



26. Ordentliche Hauptversammlung – 4. Juni 2013

Co-CEO Rede – Bill McDermott

SPERRFRIST BIS 11.00 Uhr 4. Juni 2013 * *Es gilt das gesprochene Wort***

Guten Morgen.

Herzlich willkommen bei der SAP-Hauptversammlung 2013 in Mannheim. Ich freue mich, heute wieder hier bei Ihnen zu sein und über das Jahr 2012 zu sprechen. Ich danke Ihnen für Ihre Zeit und Ihr Interesse.

Vorausschickend kann ich sagen, dass die SAP gut aufgestellt ist, ständig nach vorne schaut und bereit ist, die Chancen der Zukunft zu ergreifen.

Ich glaube, dass Vorstände ihrem Unternehmen eine klare Vision und eine erfolgreiche Strategie schulden. 2010 definierten wir eine neue Strategie für die SAP. Wir orientierten uns daran, wohin sich die Welt entwickelte und wohin sich auch unsere Kunden entwickeln mussten. Unser Ziel war es, die Abläufe von Unternehmen weltweit und das Leben von Menschen zu verbessern. Und wir wollten jeden Kunden zu einem leistungsfähigen und effizienten Unternehmen machen – einem Best-run Business.

Heute repräsentieren SAP-Kunden 80 % der Fortune-Global-500-Unternehmen und 98 % der wertvollsten Marken weltweit. Da fragt man sich nur – was ist mit den anderen 2 % passiert?

(Folie: Durch die Produktstrategie der SAP können wir den adressierbaren Markt verdoppeln)

Wir stellten uns auch uns ein paar unbequeme Fragen über die SAP: Sind wir relevant in dieser neuen weltweiten Business-to-Business-to-Consumer-Wirtschaft, in der sich die Kette vom Hersteller bis zum Endverbraucher schließt? Sind wir wichtig? Wenn wir nicht mehr da wären, würde das genügend Leute kümmern? Die Antworten halfen uns, die Trends zu identifizieren, die das außergewöhnliche Wachstum der SAP in den letzten dreieinhalb Jahren geprägt haben.

Wir sahen, dass die Schwellenländer eine neue Generation junger Verbraucher hervorbrachten. Die Macht dieser Verbraucher ist größer als jemals zuvor in der Geschichte und sie verlangen nach digitalen Produkten und Dienstleistungen wie niemals zuvor. Unternehmen müssen ständig Innovationen schaffen, um die Anforderungen dieser Verbraucher des neuen Jahrtausends zu erfüllen.

Um uns im neuen Wirtschaftsumfeld zu behaupten, mussten wir in einem viel größeren, sehr wettbewerbsintensiven Markt mithalten.

Wir waren bereits Marktführer im Anwendungsmarkt mit einem Volumen von 110 Milliarden US-Dollar. Daher entwickelten wir eine Innovationsstrategie, in deren Mittelpunkt mobile Lösungen, In-Memory-Technologie und die Cloud stehen. Mit diesen Innovationen werden wir unseren erreichbaren Markt bis 2015 auf 230 Mrd. US-Dollar verdoppeln, und bis 2020 wird sich dieser Markt auf fast 350 Mrd. US-Dollar verdreifachen.

(Folie: Neue Generation von Konsumenten prägt den Markt)

Diese neue Generation junger Konsumenten ist die erste, die mit dem Mobilgerät aufgewachsen ist. Die Zukunft der Informationstechnologie ist mobil – mit über 50 Milliarden mobilen Endgeräten weltweit. Daher haben wir eine branchenführende Plattform für mobile Anwendungen und mobile Sicherheit entwickelt. Durch die Übernahme von Sybase sind wir zum Marktführer für mobile Anwendungen geworden. 2012 erzielten wir 222 Mio. € Umsatz mit mobilen Lösungen – eine Steigerung von 70 % gegenüber dem Vorjahr.

Durch all diese Geräte verdoppelt sich das weltweite Datenvolumen alle 18 Monate. Während alle Welt von „Big Data“ redete, erkannten wir, dass 99 % dieser Daten „Dark Data“ waren, also Daten, die im Verborgenen liegen. Diese Daten waren für unsere Kunden absolut nutzlos und hatten keinen geschäftlichen Wert. Daher haben wir unter der visionären Führung von Hasso Plattner, Vishal Sikka und ihren brillanten Software-Ingenieuren SAP HANA entwickelt. Entscheider müssen dank HANA nie wieder tagelang warten, um Einblick in die Unternehmensleistung zu erhalten. Heute liefert HANA präzise Informationen in Sekundenschnelle.

Stellen Sie sich die zahllosen Einsatzmöglichkeiten für diese bahnbrechende Innovation vor – für Geschäftsanalysen, im Gesundheitswesen, in der öffentlichen Sicherheit und im Bildungssektor, um nur einige zu nennen. Ich kann Ihnen heute berichten, dass sich kein anderes Unternehmenssoftware-Produkt jemals so schnell verkauft hat wie SAP HANA. Die SAP brauchte 18 Jahre, um 400 Mio. € Umsatz zu erzielen. HANA schaffte das in nur 18 Monaten – mit 392 Mio. € Umsatz 2012. Das ist eine Steigerung von 142 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. HANA steht nicht nur für die geistige Erneuerung der SAP. Es ist die Plattform, auf der alle zukünftigen Produkte basieren werden, und es wird ganze Wertschöpfungsketten neu definieren.

Mit dem Einzug der Echtzeit in die Verbraucherwelt wurde uns klar, dass auch bei SAP-Kunden der Bedarf entstehen würde, unsere Software einfacher nutzen zu können. Die Cloud entwickelte sich zur neuen IT. Führungskräfte in der Personalwirtschaft, im Vertrieb oder in der Beschaffung verlangten nach leicht bedienbaren Lösungen in der öffentlichen Cloud.

Daher unternahmen wir mutige Schritte und kauften in kurzer Folge zwei weltweit führende Cloud-Unternehmen. Mit SuccessFactors und Ariba sind wir jetzt das wichtigste Cloud-Unternehmen in der Unternehmenssoftware-Branche mit über 29 Millionen Anwendern. Uns gehört nun das Handelsnetzwerk in der Cloud mit einem Transaktionsvolumen von fast einer halben Billion und viel Platz nach oben bei einer Marktchance von 8 Billionen.

Der Erfolg gibt uns Recht: Unsere beiden Cloud-Segmente sind vierstellig gewachsen und erzielten 2012 zusammen einen Umsatz von 456 Mio. €. Wir sind auf gutem Wege, bis zum Jahr 2015 2 Mrd. € Umsatz im Cloud-Geschäft zu erreichen. Das ist ein imposantes Wachstum von 1280 %. Ich möchte Ihnen unsere Cloud-Story aus Kundensicht vorstellen. Freuen Sie sich auf diese kurze Video-Präsentation über die Hilti AG.

[VIDEO: Hilti und die Cloud]

Letzten Monat haben wir einen entscheidenden Schritt getan, um mit unserer Cloud-Strategie völlig neue Maßstäbe zu setzen. CEOs suchten nach einer Private-Cloud-Umgebung, in der sie ihre wichtigsten Geschäftsabläufe betreiben können. Sie wollten Sicherheit, Zuverlässigkeit und

einen schnellen Zugang zu Innovationen. Daher kündigten wir die SAP HANA Enterprise Cloud an, um Unternehmen genau diese Lösung zu bieten.

Ob Public Cloud, Private Cloud oder On Premise – es geht stets darum, dass der Kunde die Wahl hat. Denn der Kunde – und nur der Kunde – entscheidet über unseren Erfolg oder Misserfolg.

(Slide: 2012 – SAP setzt zweistelliges Wachstum fort)

Nun möchte ich Ihnen die Geschäftsergebnisse erläutern, die wir mit dieser Innovationsstrategie 2012 erzielt haben. Bitte beachten Sie, dass alle Zahlen Non-IFRS-Zahlen und Wachstumsraten währungsbereinigte Non-IFRS Zahlen sind, falls nicht explizit anders gesagt.

Wie ich eingangs erwähnte, war 2012 das beste Jahr in der Firmengeschichte, mit einem Anstieg der Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (SSRS) um 13 %. Insgesamt erzielten wir 13,2 Mrd. € Software- und softwarebezogene Serviceerlöse. Damit wuchs der Umsatz vier Mal schneller als der Markt – basierend auf den Prognosen, die der Marktforscher Gartner für die Branche erstellt hat.

Seit 2012 fassen wir unsere Software- und Cloud-Erlöse zusammen. Die Erlöse aus Software und Cloud-Subskriptionen erreichten die Marke von 5 Mrd. €. Die traditionellen Softwarelizenzerlöse aus unserem On-Premise-Geschäft zusammen mit unseren Cloud-Erlösen stiegen 2012 um 17 %. Wir wachsen doppelt so schnell wie unser Hauptwettbewerber.

Der Gesamtumsatz stieg um 10 % auf 16,3 Mrd. €. Unsere Innovationen sind weiterhin ein wichtiger Wachstumsmotor. So erzielten wir 392 Mio. € Softwareerlöse mit SAP HANA und damit ein dreistelliges Wachstum, das die Erwartungen übertraf.

Das Betriebsergebnis, gemäß Non-IFRS Ausweis, ist fast doppelt so schnell gewachsen wie das unseres wichtigsten Wettbewerbers. Wir haben ein Betriebsergebnis von 5,2 Mrd. € erzielt.

Die operative Marge betrug 32 %. Allein die Akquisitionen von SuccessFactors und Ariba beeinflussten die Marge negativ um 1,0 Prozentpunkte. Darüber hinaus haben wir über 1.800 Stellen im Vertrieb geschaffen, um sicherzustellen, dass wir auch künftig Wachstumschancen nutzen können.

(Folie: Starkes Wachstum in alle Regionen)

Wir erzielten in allen Regionen und Branchen starke und konsistente Ergebnisse. Wir gewinnen Marktanteile und wachsen schneller als unsere Wettbewerber.

Die Region Amerika verzeichnete mit Erlösen aus Software und Cloud-Subskriptionen von fast 2 Mrd. € ein Wachstum von 24 %. Dies ist eine beeindruckende Zahl angesichts der laufenden Haushaltsdebatte in den USA. Wir wachsen in Amerika fast zweimal so schnell wie unser nächster Wettbewerber.

Die Region EMEA verbuchte ein solides Gesamtergebnis, vor allem vor dem Hintergrund der Euro-Schuldenkrise im Jahr 2012. Unsere Erlöse aus Software und Cloud-Subskriptionen in EMEA wuchsen im Gesamtjahr währungsbereinigt um 12 %. Das ist besonders wichtig, wenn wir unser Ergebnis mit dem nächsten Wettbewerber vergleichen, der in EMEA gegenüber dem Vorjahr ein Minus von 2 % erzielte.

Die Region APJ hatte 2012 ein Rekordjahr und konnte im Vergleich zum Vorjahr währungsbereinigt um 20 % wachsen. Wir wachsen hier zweieinhalb Mal so schnell wie unser nächster Wettbewerber. Das starke Wachstum in APJ wurde von Japan und der schnellen Einführung von Innovationen wie Cloud-Lösungen und SAP HANA geprägt.

Wir halten an aufstrebenden Märkten fest. Wir verstärken unsere Präsenz nicht nur in den BRIC-Staaten, sondern konzentrieren uns auch auf die Türkei, Mexiko, den Nahen Osten und Afrika. China ist weiterhin ein ausgezeichnetes Beispiel für unser Engagement für die großen Märkte rund um den Globus. Mit einem Team von über 4.100 Mitarbeitern in China und einem wachsenden Partnernetz „schaffen wir nun Innovationen in China, für China“.

(Slide: Mit unserem Partnernetzwerk erreichen wir mehr Kunden)

Unsere Partner sind aber auch ein wichtiger Absatzkanal, den wir in den letzten drei Jahren ausgebaut haben. Angefangen mit 8 % im Jahr 2010 planen wir, bis 2015 40 % unserer Softwareerlöse über den indirekten Vertrieb zu erzielen. Ende 2012 erwirtschafteten wir 34 % unseres gesamten Umsatzes über den indirekten Vertrieb und wir sind auf dem besten Wege, unser Ziel von 40 % zu erreichen.

Wir unterstützen auch neue Partnerkategorien und die nächste Unternehmergegeneration – über 450 Start-up-Unternehmen entwickeln heute Innovationen auf Basis von SAP HANA.

(Slide: Branchenstärke)

Ein weiterer Grundstein unseres Erfolgs ist unser Fokus auf 25 verschiedene Branchen. Wir verzeichnen ein durchgängig starkes Wachstum in Branchen wie Fertigung, Finanzdienstleistungen, Groß- und Einzelhandel sowie Gesundheitswesen.

Durch unsere Innovationen und die ergänzende Akquisition von Ticket-Web konnten wir unser Angebot auf die 25. Branche ausweiten: die Sport- und Unterhaltungsindustrie. Unser Lösungsportfolio für den Sport bereichert Veranstaltungen wie Autorennen oder die Kieler Woche. Aber auch der Deutsche Fußball-Bund – und ich weiß, viele von Ihnen sind Fußballfans – wird SAP-Lösungen und Services für fast alle seine Geschäftsprozesse einsetzen.

(Folie: SAP-Aktienkurs entwickelte sich besser als die wichtigsten Indices)

Der Erfolg unserer Strategie und ihrer Umsetzung blieb den Kapitalmärkten nicht verborgen. Die SAP-Aktie stieg im Jahr 2012 um 48,6 % und hat sich damit deutlich stärker gezeigt als die wichtigsten Leit- und Branchenindizes.

Dies ist der fünfthöchste Anstieg 2012 unter den DAX-Unternehmen. Dank des Vertrauens unserer Aktionäre in die SAP eroberten wir im Juli 2012 die Position als wertvollster Konzern im DAX.

Aktuell beträgt unsere Marktkapitalisierung 72 Mrd. €.

(Folie: Wir sind mit unserer Strategie auf dem richtigen Weg)

Und ich spreche für meine Kollegen im Vorstand und für alle Mitarbeiter, wenn ich Ihnen sage, dass wir stolz darauf sind, ein wirklich globales Softwareunternehmen zu sein.

Heute zählen wir zu den 20 besten Marken weltweit und sind die wertvollste Marke in Kontinentaleuropa.

Unsere Innovationsstrategie basiert auf den am schnellsten wachsenden Kategorien: Mobile Lösungen, In-Memory Computing und Cloud.

Wir sind heute führend bei Anwendungen, Analytik und mobilen Lösungen. Wir sind das wachstumsstärkste Datenbankunternehmen auf der Welt und sehr erfolgreich im Cloud Computing.

Unsere 65.000 Mitarbeiter sind motivierter als jemals zuvor, die neuen Chancen wahrzunehmen. Sie glauben fest an die Zukunft von SAP.

Glassdoor.com, eine bekannte Karriere- und Arbeitsplatzcommunity, hat gemessen, wie optimistisch Mitarbeiter die Zukunft des Unternehmens einschätzen. SAP-Mitarbeiter liegen dabei an vierthöchster Position.

Unser globales Partnernetzwerk ist ebenfalls enthusiastisch und wächst weiter. Wir haben inzwischen mehr als 12.000 Partner und über 370.000 Berater, die für SAP-Software geschult wurden. Dies ist ein Zuwachs von 14 % gegenüber dem Vorjahr. Daneben möchten wir die Zahl von 1 Mio. Entwicklern erreichen, die bahnbrechende Lösungen für unsere Kunden entwickeln.

Insgesamt haben wir das größte Vertrauen in unsere Strategie und sind gut aufgestellt, um unsere Ziele für 2015 zu erreichen. Gleichzeitig sind wir begierig darauf, unseren Kunden einen Mehrwert zu bieten. Doch wir bleiben bescheiden und lassen uns davon leiten, was der Endanwender braucht. Hasso Plattner sagte einmal: „Jede Innovation beginnt mit dem Endanwender.“

Wir sind entschlossen, den größtmöglichen Benutzerkomfort weltweit zu bieten.

Zusammenfassend möchte ich einfach sagen: Die SAP ist auf Erfolgskurs. Mit unserer Strategie gehen wir volle Fahrt voraus. Noch nie sind wir mit so viel Begeisterung zu neuen Horizonten aufgebrochen. Wir sind dankbar für diese Chance und fest entschlossen, den Herausforderungen von morgen zu begegnen. Meine Damen und Herren: Es läuft hervorragend für uns, und das ist erst der Anfang.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und Unterstützung. Ich freue mich nun, das Wort an Vorstandssprecher Jim Snabe zu übergeben.

###