetz orientieren sollte.

Deshalb hat SAP Post Trial Motions eingelegt. Nach Ansicht von SAP sollte die auf der Theorie einer hypothetischen Lizenz beruhende Entscheidung der Jury aufgehoben und der Schaden auf der Grundlage des entgangenen Gewinns und des unrechtmäßigen Verletzergewinns in einer Größenordnung zwischen 28 Millionen und 408 Millionen US-Dollar neu festgestellt werden. Dies entspricht den Berechnungen der Sachverständigen beider Seiten. Das Gericht hat für den 13. Juli eine Anhörung zu den Anträgen beider Parteien anberaumt.

Nach den IFRS-Vorschriften mussten wir für den TomorrowNow-Rechtsstreit eine Rückstellung in Höhe von 981 Millionen Euro bilden. Nach Berücksichtigung der Finanzierungsaufwendungen und des steuerlichen Abzugs ergibt sich ein Nettoeffekt in Höhe von 616 Millionen Euro.

Dennoch konnten wir unseren IFRS-Gewinn nach Steuern für 2010 um 4 % auf über 1,8 Milliarden Euro steigern. Gleichzeitig entwickelte sich unser Aktienkurs äußerst erfreulich. Angesichts dieser guten Ergebnisse und unserer hohen Liquidität wird sich der TomorrowNow-Rechtsstreit nicht auf die Dividende auswirken. Ganz im Gegenteil: Wir empfehlen, die Ausschüttung um 20 % auf 60 Cent zu erhöhen. Sie werden im späteren Verlauf der Hauptversammlung die Möglichkeit haben, hierüber abzustimmen.

Der Vorstand ist sich im Klaren darüber, dass unsere Aktionäre einen erhöhten Informationsbedarf in Bezug auf diesen Fall haben – insbesondere angesichts der Jury-Entscheidung.

Den Antrag der Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz (DSW) auf Vertagung der Entlastung des Vorstands und des Aufsichtsrats – Punkt 3 und 4 der heutigen Tagesordnung – verstehen wir als Ausdruck dieses Informationsbedarfs.

Von Beginn des Rechtsstreits an hat der Vorstand eine führende Anwaltskanzlei in den USA mit der umfassenden rechtlichen Vertretung von SAP betraut. Der Mandatierung der Kanzlei ging ein sorgfältig vorbereiteter Auswahlprozess voraus. Unsere Anwälte führten den Rechtsstreit – in regelmäßiger und enger Abstimmung mit dem Vorstand. Dies gilt auch für das Zugeständnis, durch das SAP die rechtliche Verantwortung für das Handeln von TomorrowNow übernommen hat. Der Vorstand ist sich bewusst, dass dies zumindest bei einigen unserer Aktionäre für Verwirrung gesorgt haben mag. Wir haben uns für diesen Weg entschieden, um den Rechtsstreit auf die Schadensfrage zu beschränken, wovon wir uns einen niedrigeren Schadenersatz erhofften. Obgleich wir in einigen Aspekten das Risiko begrenzen konnten, wurden wir durch einen im Ergebnis nur schwer nachvollziehbaren Jury-Spruch enttäuscht.

Einige von Ihnen mögen sich vielleicht auch gefragt haben, warum unsere ursprüngliche Rückstellung unter dem Urteilsspruch lag. Einer der Hauptgründe liegt in den Besonderheiten des Verfahrensrechts in den USA. Wie die meisten von Ihnen wissen, wurde das Urteil in den USA von einer Jury gefällt, die aus Laien bestand. Ein Jury-Urteil vorherzusagen ist immer schwierig – selbst für Fachleute. In unserem Fall war dies umso schwieriger, als die Jury den Schadenersatz auf der Basis einer Lizenz festsetzen durfte. Dies hatte es in einem Fall wie dem unseren bisher noch nie gegeben. Dieser Aspekt wurde – ebenso wie die vielen Ungereimtheiten in der Schadenersatzforderung von Oracle, die wir in unserem Antrag dargelegt haben – in den Medien vielfach nicht wiedergegeben. Vor diesem Hintergrund und bis zu dem überraschenden Urteilsspruch der Jury hielt der Vorstand – in Abstimmung mit den Wirtschaftsprüfern der SAP – unsere moderaten Rückstellungen damals für gerechtfertigt – und tut das rückblickend immer noch.

Angesichts dieses schwebenden Verfahrens und vor dem Hintergrund der bevorstehenden Entscheidung des Gerichts über unseren anhängigen Antrag können wir den Rechtsstreit zu diesem Zeitpunkt nicht weiter kommentieren.

[Folie: Mehr erreichen]

Lassen Sie mich zum Abschluss einen kurzen Ausblick geben. Die Dynamik der SAP setzt sich auch dieses Jahr fort. Wir sind auf dem besten Weg, auch 2011 zweistelliges Wachstum zu erzielen. Und wir sind davon überzeugt, dass wir unseren Kunden einzigartigen Mehrwert bieten. Deshalb sind wir wieder auf Wachstumskurs. Das ist unser Versprechen an Sie – unsere Aktionäre, unsere Kunden und Partner und unsere Mitarbeiter.

Wir sind auf dem besten Wege, unser Ziel zu erreichen, nämlich die Abläufe in der weltweiten Wirtschaft zu verbessern und jeden Kunden zu einem „Best-Run Business“ zu machen. Jim wird Ihnen nun berichten, wie wir 2011 mit unseren bahnbrechenden Innovationen weiteres Wachstum erzielen werden.

Vielen Dank.