



**SAP-Hauptversammlung 2010**  
**Jim Hagemann Snabe**

**SPERRVERMERK**

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

- Es gilt das gesprochene Wort -

**Jim Hagemann Snabe**

**[Folie 13: Cover Slide Jim]**

Sehr geehrte Aktionäre,  
auch von meiner Seite ein herzliches Willkommen – an Sie hier im Saal und an alle, die unsere Hauptversammlung im Internet verfolgen.

Bill hat es schon erwähnt: Während der Finanzkrise hat sich der Markt radikal verändert. Wir sind froh, dass wir auf diese Veränderungen schnell reagiert haben. So konnten wir 2009 mit einem Aufwärtstrend abschließen und sind erfolgreich ins neue Jahr gestartet. Aber noch mehr freuen wir uns auf das, was wir in den nächsten Jahren gemeinsam erreichen wollen. Wir werden zeigen, dass die SAP eines der innovativsten Unternehmen ist und als Weltmarktführer weiter wachsen wird.

**[Folie 14: Neues Marktumfeld]**

Für unsere Ausrichtung auf die Zukunft haben wir einen klaren Kompass: die Orientierung am Kunden. Wir verbringen einen wichtigen Teil unserer Zeit beim Kunden. Und wir analysieren ganz genau das aktuelle Marktumfeld. Die globale Finanzkrise hat deutlich gemacht, wie wichtig Effizienz, Transparenz und Agilität für optimal geführte Unternehmen sind. Dadurch nimmt die strategische Bedeutung von Unternehmenssoftware weiter zu.

Zugleich ändern sich aber die Prioritäten der Kunden:

Unternehmen erwarten von ihren IT-Investitionen einen schnellen Nutzen. Sie wollen die gesamten Betriebskosten im Verhältnis zum Umsatz senken und die Komplexität ihrer IT-Landschaft reduzieren. Und sie beziehen die Geschäftsbereiche schon früh in ihre Kaufentscheidung ein. Denn immer mehr

Mitarbeiter in den Unternehmen nutzen Software, zum Beispiel um auf aktuelle Kundendaten zuzugreifen. Gefragt sind also schnell einsatzbereite, einfach zu bedienende Lösungen, mit denen die Mitarbeiter jederzeit und überall arbeiten können.

IT ist heute entscheidend für den Geschäftserfolg. Als Konsequenz daraus sind die Fachbereiche immer früher am Vergabeprozess beteiligt. Wir müssen also nicht nur den IT-Chef überzeugen, dass unsere Lösungen die besten sind. Sondern wir müssen auch die Fachleute in den Geschäftsbereichen überzeugen, dass sie mit unserer Software noch erfolgreicher arbeiten können.

Dank neuer Technologien eröffnen sich der Wirtschaft in der Tat ganz neue Chancen: Firmen können über das Internet in Echtzeit zusammenarbeiten. Ganze Geschäftsprozesse lassen sich über Unternehmensgrenzen hinweg optimieren. Riesige Datenmengen können in Bruchteilen von Sekunden analysiert werden – nicht die Daten von gestern oder vorgestern, sondern von heute, jetzt, in Echtzeit. Und mit den heutigen Mobilgeräten können Mitarbeiter überall und jederzeit auf aktuelle Informationen zugreifen, mit Kollegen zusammenarbeiten und Entscheidungen treffen.

Das ist Wirtschaft im digitalen Zeitalter, und die SAP ist bestens aufgestellt, um diese Entwicklung an vorderster Front mitzugestalten.

### **[Folie 15: Die Basis unseres Erfolgs]**

Rund um den Globus verlassen sich mehr als 97.000 Unternehmen und Behörden auf SAP-Software. In 25 Branchen sind wir fest in der Weltwirtschaft verankert. Im klassischen ERP-Geschäft sind wir genauso Marktführer wie bei analytischen Anwendungen oder bei Software für mittelständische Unternehmen. Unsere Kunden schätzen die umfassende IT-, Branchen- und Prozesskompetenz unserer Mitarbeiter. Sie erwarten von uns technische Innovationen, die ihnen wirtschaftliche Vorteile und neue Wachstumschancen bringen, ohne den Geschäftsablauf zu unterbrechen. Und sie wissen, dass wir

dazu in der Lage sind – mit dem stärksten Portfolio an Unternehmenssoftware, das die IT-Branche zu bieten hat.

### **[Folie 16: Die neue SAP: Innovation und Inspiration]**

Sehr geehrte Damen und Herren,  
neue Chancen muss man nicht nur sehen, sondern auch nutzen. Wir wollen daher eine neue SAP, die künftige Entwicklungen aktiv mitgestaltet und sich dabei konsequent an den Erwartungen unserer Kunden und Aktionäre orientiert. Das schaffen wir nur mit einer hochqualifizierten und hochmotivierten Belegschaft und einer optimalen Organisation. Zum Beispiel haben Bill und ich die Zusammenarbeit zwischen Produktentwicklung und Verkauf weiter verbessert. Unsere Kunden werden früher in den Entwicklungsprozess einbezogen, und unsere Entwicklungen kommen dann auch schneller als Produkte zum Kunden. Dadurch können wir den Nutzen für den Kunden deutlich erhöhen.

In der Produktentwicklung arbeiten in Zukunft kleine Projektteams zusammen, die für den Erfolg des Produkts selbst verantwortlich sind. Das steigert die Geschwindigkeit, die Motivation, und durch mehr Eigenverantwortung schließlich auch die Qualität unserer Produkte. Den Rahmen dafür bildet eine konsistente Architektur und Methodik, so dass alle Teile nahtlos zueinander passen. Mit diesem Ansatz verbinden wir gewissermaßen das Beste zweier Welten: das Tempo und den Unternehmergeist in kleinen Teams mit der Größe und Skalierbarkeit in einem Weltkonzern. Unsere Mitarbeiter werden sich dadurch viel unmittelbarer als bisher für die Zufriedenheit der Kunden verantwortlich fühlen.

### **[Folie 17: Produktstrategie: Mehrwert durch Innovation]**

Unsere neue Produktstrategie ist die Konsequenz aus der veränderten Marktsituation und besteht aus vier Elementen:

Bei Software, die vor Ort beim Kunden installiert wird, sind wir seit langem Marktführer. Dieses sogenannte „On-Premise“-Geschäft wollen wir weiter ausbauen. Mit SAP Business Suite 7 bieten wir eine umfassende Lösung für optimale Geschäftsabläufe in 25 Branchen an. Durch die Akquisition und Integration von Business Objects sind wir auch zum Marktführer bei analytischen Anwendungen geworden. Mit der Weiterentwicklung der Business Suite und durch eine noch stärkere Integration mit Analysetools werden wir unsere Position im etablierten On-Premise-Geschäft weiter stärken.

Auch im Mittelstand sind wir im On-Premise-Geschäft bereits Marktführer. Kleine und mittlere Unternehmen bilden gut drei Viertel unserer Kundenbasis. Wir bieten ihnen ein attraktives Portfolio, mit SAP Business One für kleine Unternehmen und SAP All in One für größere Mittelständler.

Das zweite Element unserer neuen Produktstrategie sind sogenannte On-Demand-Lösungen. Bei diesem Nutzungsmodell wird die Software nicht vor Ort installiert. Stattdessen ruft der Kunde die gewünschten Funktionen nach Bedarf – „on demand“ – über das Internet ab. Die Anschaffungs- und Personalkosten einer lokalen Software-Installation entfallen ebenso wie der übliche Zeitaufwand. Wir sind fest davon überzeugt, dass dies ein attraktives Angebot für viele Kunden ist, insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen. Deshalb werden wir unser On-Demand-Angebot flankierend zum On-Premise-Kerngeschäft zügig ausbauen.

Unser Flaggschiff in diesem Marktsegment ist SAP Business ByDesign. Mit der neuen Version 2.5 bringen wir ein Produkt auf den Markt, das sich deutlich von der Konkurrenz abhebt, denn es handelt sich um eine On-Demand-Plattform der nächsten Generation. Wir werden unsere Vertriebsaktivitäten für SAP Business ByDesign verstärken und haben schon eine Reihe mittelständischer Firmen für das Produkt begeistert. Dazu zählen so unterschiedliche Firmen wie der amerikanische Getränkehersteller Vita Coco, Excel Polymers aus China, das indische Marktforschungsunternehmen Prognosys, der französische

Chiphersteller Sequans, das britische Softwarehaus Symbian und der Online-Spiele-Anbieter Game Duell aus Deutschland. Dank SAP Business ByDesign können diese Firmen schnell und flexibel auf Veränderungen am Markt und wachsende Nachfrage reagieren.

SAP Business ByDesign ist ein umfassendes Angebot für Unternehmen, die ihre gesamten Geschäftsprozesse auf einer On-Demand-Plattform laufen lassen wollen. Für große Firmen, die nur bestimmte Prozesse mit Software über das Internet abwickeln wollen, bieten wir spezielle On-Demand-Lösungen für die jeweiligen Fachbereiche an. Mit diesen Modulen können Unternehmen ihre Systemlandschaften nach Bedarf funktional erweitern. Unser Angebot ist also kein Entweder-Oder, sondern ein hybrider Ansatz aus On-Premise- und On-Demand-Anwendungen. Wir geben unseren Kunden die Wahlmöglichkeit und vergrößern damit unseren Vorsprung vor der Konkurrenz.

Das dritte Element unserer Produktstrategie bildet der Zugriff auf unsere Anwendungen von jeder Art von Geräten, „On Device“, im Büro genauso wie im mobilen Einsatz. Dadurch können Mitarbeiter jederzeit und überall Informationen abrufen, an Projekten mitwirken oder andere berufliche Aufgaben erledigen. Mit diesem Ansatz werden wir die Zahl der Nutzer von SAP-Software deutlich erhöhen.

Die Beliebtheit und zunehmende Verbreitung leistungsfähiger Mobilgeräte zeigt, dass sich mit „On Device“ ein lukratives Geschäftsfeld verbindet. Unternehmen werden flexibler und agiler, wenn ihre Mitarbeiter auf Geschäftsreisen oder während eines Kundentermins direkt auf SAP-Systeme zugreifen können. Schon heute liefern wir betriebswirtschaftliche und technische Anwendungen für zahlreiche Mobilgeräte aus. Durch die geplante Akquisition von Sybase haben wir die Möglichkeit, auch in diesem Wachstumsfeld zum Marktführer zu werden.

Als Beispiel für die mobile Nutzung innovativer SAP-Software möchte ich Ihnen einen kurzen Film zeigen. Sie haben wahrscheinlich viel über das iPad gelesen. Jetzt sehen Sie es im Einsatz mit SAP-Software. (Film ab, bitte!)

(1'30 Demo-Video:

SAP Business ByDesign und SAP BusinessObjects Explorer auf dem iPad)

Was wir hier gesehen haben, war nicht nur SAP-Software auf einem der neuesten Mobilcomputer. In der Anwendung wird auch eine bahnbrechende Technologie genutzt, die sogenannte „In-Memory“-Technologie. Dabei werden die Daten nicht mehr separat in einer Datenbank abgelegt und abgerufen, sondern sie sind direkt im Hauptspeicher verfügbar, also „in memory“. Dadurch lassen sich riesige Datenmengen in Sekundenbruchteilen verarbeiten und wirklich in Echtzeit analysieren.

On Premise, On Demand, On Device – diese drei Elemente unserer Produktstrategie stehen nicht einfach nebeneinander. Sie müssen vielmehr sorgfältig und konsistent integriert werden, damit der Kunde den maximalen Nutzen aus allen Softwarelösungen ziehen kann. Das vierte Element unserer Produktstrategie heißt daher „Orchestrierung“: Wie in einem Orchester sorgen wir für das Zusammenspiel und die Konsistenz der Daten über sämtliche Anwendungen hinweg. Und wir ermöglichen unseren Kunden durchgängige Geschäftsprozesse, die von unserer Software und bereits vorhandenen Anwendungen anderer Hersteller unterstützt werden. Das Hauptziel für uns ist dabei die Senkung der Gesamtbetriebskosten für unsere Kunden und die einfache Handhabung der Anwendungen über den gesamten Lebenszyklus unserer Produkte.

**[Folie 18: Ausbau unserer Marktführerschaft]**

Sehr geehrte Damen und Herren,  
mit den vier Elementen unserer Produktstrategie wollen wir unsere Position als Nummer eins auf dem Markt für Unternehmenssoftware nicht nur halten. Wir

wollen unseren Vorsprung vor der Konkurrenz weiter ausbauen und unseren adressierbaren Markt erheblich vergrößern. In Zukunft wollen wir in allen vier Bereichen unserer Produktstrategie Marktführer sein. Damit bekommen wir ein Alleinstellungsmerkmal, indem wir unseren Kunden durchgängige Lösungen für ihre Geschäftsprozesse unabhängig vom Nutzungsmodell und mit den geringstmöglichen Betriebskosten anbieten. Für unsere Kunden bedeutet das mehr Nutzen. Und für uns bedeutet es mehr Umsatz.

Um unsere Position im Markt für Unternehmenssoftware weiter auszubauen, arbeiten wir mit starken Partnern wie Cisco, Intel, EMC und vielen anderen zusammen. Das ermöglicht Ko-Innovation, um die neuesten technologischen Entwicklungen von Hardware und Software zusammenzuführen. Und es erweitert die Wahlmöglichkeiten für unsere Kunden, die unsere Software mit einem breiten Spektrum an Angeboten unserer Partner nutzen können.

Um unsere Marktposition auszubauen werden wir auch in Zukunft spezialisierte Softwareanbieter übernehmen, deren Produkte unser Portfolio um technische Neuerungen oder branchenspezifische Funktionen ergänzen. Diese Strategie hat sich vielfach bewährt. So brachten 2009 unter anderem die Firmen Clear Standards, Highdeal und SAF ihre jeweilige Kompetenz in die SAP-Familie ein, für die Kontrolle des Kohlendioxidausstoßes sowie für die beiden wichtigen Branchen Telekommunikation und Handel. Um neue Marktfelder zu erschließen, ziehen wir auch größere Akquisitionen in Betracht – sofern es unseren Kunden und unseren Aktionären Nutzen verspricht. Die Akquisition und Integration von Business Objects war sehr erfolgreich. Gemeinsam sind wir stärker als zuvor. Wir haben unser Angebot nicht nur komplementär ergänzt, sondern zusammen auch neue Produkte wie SAP BusinessObjects Explorer entwickelt.

Einen vergleichbaren Innovationsschub versprechen wir uns von der geplanten Übernahme der Firma Sybase. Ihr Know-how wird uns bei der Entwicklung von

Anwendungen für Mobilgeräte ebenso helfen wie bei der Nutzung von In-Memory-Datenbanken.

## **Gesellschaftliches Engagement**

Sehr geehrte Damen und Herren,  
auch wenn sich unser Handeln als Unternehmen primär am Kunden orientiert, bekennen wir uns ausdrücklich zur Verantwortung für die Umwelt und unser gesellschaftliches Umfeld. Denn auch das erwarten viele Kunden von uns als langjährigem, verantwortungsvollem Partner. Bei unserem auf Dauer angelegten Engagement setzen wir vier Schwerpunkte: Erstens Bildung, zweitens Transparenz und verantwortliche Unternehmensführung, drittens Überwindung der digitalen Spaltung der Welt sowie viertens Umweltschutz.

In jedem dieser vier Bereiche haben wir erfreuliche Erfolge vorzuweisen. Dazu einige Beispiele: Mit dem internationalen Roboterwettbewerb „FIRST LEGO League“ bekommen jedes Jahr tausende Kinder einen spielerischen Zugang zu Wissenschaft und Technik. Im vergangenen Jahr haben rund 350 SAPler gut 1.500 junge Teilnehmer aus 29 Ländern in diesem Wettbewerb betreut. Viele unserer Mitarbeiter nehmen sich Zeit für ehrenamtliches Engagement. 2009 wurden insgesamt mehr als 62.000 ehrenamtliche Arbeitsstunden geleistet. Im Rahmen eines sogenannten „Month of Service“ engagierten sich im Oktober 2009 mehr als 40 % der SAP-Mitarbeiter in Nordamerika und Lateinamerika. Hier in der Metropolregion Rhein-Neckar haben wir im vergangenen Jahr vierzig kommunale Projekte gefördert: von der Einrichtung einer Küche, die Kindern in Ludwigshafen ein kostenloses Mittagessen anbietet, über die Organisation eines Ferienlagers für Kinder mit Behinderungen bis zu einem Projekt zum Thema Klimawandel für Familien in Wiesloch.

## **[Folie 19: Nachhaltigkeit]**

Nachhaltiges Wirtschaften ist zur Überlebensfrage der Menschheit geworden. Die SAP trägt in zweierlei Hinsicht dazu bei, dieses Ziel zu erreichen: Zum

einen, indem wir unser eigenes Unternehmen unter dem Gesichtspunkt umfassender Nachhaltigkeit führen. Und zum anderen dadurch, dass wir unseren Kunden bei der Entwicklung und Umsetzung einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie helfen.

2009 haben wir mehrere Softwareprodukte auf den Markt gebracht, die Unternehmen beim nachhaltigen Wirtschaften unterstützen. Dazu gehören SAP BusinessObjects Sustainability Performance Management und die On-Demand-Lösung SAP Carbon Impact, die bereits bei Kunden wie Autodesk, Hitachi Consulting und Lexmark im Einsatz sind. Auch intern kontrollieren wir unseren Kohlendioxidausstoß mit SAP-Software. So haben wir unsere Emissionen letztes Jahr gegenüber 2008 um fünfzehn Prozent gedrosselt und neunzig Millionen Euro an Kosten gespart. Bis 2020 haben wir uns vorgenommen, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß im Vergleich zum Jahr 2007 zu halbieren. Damit sind wir auf dem besten Weg zu ebenso nachhaltigem wie profitabilem Wachstum.

Sehr geehrte Damen und Herren,  
wir verstehen uns als langjährigen Partner, der seinen Kunden technische Innovationen für den Geschäftserfolg schnell nutzbar macht. Dabei setzen wir auf die Kreativität und Vielfalt unserer knapp 48.000 Mitarbeiter in sechzig Ländern. Und auf eine Firmenkultur, die inspiriert und motiviert. Zusammen mit Frau Dammann als künftigem Personalvorstand wird der gesamte Vorstand alles daran setzen, dass die SAP weiterhin ein optimales Arbeitsumfeld bietet.

Die aktuelle Umorganisation hat das Ziel, dem Einzelnen mehr Verantwortung zu übertragen und seine Identifikation mit dem Unternehmen zu stärken. Zudem wollen wir die Mitarbeiter über ein neues Anreizsystem langfristig an die SAP binden. Vorgesehen ist ein attraktiver sogenannter „Share Matching Plan“ sowie für ausgewählte Zielgruppen ein virtuelles Aktienoptionsprogramm. Die Aktien für den Share Matching Plan stammen aus dem Rückkauf eigener Aktien und

aus genehmigtem Kapital, wie wir es Ihnen heute zur Beschlussfassung vorschlagen.

**[Folie 20: Vielen Dank!]**

Sehr geehrte Damen und Herren,  
nur mit motivierten, engagierten und loyalen Mitarbeitern werden wir uns auf Dauer im Wettbewerb der weltweit führenden IT-Unternehmen behaupten können. Mein besonderer Dank gilt daher allen Kolleginnen und Kollegen. Ihr unermüdlicher Einsatz für unsere Firma hat sich gelohnt. 2009 war ein schwieriges Jahr, und auch 2010 müssen wir am Ball bleiben. Doch mit Engagement, Innovation und Teamgeist können wir jede Herausforderung meistern. Bill und ich sind uns sicher, dass die SAP eine glänzende Zukunft vor sich hat.

Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, lade ich ein, uns auf diesem Weg zu begleiten. Freuen Sie sich mit uns auf ein erfolgreiches Jahr!

Vielen Dank.