



Ordentliche Hauptversammlung – 20. Mai 2015

Rede des Vorstandssprechers Bill McDermott

SPERRFRIST BIS 11.00 Uhr, 20. Mai 2015

Es gilt das gesprochene Wort

Guten Morgen, meine Damen und Herren. Willkommen in der SAP Arena.

Vielen Dank, dass Sie heute zu uns gekommen sind.

Heute möchte ich zunächst Klaus Tschira gedenken, der im März unerwartet verstorben ist. Als einer unserer SAP-Gründer hat er die Welt verändert.

Diejenigen, die das Privileg hatten, mit Klaus Tschira zu arbeiten, werden ihn als Mensch voller Neugier, Optimismus und Bescheidenheit in Erinnerung behalten. Ohne den Beitrag von Klaus wäre die SAP nicht das Unternehmen, das es heute ist.

Klaus Tschira wird auch als einer der großen deutschen Mäzene in Erinnerung bleiben. Seine Stiftungen brachten zahlreichen jungen Menschen die wunderbare Welt der Naturwissenschaften näher.

Im Namen des gesamten Vorstands und aller SAP-Mitarbeiter möchte ich seiner Familie und seinen Freunden unser tief empfundenes Mitgefühl aussprechen.

Ich kann mir kaum einen besseren Weg vorstellen, die Gründer unseres Unternehmens zu ehren, als auf ihrem Vermächtnis aufzubauen und die SAP zu einem noch stärkeren Unternehmen zu machen – für unsere Kunden, Aktionäre und Mitarbeiter.

2014 haben wir unsere Strategie intensiv vorangetrieben, die darauf abzielt, Kunden beim Abbau von Komplexität zu unterstützen und ihr Geschäft einfacher zu gestalten – „Run Simple“. Ich freue mich, Ihnen heute die Geschäftszahlen des Jahres 2014 sowie unsere ehrgeizigen Pläne für 2015 und darüber hinaus vorzustellen.

Unser Erfolg im Jahr 2014 wäre ohne die Unterstützung unserer 74.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nicht möglich gewesen. Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, lassen Sie uns gemeinsam unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre harte Arbeit und ihren großen Einsatz danke.

Sehr geehrter Aufsichtsratsvorsitzender, sehr geehrte Aufsichtsratsmitglieder, ich danke Ihnen für die Unterstützung und das Vertrauen, das Sie uns entgegenbringen.

Zunächst möchte ich auch Steve Singh und Michael Kleinemeier begrüßen, die 2014 in unser Global Managing Board berufen wurden.

Steve Singh ist Vorstandsvorsitzender von Concur und leitet unseren Bereich Geschäftsnetzwerke, zu dem Ariba, Concur und Fieldglass gehören. Unter seiner Leitung expandierte Concur zum führenden Anbieter im milliardenschweren Markt für Reise- und Reisekostenmanagement. Er verfügt über umfassende Erfahrung im Aufbau und Betrieb eines Geschäftsnetzwerks, die uns sehr zugute kommen wird, wenn wir diesen wichtigen Bereich unseres Portfolios weiter ausbauen.

Für Michael Kleinemeier ist die Berufung in das Global Managing Board der nächste Schritt in einer bemerkenswerten SAP-Karriere. Zuletzt leitete er sehr erfolgreich unsere Region Mittel- und Osteuropa. Seit vielen Jahren genießt er bei unseren Kunden und Partnern sehr hohes Vertrauen. Er übernimmt weltweit die Verantwortung für den Bereich SAP Service and Support, um sicherzustellen, dass unsere Angebote die sich ändernden Anforderungen unserer Kunden erfüllen.

Lassen Sie uns gemeinsam beide willkommen heißen.

DIGITALE WIRTSCHAFT

Meine Damen und Herren, heute vor fünf Jahren haben wir begonnen, die SAP zu erneuern. Viele von Ihnen werden sich daran erinnern. Die SAP war damals bereits Marktführer für Unternehmensanwendungen und Analyselösungen. Uns ging es gut, wir sind aber nicht wie selbstverständlich davon ausgegangen, dass dies so bleiben würde. Stattdessen entwarfen wir eine mutige Wachstums- und Innovationsstrategie. Hinter dieser Strategie steht die Vision, die Abläufe der weltweiten Wirtschaft und das Leben von Menschen zu verbessern.

Wir haben ganz klar den richtigen Weg eingeschlagen.

Wie wir vorhergesagt haben, wandelt sich die Welt um uns herum schneller als je zuvor.

Heute stellen wir alle fest, dass Technologien wie das Internet und Handys unser Leben verändert haben. Wir können sofort mit Familienmitgliedern und Freunden weltweit in Verbindung treten. Wir können mit allen Geräten einkaufen, unsere Bankgeschäfte erledigen oder Reisen buchen. Schätzungen zufolge wird es bis 2020 über 60 Milliarden Mobilgeräte weltweit geben. Dieser Wandel hat ein ungeahntes Ausmaß.

Die Technologie hat unsere Erwartungshaltung als Verbraucher von Grund auf verändert. Ob wir einen Baukredit beantragen, eine Schadensmeldung für die Versicherung ausfüllen, unsere Stromrechnung prüfen oder ein neues Auto kaufen: Wir erwarten, dass die Services anwenderfreundlich, personalisiert und überall verfügbar sind. Mit anderen Worten – der Verbraucher bestimmt und das ändert alles grundlegend.

Auch unsere Erwartungshaltung am Arbeitsplatz hat sich verändert. Wir erwarten, dass die Technologie, die wir bei der Arbeit nutzen, genauso einfach und anwenderfreundlich ist wie im Privatbereich. Wir möchten sofort auf Daten zugreifen können, und wir wollen unnötig komplizierte Anwendungen und Prozesse nicht mehr länger hinnehmen.

Was bedeutet das für Unternehmen?

Unternehmen in allen Branchen liefern sich einen Wettbewerb, um die sich ändernden Erwartungen ihrer Verbraucher und ihrer Mitarbeiter zu erfüllen. Wer nicht schnell genug ist,

riskiert, von Wettbewerbern verdrängt zu werden. Denn in jeder Branche greifen innovative Unternehmen zu Technologien, um völlig neue Produkte und Services zu gestalten.

Im Mittelpunkt dieses Wandels stehen Daten. In der digitalen Wirtschaft von heute verknüpfen Technologien wie Cloud Computing und Mobillösungen Menschen, Unternehmen und Dinge auf eine ganz neue Art und Weise. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen sich alle Unternehmen in allen Branchen zu datengestützten Unternehmen entwickeln. Die SAP ist bestens aufgestellt, um sie durch diesen Veränderungsprozess zu begleiten.

Wir haben diese Trends frühzeitig erkannt und entsprechende Maßnahmen ergriffen, um unser Portfolio durch unsere eigenen Innovationen und die anderer Anbieter weiterzuentwickeln. Heute verfügen wir über alle nötigen Elemente, um unsere Kunden bei ihrem Wandel und Wachstum zu unterstützen.

SAP TREIBT INNOVATION FÜR MEHR WACHSTUM

Wir haben unseren Innovationsschwerpunkt konsequent auf drei Bereiche gelegt: unsere Plattform, unsere Anwendungen und unsere Geschäftsnetzwerke. Lassen Sie mich kurz auf die einzelnen Bereiche eingehen – zunächst auf die Plattform.

PLATTFORM

Ein Unternehmen ist dann datenorientiert, wenn es eine moderne digitale Datenplattform einsetzt.

Noch vor fünf Jahren hat niemand davon gesprochen, dass eine digitale Datenplattform ein entscheidender Wettbewerbsfaktor für das 21. Jahrhundert ist – außer einem: Hasso Plattner. Mit Hassos Vision und dem Talent unserer engagierten Softwareentwickler wurde SAP HANA mehr als nur eine bahnbrechende Technologieplattform. Es ist eine ganz neue Art, Geschäfte zu führen – vom Einzelhandel über den Sport bis zum Gesundheitswesen und noch darüber hinaus.

Was ist nun aber so revolutionär an SAP HANA?

Lassen Sie mich dies anhand eines einfachen Vergleichs mit einem Schreibtisch darlegen.

Wenn wir an einem Schreibtisch arbeiten, legen wir alle Informationen, die wir sofort benötigen, auf die Arbeitsfläche des Schreibtisches. Alles andere bringen wir in Aktenschränken in der Nähe des Tisches unter.

Konventionelle Computersysteme arbeiten in vieler Hinsicht genauso. Die Informationen, die für die Anwendungen am wichtigsten sind, werden „in Memory“, also „auf der Arbeitsfläche des Schreibtisches“ gespeichert. Alle anderen Daten werden in Datenbanken auf „Festplatten“, also in „Aktenschränken“ abgelegt.

So, wie es Zeit kostet, etwas aus einem Aktenschrank zu holen, braucht es auch Zeit, Daten von der Festplatte in der Datenbank dorthin zu übertragen, wo sie von der Anwendung gebraucht werden. Tatsächlich wurde ein Großteil der Programmierung in traditionellen SAP-Anwendungen nur dafür geschrieben, dies zu steuern.

Erschwerend kommt noch hinzu, dass man in konventionellen Systemen zunächst Daten in ein anderes System replizieren muss, wenn man daraus Berichte erstellen möchte. Das ist fast so, als müsste man alle seine Aktenordner kopieren und in einen zweiten Aktenschrank stellen.

Lassen Sie uns das auf SAP HANA übertragen.

Bei SAP HANA werden alle Daten „in Memory“, also direkt auf dem Schreibtisch abgelegt. Aktenschränke sind nicht mehr notwendig. Alle Daten sind sofort verfügbar – ohne zeitliche Verzögerung. Analysen lassen sich mit den Live-Daten in Echtzeit erstellen. Die Daten müssen nicht mehrere Male repliziert und abgelegt werden.

Zudem speichert SAP HANA die Daten viel effizienter. Deshalb wird viel weniger Speicherplatz benötigt. Einige Kunden konnten das Datenvolumen um den Faktor 10 reduzieren und damit auch Komplexität und Kosten deutlich abbauen.

Man kann also an diesem Vergleich leicht erkennen, wie revolutionär SAP HANA ist und warum konventionelle Systeme nicht mithalten können.

Warum ist Geschwindigkeit so wichtig? Als Beispiel nehmen wir mal Ihren Supermarkt, der Treuerabatte vergibt. Auf herkömmlichem Weg kann er Ihnen die Treuecoupons nur per Mail schicken oder an der Kasse geben. Die Coupons können Sie dann bei Ihrem nächsten Einkauf einlösen.

Heute dagegen wollen Einzelhändler Ihre ganze Einkaufshistorie auswerten können und Ihnen einen personalisierten Rabatt auf Ihren aktuellen Einkauf geben – während Sie noch an der Kasse stehen. In einer Welt, in der Verbraucher eine größere Auswahl und höhere Erwartungen haben, sind solche Mittel nötig, um sie an Unternehmen zu binden.

Heute haben wir über 6.400 SAP-HANA-Kunden und rund 2.000 Start-up-Unternehmen, die Anwendungen auf Basis von SAP HANA entwickeln. Der Erfolg von SAP HANA nimmt weiter zu, da immer mehr Kunden erkennen, dass SAP HANA entscheidend für ein datengestütztes Unternehmen ist.

ANWENDUNGEN – SAP S/4HANA

Aber es geht um mehr als nur die SAP-HANA-Plattform. Denn um datenorientiert zu arbeiten, müssen Kunden auch ihre Abläufe digitalisieren – und dafür ist eine völlig neue Art von Anwendungen notwendig.

Im Februar dieses Jahres haben wir S/4HANA auf den Markt gebracht. Wir bezeichneten S/4HANA als „wichtigste“ Produktankündigung in der Geschichte der SAP. Lassen Sie mich Ihnen erklären, warum das so ist.

Mit SAP HANA können wir unsere Kernanwendungen komplett neu überdenken und eine neue Business Suite für das 21. Jahrhundert schaffen. Also einfacher ausgedrückt: Wir realisieren damit wieder umfassende Innovationen in unserem so wichtigen Kerngeschäft.

Was ist nun aber das Neue an S/4HANA?

Erstens haben wir den ganzen Programmcode entfernt, der damals geschrieben wurde, um die Einschränkungen der Vergangenheit zu überwinden. Über diese Einschränkungen habe ich bereits gesprochen. Nun lassen sich die Anwendungen viel einfacher einführen und warten.

Zweitens haben die Anwendungen neue und sehr nützliche Funktionen, die nur mit SAP HANA möglich sind. Wenn alle Daten in Echtzeit zur Verfügung stehen, kann man komplexe Planungen, Prognosen und Simulationen durchführen – direkt in der Anwendung. Dadurch werden die Anwendungen viel intelligenter.

Hierzu möchte ich Ihnen ein Beispiel geben.

Es wird geschätzt, dass der Lebensmitteleinzelhandel jedes Jahr Milliarden von Euro verliert, nur weil es nicht gelingt, die Ware noch frisch in die entsprechenden Läden zu liefern. Vor kurzem haben wir in einer Demo gezeigt, wie S/4HANA dieses Haltbarkeitsproblem lösen kann: S/4HANA simuliert mit Echtzeitdaten aus dem Finanzwesen und der Logistik automatisch die beste Lösung. Anschließend stößt S/4HANA den Prozess an, dass die Ware schnell an den passenden Ort geliefert wird, so lange die Ware noch frisch ist. Bisher war das ein manueller Prozess, an dem mehrere Personen beteiligt waren und der Tage dauerte. Heute ist das System intelligent genug, um diese komplexe Analyse eigenständig durchzuführen und an das ausführende System weiterzugeben. Für unsere Kunden ist dies eine richtungsweisende Neuerung.

Zudem haben wir mit SAP Fiori auch eine komplett neue Benutzeroberfläche für S/4HANA konzipiert. Aber SAP Fiori bietet nicht nur eine moderne und neue Benutzeroberfläche. Wir haben auch unnötige Zwischenschritte entfernt, damit die Bedienung jetzt schneller und anwenderfreundlicher ist.

Und als letzten, wichtigsten Schritt haben wir den Umstieg auf S/4HANA leicht gemacht, sodass unsere Kunden jetzt keine komplexe Migration mehr durchlaufen müssen. Die Datenstruktur der wesentlichen Anwendungselemente bleibt gleich. Zusätzlich haben wir auch die SAP HANA Cloud Platform geschaffen, mit der Kunden Anpassungen vornehmen und neue Anwendungen entwickeln können, die an S/4HANA angebunden sind.

Darüber hinaus haben Kunden die Wahl, das System lokal oder in der Cloud zu betreiben – in ihrer eigenen Cloud, der SAP Cloud oder einer Partner-Cloud.

Zusammenfassend lässt sich sagen: S/4HANA ist eine komplette Neuauflage der SAP Business Suite für das 21. Jahrhundert. Wir verzeichnen bereits eine starke Nachfrage in allen Regionen. Allein im ersten Quartal haben sich über 370 Kunden für S/4HANA entschieden – und das nur acht Wochen nach Markteinführung.

Meine Damen und Herren, lassen Sie uns gemeinsam allen SAP-Kunden und -Partnern sowie den SAP-Entwicklungsteams danken, die diese bahnbrechenden Innovationen möglich gemacht haben.

ANWENDUNGEN – CLOUD-ANWENDUNGEN FÜR GESCHÄFTSBEREICHE

Mit SAP HANA und SAP S/4HANA haben wir wichtige eigene Innovationen in unseren Kernanwendungen vorangetrieben und zeigen Kunden, wie sie zu datengestützten Unternehmen werden können.

Aber wir wissen, dass es nicht genügt, nur datenorientiert zu sein. In der digitalen Wirtschaft von heute müssen Unternehmen auch reibungslos agieren können. Sie müssen komplexe Abläufe für den Anwender vereinfachen. Sie müssen die Interaktion mit dem Kunden und die

Arbeitsabläufe ihrer Mitarbeiter digitalisieren, um den sich schnell ändernden Erwartungen, die ich bereits erwähnt habe, gerecht zu werden.

Betrachten wir zuerst die Digitalisierung der Interaktion mit dem Kunden.

Verbraucher erwarten heute einen einfachen und personalisierten Service. Unternehmen müssen in allen Verkaufs- und Servicekanälen einen umfassenden Überblick über den Kunden haben, um ihn überall reibungslos und einheitlich bedienen zu können. Aus diesem Grund haben wir hybris übernommen. Durch die Kombination von hybris und SAP Cloud for Customer bieten wir nun eine komplette Lösung für Kundenbindung und Handel auf der Basis von SAP HANA. Unsere Mitbewerber dagegen konzentrieren sich immer noch auf das herkömmliche Kundenbeziehungsmanagement, das immer schneller zu Standardware wird. Unser Investment zahlt sich aus. So verzeichnete hybris und SAP Cloud for Customer 2014 ein dreistelliges Wachstum.

Nun zur Digitalisierung von Arbeitsabläufen.

Mit SuccessFactors sind wir Marktführer für Personalmanagement in der Cloud. Über 640 Kunden setzen bereits unsere HR-Cloud-Lösung Employee Central ein. Das sind fast doppelt so viele Kunden wie noch vor einem Jahr. Und das ist nur eine Lösung in unserem breiten HR-Portfolio.

Wir haben dieses Portfolio mit der Übernahme von Fieldglass weiter ausgebaut. Mit Hilfe von Fieldglass können Unternehmen ihre Zeitarbeitskräfte einfacher verwalten. Zeitarbeitskräfte zählen heute zu dem am schnellsten wachsenden Mitarbeitersegment, das jährlich um 40 % steigt. Indem wir SuccessFactors und Fieldglass kombinieren, können wir Kunden eine einheitliche Sicht auf ihr gesamtes Personal bieten – und das alles in der Cloud.

Wenn wir von der Digitalisierung von Arbeitsabläufen sprechen, geht es auch darum, die Aufgaben der Mitarbeiter zu vereinfachen.

Im Dezember 2014 übernahm die SAP Concur Technologies, den führenden Anbieter von Reise- und Reisekostenmanagement-Software. Da Concur 84 % seines Umsatzes in den USA erwirtschaftet, haben wir nun die große Chance, das Wachstum des Unternehmens weltweit voranzutreiben. Concur profitiert bereits von der SAP-Marke und dem globalen SAP-Vertrieb.

Reiseplanung und Reisekostenabrechnungen sind für Unternehmen auf der ganzen Welt eine große Herausforderung und stellen für ihre Mitarbeiter ein großes Problem dar.

Lassen Sie uns gemeinsam betrachten, wie Concur ganz neue Möglichkeiten für Geschäftsreisen eröffnet.

GESCHÄFTSNETZWERK

Wir haben gerade gesehen, wie Concur Unternehmen verbindet, die auf Geschäftsreisende ausgerichtet sind, wie zum Beispiel Fluggesellschaften, Hotels oder Mietwagenanbieter. Mit Concur können diese Unternehmen ihren Nutzern ein nahtloses Kundenerlebnis bieten. Dies steigert die Kundentreue und letztlich den Umsatz für alle Partner des Netzwerks.

Das bringt mich zur letzten Säule unserer Innovationsstrategie – den Geschäftsnetzwerken. Um reibungslos agieren zu können, müssen Unternehmen auch vernetzt sein.

Meine Damen und Herren! Wir sind davon überzeugt, dass wir der erste Anbieter von Unternehmenssoftware sind, der die einzigartigen Chancen von Geschäftsnetzwerken erkannt hat und in großem Maße investiert. Dadurch sind wir in der Lage, uns einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil zu sichern.

Warum sind wir von diesen Chancen überzeugt?

Um in der digitalen Wirtschaft konkurrenzfähig zu sein, müssen Unternehmen weit über ihre eigenen Grenzen hinausschauen. Sie können nur wachsen, wenn sie schnell und einfach mit ihren Partnern zusammenarbeiten können. Unternehmen arbeiten zunehmend in Netzwerken zusammen. Sie sind damit in der Lage, Daten sicher unter allen Partnern in der Wertschöpfungskette auszutauschen, ihre Effizienz zu steigern und Dienstleistungen zu erbringen, die bisher gar nicht möglich waren. Die SAP macht diesen Wandel möglich.

Deshalb haben wir in Lösungen investiert, die die wesentlichen Ausgabenkategorien abdecken, die Unternehmen zudem in einem Netzwerk aus Partnern verwalten müssen.

Heute hat die SAP drei Geschäftsnetzwerke, die wir als eine Gruppe führen: das Concur-Netzwerk für das Reisemanagement, das Ariba-Netzwerk für Materialien und das Fieldglass-Netzwerk für die Verwaltung von Zeitarbeitskräften. Wir haben bereits 1,8 Millionen teilnehmende Unternehmen in diesen Netzwerken, die Umsätze von über 750 Mrd. US-Dollar abwickeln. Und wir stehen erst am Anfang.

Lassen Sie mich zusammenfassen: Durch die Investitionen in unsere Plattform, Anwendungen und Netzwerke verfügen wir über alle nötigen Elemente, um unsere Kunden bei diesem Wandel zu einer digitalen Wirtschaft zu begleiten.

In einem kurzen Video möchte ich Ihnen zeigen, wie SAP unserem deutschen Kunden Kärcher Wettbewerbsvorteile bringt.

2014: FINANZIELLE LEISTUNG IM VERGLEICH ZUM AUSBLICK

Lassen Sie mich nun über unsere Ergebnisse im Jahr 2014 sprechen.

Wir sind der Ansicht, dass die gesellschaftliche, ökologische und wirtschaftliche Leistung wichtige Größen sind, um die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens zu messen. Der Integrierte Bericht, den wir für Sie, unsere Aktionäre, veröffentlichen, verdeutlicht, wie wichtig uns eine integrierte Denkweise ist.

2014 erzielten wir solide Ergebnisse bei allen zentralen Kennzahlen unseres Unternehmens – sowohl bei den finanziellen als auch bei den nicht finanziellen Kennzahlen.

Lassen Sie mich Ihnen zuerst unsere Geschäftszahlen erläutern. Wir haben hierbei ein sehr starkes Wachstum in der Cloud und solide Ergebnisse in unserem Kerngeschäft erzielt.

Bitte beachten Sie, dass alle Zahlen Non-IFRS-Zahlen sind und die Wachstumsraten währungsbereinigte Non-IFRS-Zahlen sind.

Heute ist die SAP weltweit der am schnellsten wachsende Cloud-Anbieter mit fast 80 Millionen Nutzern. Wir haben uns ehrgeizige Ziele für Erlöse aus Cloud-Subskriptionen und -Support gesetzt und sie während des Jahres zweimal angehoben. Wir haben unseren Ausblick mit 1,1 Mrd. € übertroffen, das ist ein Wachstum von 45 %.

Wir freuen uns, dass alle Regionen wesentlich dazu beigetragen haben. Die Erlöse aus Cloud-Subskriptionen und -Support sind in der Region Amerika um 39 %, in der Region EMEA um 57 % und in der Region APJ um 60 % gestiegen.

Alle Indikatoren deuten für die Zukunft auf ein starkes Wachstum in der Cloud hin. Der Backlog ist um 82 % von 1,2 Mrd. € auf über 2,3 Mrd. € gestiegen. Dies zeigt zukünftige Erlöse, die noch nicht in Rechnung gestellt wurden und somit auch noch nicht als abgegrenzte oder bereits gebuchte Erlöse erfasst wurden.

Wir haben weiterhin ein stabiles und wachsendes Kerngeschäft aus Softwarelizenzern und entsprechenden Supportverträgen.

Unser Wachstum bei den Softwareerlösen ist im letzten Jahr um 3 % zurückgegangen, vor allem aufgrund der schwächeren aufstrebenden Märkte. Die Umsätze in der Ukraine und in Russland wurden durch die laufende Krise in der Region beeinträchtigt. Der makroökonomische Abschwung in Südamerika beeinflusste die Umsätze in Brasilien. In China gingen die Ausgaben von staatlichen Unternehmen zurück, was in der gesamten IT-Branche Spuren hinterließ.

Unser Supportgeschäft ist durch die hohe Quote an verlängerten Verträgen weiterhin sehr stabil – 2014 betrug diese 97 %.

Mit einem Wachstum von 7 % haben wir unsere Prognose für Software- und softwarebezogene Serviceerlöse erreicht.

Wir sind stolz darauf, dass wir weiterhin ein solides Wachstum in unserem Heimatmarkt Deutschland erzielt haben, wo der Gesamtumsatz um 2 % stieg. Dies zeigt, dass unsere Innovationen das Interesse von bestehenden und neuen Kunden geweckt haben.

Unser Betriebsergebnis haben wir mit 5,64 Mrd. € beziehungsweise 3 % Wachstum gesteigert. Wir haben dies erreicht – trotz eines höheren Anteils von Cloud-Erlösen auf Subskriptionsbasis, trotz Investitionen in die Bereitstellung von Cloud-Lösungen und trotz veränderter Anforderungen an unsere Serviceangebote.

Darüber hinaus haben wir das Ergebnis je Aktie um 4 % gesteigert.

Lassen Sie mich kurz etwas zu Währungseffekten sagen. In der Vergangenheit waren wir durch den starken Euro negativen Währungseinflüssen ausgesetzt. Da sich aber die Wechselkurse seitdem drastisch verändert haben und der Euro erheblich schwächer geworden ist, profitieren wir seit dem dritten Quartal 2014 von positiven Währungseffekten. Dies wirkte sich positiv auf das Gesamtjahr aus und wir gehen davon aus, dass uns auch für 2015 die Währungseinflüsse zugutekommen werden.

Zusammengefasst lässt sich sagen: 2014 war erneut ein sehr erfolgreiches Jahr für SAP. Wir konnten unser Kerngeschäft ausbauen, unser Betriebsergebnis steigern und gleichzeitig das Wachstum in der Cloud beschleunigen. Eine solche Kombination an Erfolgen ist einzigartig in unserer Branche und zeigt, dass unsere Innovations- und Wachstumsstrategie die richtige ist.

CLOUD: ERLÖSMODELLE

Meine Damen und Herren, wir sind mit dem Wachstum unseres Cloud-Geschäfts im Jahr 2014 sehr zufrieden. Da unser Geschäft in der Cloud weiter wächst, wollen wir unser Erlösmodell mit

Cloud-Subskriptionen sowie unsere drei verschiedenen Cloud-Geschäftsmodelle erläutern. Lassen Sie mich kurz über diese wichtigen Punkte sprechen.

Ich möchte mit dem Erlösmodell für Cloud-Subskriptionen beginnen und dieses mit unserem traditionellen Softwarelizenz-Modell vergleichen. In diesem Modell werden jährlich über die Vertragslaufzeit Gebühren in Form von Subskriptionen gezahlt. Wir realisieren anfangs weniger Erlöse, verglichen mit dem traditionellen Softwaremodell, bei dem Lizenzen mit einem Einmalbetrag gezahlt werden. Wenn wir jedoch die Ergebnisse über einen längeren Zeitraum betrachten, hat das Cloud-Modell Vorteile. Die Erlöse sind besser vorhersehbar, da wir vorab wissen, welchen Betrag die Kunden uns jährlich zahlen. Damit können wir genauer planen. Außerdem können Cloud-Verträge im Zeitablauf profitabler werden. Wenn Sie die Vertragsabschlüsse in diesem Beispiel miteinander vergleichen, sehen Sie, dass wir nach vier Jahren insgesamt den gleichen Umsatz realisieren und nach fünf Jahren den gleichen Gewinn erzielen.

Nun zum zweiten Thema. Die SAP betreibt drei verschiedene Geschäftsmodelle in der Cloud, die dem Kunden Wahlfreiheit bieten.

Zum Ersten haben wir ein traditionelles Public-Cloud-Geschäft, bei dem ein klassisches Subskriptionsmodell genutzt wird. Dieses ist mit den herkömmlichen Cloud-Anbietern vergleichbar. Wenn sich ein Kunde für eine Lösung entscheidet, ist keine Implementierung in seiner IT-Landschaft erforderlich. Statt einer Lizenz zahlt der Kunde über die Vertragslaufzeit eine feste anteilige Gebühr, die ihm jährlich in Rechnung gestellt wird. Wir sehen für dieses Geschäft das Potenzial, langfristig eine Bruttomarge von mindestens 80 % zu erzielen.

Zweitens haben wir das Modell der Geschäftsnetzwerke. Dieses basiert auf Umsätzen aus Transaktionen, die bei Nutzung der Services in Rechnung gestellt werden. Kunden, die dem Netzwerk beitreten, nutzen dieses gewöhnlich im Laufe der Zeit immer häufiger. Das heißt, je mehr sie es nutzen, desto mehr wird ihnen in Rechnung gestellt. Hier erwarten wir langfristige Bruttomargen, die dem Public-Cloud-Modell ähnlich sind.

Schließlich haben wir unser Private-Cloud-Geschäft, bei dem wir geschäftskritische Anwendungen als „Infrastructure as a Service“ anbieten. Es dauert in der Regel fünf bis sechs Monate, bis ein Kunde den Produktivbetrieb aufnimmt und wir erstmals Erlöse realisieren können. Im Public-Cloud-Modell dagegen ist das nur eine Frage von Wochen. Für den Bau von Rechenzentren sind Anfangsinvestitionen erforderlich. Wenn wir aber den Kundenstamm vergrößern und die Effizienz steigern, sehen wir die Möglichkeit, eine langfristige Bruttomarge von rund 40 % zu erreichen.

Unser Private-Cloud-Geschäft ist von entscheidender Bedeutung, um unsere großen Kunden beim Umstieg in die Cloud zu unterstützen. Auch können wir dadurch SAP HANA und S/4HANA stärker positionieren.

Wir verzeichneten 2014 ein sehr starkes Wachstum bei den Cloud-Erlösen und investierten stark in unser Cloud-Geschäft, was sich auf unsere Bruttomarge in der Cloud auswirkte. Wir richten nun unsere ganze Aufmerksamkeit darauf, jedes dieser Geschäftsmodelle effizienter zu machen. So wollen wir sicherstellen, dass sie langfristig zu einem profitablen Cloud-Geschäft beitragen.

2014: NICHT FINANZIELLE KENNZAHLEN

Kommen wir nun zu den nicht finanziellen Kennzahlen. Auch hier können wir für unsere wichtigsten Geschäftszahlen sehr gute Ergebnisse vermelden. Das Mitarbeiterengagement ist um zwei Prozentpunkte auf 79 % gestiegen. Unsere Mitarbeiter haben uns deutlich signalisiert, dass sie unsere Strategie und unseren Kurs unterstützen. Zudem ist unsere Kundentreue, die anhand des Net Promoter Score gemessen wird, von 12,1 auf 19,1 gestiegen.

In unserem Integrierten Bericht haben wir erläutert, welchen Einfluss die nicht finanziellen Kennzahlen auf unser Betriebsergebnis haben. Dazu zählen Kennzahlen wie Mitarbeiterengagement und unsere CO₂-Emissionen. Zwischen diesen Maßnahmen und unseren Finanzergebnissen besteht ein unmittelbarer Zusammenhang.

Unser integrierter Ansatz hilft uns, unsere Vision zu verwirklichen, nämlich „die Abläufe der weltweiten Wirtschaft und das Leben von Menschen zu verbessern“. Wir nehmen Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung sehr ernst. Wir haben unser Versprechen eingelöst, den Energiebedarf unserer Rechenzentren und Gebäude zu 100 % mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu decken. Außerdem haben wir angekündigt, dass wir bis 2020 etwa 20 % unseres Fuhrparks auf Elektrofahrzeuge umstellen wollen.

Für uns ist es wichtig, die Meinung unserer Mitarbeiter zu hören.

2014 haben wir zahlreiche Programme für unsere Mitarbeiter etabliert. Auf einige von ihnen möchte ich hier ganz besonders eingehen.

Die Weiterentwicklung unserer Führungskräfte haben wir stärker in den Mittelpunkt gerückt. Mit der Einführung der „SAP Leadership Principles“ wurden drei grundlegende Führungsprinzipien definiert: Kundenerfolg sicherstellen, Vereinfachung anstreben und Talente fördern. Beim Vertrauen in die Führungsqualitäten gab es einen erfreulichen Zuwachs. Der Leadership Trust Index stieg um 18,3 Prozentpunkte auf 46,8 %.

Wir streben nach wie vor an, den Anteil von Frauen in Führungspositionen bei der SAP zu erhöhen. Bisher ist dieser Anteil von 18 % im Jahr 2010 auf 22,4 % Ende 2014 gestiegen. Unser Ziel ist es, den Frauenanteil in Führungspositionen bis 2017 auf 25 % zu erhöhen. Im Vergleich zum Vorjahr sind 102 Frauen zu unserer Führungsriege hinzugekommen.

Um weitere Fortschritte zu erzielen, bieten wir weiblichen Mitarbeitern die Möglichkeit, sich von einer Führungskraft coachen zu lassen. Und bei der Besetzung von Führungs- und Schlüsselpositionen achten wir darauf, dass stets mindestens eine Kandidatin in die engere Auswahl kommt.

Letztes Jahr haben wir mit „Autism at Work“ ein ganz besonderes Programm ins Leben gerufen. Wir sind davon überzeugt, dass Menschen mit Autismus – mit ihren besonderen Fähigkeiten – wertvolle Mitarbeiter sein können. Deshalb planen wir mit einem Anteil von Mitarbeitern mit Autismus bis 2020 von rund 1 % unserer Belegschaft.

Ich freue mich sehr, Ihnen hier die Geschichte eines jungen Mannes zeigen zu dürfen, dessen Leben sich durch das Programm ganz entscheidend verändert hat.

Nach wie vor legen wir großen Wert darauf, die besonderen Talente unserer Mitarbeiter zu fördern. Wir sind der festen Überzeugung, dass eine Vielfalt an Kulturen, Lebensstilen, Meinungen und Interessen ein innovationsförderndes Arbeitsumfeld schafft mit zufriedenen Mitarbeitern.

ENTWICKLUNG DER SAP-AKTIE

Wenn wir nun die Kursentwicklung der SAP-Aktie betrachten, so sehen wir, dass sich der Wert seit 2010 mehr als verdoppelt hat. Die SAP ist ein Wachstumsunternehmen, und unsere Aktie ist eine überzeugende Kapitalanlage. Der Markt honoriert unseren Erfolg und unterstützt unsere Strategie. Im Jahr 2014 – einem Jahr der Anpassung des Geschäftsmodells und hoher Investitionen – ist der SAP-Aktienkurs um 6 % gesunken. Seit Januar dieses Jahres ist der Wert um fast 17 % gestiegen. Die Aktienmärkte haben sich erholt, und wir haben weiterhin konsequent unsere Strategie umgesetzt.

DIVIDENDE 2014

Wir sind der Ansicht, dass unsere Aktionäre am profitablen Wachstum der SAP beteiligt werden sollen. Daher schlagen Vorstand und Aufsichtsrat vor, für das Jahr 2014 eine im Vergleich zum Vorjahr um 10 % höhere Dividende von 1,10 € an die Aktionäre zu zahlen. Die Gesamtausschüttung beträgt damit rund 1,3 Mrd. € bei einer Ausschüttungsquote von 40 %.

Dazu ist anzumerken, dass wir 2014 auch unsere Dividendenpolitik geändert haben. Unsere bisherige Dividendenpolitik sah vor, über 30 % des Konzerngewinns nach Steuern auszuschütten. In den letzten Jahren lag die tatsächliche Ausschüttung über 35 % des Konzerngewinns nach Steuern. Deshalb passen wir unsere Dividendenpolitik an und erhöhen unser Mindestziel für die Ausschüttung um 5 Prozentpunkte auf über 35 % des Konzerngewinns nach Steuern.

FAZIT

Im späteren Verlauf der Hauptversammlung werden Sie die Möglichkeit haben, über die folgenden Tagesordnungspunkte abzustimmen.

Meine Damen und Herren, zusammengefasst lässt sich sagen: Unsere Strategie ist klar. Wir helfen unseren Kunden in der digitalen Wirtschaft zurecht zu kommen und „Run Simple“ umzusetzen.

Wir sind von unserem Geschäft überzeugt und werden uns weiter auf profitables Wachstum konzentrieren. Das spiegelt sich in den ambitionierten Zielen wider, die wir uns für 2015 und darüber hinaus gesetzt haben.

Zum Abschluss möchte ich Ihnen ein Video mit einer persönlichen Botschaft eines vertrauten Partners zeigen, der 2014 mit SAP ganz besonders erfolgreich war.

Abschließend danke ich Ihnen, auch im Namen meiner Vorstandskollegen, für Ihr Vertrauen. Wir freuen uns alle auf ein weiteres erfolgreiches Jahr und eine große Zukunft für die SAP.

Vielen Dank.