



## Die wichtigste Währung in der Krise heißt Vertrauen

**Henning Kagermann  
und Léo Apotheker**  
Vorstandssprecher  
der SAP AG  
in der Hauptversammlung am  
19. Mai 2009  
– Es gilt das gesprochene Wort –



### Henning Kagermann

Guten Morgen, meine Damen und Herren,

im Namen meiner Vorstandskollegen begrüße ich Sie sehr herzlich zur diesjährigen Hauptversammlung Ihrer SAP AG.

### Bedeutung der allgemeinen Wirtschaftskrise für SAP

Wir befinden uns in einer außerordentlichen Situation: Die Finanzkrise, die sich vor einem Jahr abzeichnete, hat sich seit letztem Herbst zu einer weltweiten Wirtschaftskrise ausgewachsen.

Als relativ junge Firma trifft uns eine Krise solchen Ausmaßes zum ersten Mal in unserer Geschichte. Früher konnten wir begrenzte Krisen durch unsere breite Aufstellung quer durch alle Branchen und Regionen ausgleichen.

Manchmal haben wir sogar profitiert, wenn Firmen durch Einführungen von SAP erhebliche Einsparungen realisieren konnten, z.B. durch

Ablösung von Eigenentwicklungen oder die globale Vereinheitlichung ihrer IT-Landschaft.

Natürlich sehen wir auch in der aktuellen Krise neue Wachstumschancen: Die strategische Bedeutung von Unternehmenssoftware nimmt weiter zu. Erfolgreiches Wirtschaften ist heute ohne moderne IT nicht möglich: Transparenz, Wachstum, Profitabilität, die Innovation von Produkten und Geschäftsmodellen – dafür braucht man SAP.

---

---

**Wir spielen nicht in einer  
Nische, sondern sind ein  
Global Player mit heute  
mehr als 86.000 Kunden  
auf der ganzen Welt.**

---

---

Darauf dürfen wir stolz sein. Wir spielen nicht in einer Nische, sondern sind ein Global Player mit heute mehr als 86.000 Kunden auf der ganzen Welt. Man kann auch sagen: Wir haben einen guten Job gemacht, sonst wären wir nicht Weltmarktführer.

Allerdings ermöglicht die funktionale Abdeckung und Verlässlichkeit unserer Lösungen unseren Kunden heute, ihre SAP-Produkte länger zu nutzen und mehr Nutzen aus bereits installierten Anwendungen zu ziehen – oder Innovationen nur dort vorzunehmen, wo es unbedingt nötig ist. Im Klartext heißt das: Gerade in finanziell schwierigen Zeiten starten die Kunden kleinere Projekte, und das macht sich zunächst direkt in unserem Auftragseingang bemerkbar.

Durch den erfolgreichen Ausbau unserer Kundenbasis haben wir uns aber mittlerweile ein großes Polster an stabilen, wiederkehrenden Einnahmen erarbeitet. In den vergangenen 10 Jahren ist ihr Anteil von 19 auf 42% gestiegen. (Im ersten Quartal dieses Jahres lag er sogar bei 55%.)

Damit sind wir im Gegensatz zu vielen Firmen auch in einer so schweren Krise wie der jetzigen in der Lage, unsere Profitabilität zu halten und solide Ergebnisse sowie einen guten Cash Flow zu erwirtschaften.

Andererseits sehen wir auch in unserer Branche einen „Flight to Quality“: Die Kunden setzen noch mehr auf Qualität. Die kontinuierlich gestiegene Kundenzufriedenheit beweist, dass unsere Bemühungen entsprechend honoriert werden. Unsere Kunden sind sich der Vorteile des Marktführers bewusst und investieren weiter in die langfristige, strategische Beziehung mit SAP.

---

## Der zunehmende Anteil weitgehend stabiler wiederkehrender Umsätze ist ein Beleg für die Nachhaltigkeit unserer Kundenbeziehungen.

---

Genau das lässt sich an den wachsenden Investitionen in unseren Support ablesen. Der zunehmende Anteil weitgehend stabiler wiederkehrender Umsätze ist ein Beleg für die Nachhaltigkeit unserer Kundenbeziehungen und die Zukunftsfähigkeit unseres Geschäftsmodells.

Die SAP ist damit gut aufgestellt, auch diesmal erfolgreich aus der Krise hervorzugehen. Und sie ist beim neuen Vorstand in sehr guten Händen.

### Fazit 2008

Wie haben wir uns im Vorjahr geschlagen? Es war ein Jahr mit zwei Gesichtern.

#### a. Umsatz, Gewinn: H1 vs. H2

Wir hatten ein exzellentes erstes Halbjahr und waren sogar dabei, eines der besten Jahre in unserer Geschichte anzusteuern.

Bis weit ins dritte Quartal hinein hatte sich die Finanzkrise nicht bei uns bemerkbar gemacht. Der Einbruch kam unmittelbar nach dem Fall der amerikanischen Investmentbank Lehman Brothers. In meiner gesamten Zeit bei SAP habe ich nicht erlebt, dass so viele unterschriftsreife Verträge dann doch nicht zur Unterschrift gelangten.

Das Wachstum der Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (SSRS) halbierte sich dadurch vom ersten zum zweiten Halbjahr. Die reinen Softwareerlöse blieben im zweiten Halbjahr sogar auf Vorjahresniveau.

Dennoch konnten wir nach einem ordentlichen vierten Quartal das Gesamtjahr 2008 erneut mit zweistelligem Wachstum abschließen.

Die SSRS-Erlöse stiegen 2008 im Vergleich zum Vorjahr nach Non-GAAP-Regeln um 16%, währungsbereinigt sogar um 20%.

---

## Wir konnten nach einem ordentlichen vierten Quartal das Gesamtjahr 2008 erneut mit zweistelligem Wachstum abschließen.

---

Dabei bedeutet „nach Non-GAAP-Regeln“, dass die Ergebnisse zur besseren Vergleichbarkeit um einmalige Abschreibungen auf die abgegrenzten Supporterlöse aus der Akquisition von Business Objects und akquisitionsbedingte Aufwendungen bereinigt sind.

#### b. Sparmaßnahmen, Marge

Als die Umsätze unter dem Druck der Wirtschaftskrise nachgaben, haben wir nicht tatenlos zugesehen, sondern bewiesen, dass wir unsere Ausgaben im Griff haben und uns schnell den neuen Bedingungen anpassen können.

Dadurch konnten wir die operative Marge (Non-GAAP) trotz schwieriger Bedingungen am Ende um 0,9 Prozentpunkte verbessern; währungsbereinigt sogar um 1,1 Prozentpunkte. Damit haben wir unsere Prognose leicht übertroffen.

Damals sind wir scharf kritisiert worden, weil wir zu rasch und zu heftig auf die Sparsbremse getreten seien. Heute wissen wir, dass es richtig war. Wer zu lange wartet, muss später dafür büßen. Beispiele dafür gibt es derzeit wahrlich genug.

Angesichts der ungewissen wirtschaftlichen Entwicklung haben wir uns auf den schlimmsten Fall vorbereitet, ohne mögliche Chancen im Fall eines schnellen Aufschwungs zu vergeben.

#### c. Marktanteil

Unser Marktanteil ging im vierten Quartal zwar leicht um 0,6 Prozentpunkte gegenüber dem dritten Quartal zurück. Das ist jedoch kein Grund zur Sorge. Aufs gesamte Jahr gesehen konnten wir kräftig zulegen, um 4,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Dabei wurden 0,9 Prozentpunkte durch organisches Wachstum erzielt und rund 3,5 Prozentpunkte durch die äußerst erfolgreiche Akquisition von Business Objects. Damit ist unser Marktanteil etwa doppelt so groß wie der des nächsten Konkurrenten.

Die Akquisition von Business Objects war die drittgrößte in der Geschichte der Softwareindustrie. Da SAP bis dahin keine Erfahrung mit Akquisitionen dieser Größenordnung hatte, wurde unsere Ankündigung sehr skeptisch aufgenommen; immerhin zeigen Statistiken, dass mehr als die Hälfte aller Akquisitionen nicht erfolgreich sind.

---

## Das Portfolio von Business Objects hat sich schon im ersten Jahr zu einem Umsatztreiber für die SAP entwickelt.

---

Heute sind sich alle einig: Diese freundliche Übernahme ist eine absolute Erfolgsgeschichte. Die Integration ist reibungslos verlaufen, mögliche Synergien wurden weitestgehend genutzt, und das Portfolio von Business Objects hat sich schon im ersten Jahr zu einem Umsatztreiber für die SAP entwickelt.

Besonders wichtig aber ist die Erweiterung unserer strategischen Optionen: Man traut es SAP jetzt zu, sich nicht nur durch Innovationen, sondern auch durch Akquisitionen dieser Größenordnung erfolgreich weiter zu entwickeln.

#### d. Aktie

Meine Damen und Herren,

die Entwicklung fast aller Aktienkurse war 2008 für niemanden erfreulich. Ein Einbruch von 29%, wie ihn unsere eigene Aktie im letzten Jahr verzeichnen musste, wäre unter normalen Umständen ein Desaster. Allerdings hat sich der Kurs unserer Aktie im Jahr 2008 deutlich besser behauptet als alle wesentlichen Vergleichsindizes.

Wenn wir den aktuellen Kurs mit dem Stand vor zwölf Monaten vergleichen, so hat die SAP-Aktie um rund 9% auf etwa 30 Euro nachgegeben. Vergleicht man diese Entwicklung mit unseren Wettbewerbern, so hatte Oracle im gleichen Zeitraum einen Kursrückgang von 15% zu verzeichnen, während die Microsoft-Aktie mehr als 30% an Wert verlor.

Man hat weiterhin Vertrauen in die Zukunft der SAP, denn unsere Aktie ist mit einem Kurs-Gewinn-Verhältnis von etwa 15 für das laufende Jahr immer noch höher bewertet als die der Hauptwettbewerber.

Die Aktionärsstruktur ist im Wesentlichen unverändert.

---

### Dass die SAP sich trotz der massiven Wirtschaftskrise gut geschlagen hat, verdanken wir zuallererst unseren Mitarbeitern.

---

2008 hat SAP 14,6 Millionen Aktien zurückgekauft und 21 Millionen eigene Aktien eingezogen. Und heute schlagen wir der Hauptversammlung erneut eine Dividende von 0,50 Euro vor. Die Gesamtausschüttung beträgt damit rund 594 Mio. Euro bei einer Ausschüttungsquote von 32%.

Seit 2005 haben wir somit durch Dividendenzahlungen und Aktienrückkäufe rund 5 Mrd. Euro an Sie, unsere Anteilseigner, zurückgegeben, davon mehr als 1 Mrd. Euro im Jahr 2008.

#### e. Mitarbeiter

Sehr geehrte Damen und Herren,

dass die SAP sich trotz der massiven Wirtschaftskrise gut geschlagen hat, verdanken wir zuallererst unseren Mitarbeitern. Unbeirrt vom schwierigen Marktumfeld und einschneidenden Sparmaßnahmen haben sie Tag für Tag dafür gesorgt, dass unsere Kunden die besten Produkte und den besten Service bekommen. Ihnen verdanken wir unseren Erfolg, ohne sie hätten wir das vergangene Jahr nicht so gut gemeistert. Dafür danke ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Namen des gesamten Vorstands sehr, sehr herzlich!

---

### Wir haben gezeigt, dass wir Krisen bewältigen.

---

Es war daher eine der schwersten Entscheidungen meiner Laufbahn, angesichts der Wirtschaftskrise die Anzahl der Stellen in unserem Unternehmen zu reduzieren. In dieser außerordentlichen Situation war dies aber die einzige verantwortungsvolle Möglichkeit, um einen erfolgreichen Weg durch die Krise zu finden.

Von Anfang an war klar, dass wir den Stellenabbau fair und so gerecht wie möglich durchführen würden, quer durch alle Regionen und Unternehmensbereiche. Dabei haben wir so weit wie möglich auf freiwillige Abgänge gesetzt.

Und es war auch klar, dass unser oberstes Kriterium sein muss, die Schlagkraft und Innovationskraft der SAP zu gewährleisten.

Denn wir halten bei unseren Entscheidungen und daher auch bei notwendigen Sparmaßnahmen stets alle Stakeholder im Blick, die für den nachhaltigen Erfolg der SAP entscheidend sind:

- ▷ unsere Kunden, um ihnen zuverlässig Produkte zu liefern und Service zu leisten;
- ▷ unsere Aktionäre, um ihnen dauerhaft verlässliche Erträge zu beschere-
- ▷ und natürlich unsere Mitarbeiter, um ihnen gute und möglichst krisenfesten Arbeitsplätze zu bieten.

### Vertrauen zahlt sich aus: Ein Rückblick 1998-2008

#### a. Vertrauen als Krisenkapital

In der aktuellen Krise ist leider viel Vertrauen in die Wirtschaft verloren gegangen. Diese allgemeine Vertrauenskrise wird uns länger als die unmittelbare Krise beschäftigen, denn einmal verspieltes Vertrauen ist sehr viel schwieriger wieder aufzubauen.

Vertrauen ist das wichtigste Kapital in der Krise. Die SAP hat gezeigt, dass sie solches Vertrauen über Jahrzehnte hinweg kontinuierlich aufbauen kann. Und durch entschlossenes Handeln mit Augenmaß haben wir gezeigt, dass wir auch in schwierigen Zeiten das Vertrauen verdienen, das Tausende von Menschen in uns setzen.

Wir haben gezeigt, dass wir Krisen bewältigen und neues profitables Wachstum schaffen können. Wir haben gezeigt, dass wir uns immer wieder neu erfinden können, und schwierige Zeiten sind eine gute Gelegenheit, dies zu tun. Das galt für den Übergang von SAP R/2 zu SAP R/3; es galt aber auch für den Übergang von SAP R/3 in die nächste Ära der Unternehmenssoftware, der wegen des großen Erfolgs von SAP R/3 besonders schwierig zu bewerkstelligen war.

#### b. Rückblick auf die letzte Dekade: quantitativ

Sehr geehrte Damen und Herren, gerade in turbulenten Zeiten sollte man einmal eine langfristige Perspektive einnehmen. Im Hintergrund sehen sie einige Kennzahlen zur Ent-

---

### Die SAP ist in den vergangenen 10 Jahren zu einem Global Player aufgestiegen.

---

wicklung der SAP in den vergangenen 10 Jahren. Sie waren geprägt von einer bemerkenswerten Wachstumsdynamik, obwohl wir in dieser Zeit die bis dahin schwerste Krise unserer Branche, das Platzen der Dotcom-Blase, zu verdauen hatten.

Die Produktumsätze wurden im Durchschnitt um mehr als 12% pro Jahr gesteigert, die operative Marge um 7,3 Prozentpunkte verbessert. Und auch 2008 hat die Wachstumsdynamik nicht nachgelassen, obwohl die Produktumsätze inzwischen mehr als dreimal so groß sind wie vor 10 Jahren.

Die Kundenzahl wurde veracht-facht auf 82.000 Ende 2008, und die Zahl der Mitarbeiter stieg von knapp 20.000 auf rund 50.000.

Ich glaube die Zahlen sprechen für sich: Die SAP ist in den vergangenen 10 Jahren zu einem Global Player aufgestiegen.

Gleichzeitig sind wir ein globales Unternehmen geworden: Mit Niederlassungen an den wesentlichen Standorten dieser Welt, mit einem globalen Netzwerk von Entwicklungs- und Supportzentren, regionalen Shared Services Centers und einheitlicher globaler Leitung aller Funktionsbereiche.

### **c. Rückblick auf die letzte Dekade: qualitativ**

Wie hat sich die SAP in der Vergangenheit so erfolgreich entwickeln können? Indem wir immer beide Merkmale einer gesunden Firma im Auge gehabt haben: Marktanteil und Profitabilität. Und im Zweifelsfall habe ich persönlich immer danach gehandelt, in guten Jahren dem Marktanteil den Vorrang zu geben, und in schwierigen Jahren der Profitabilität.

Nach der Dotcom-Krise hatten wir eine Reihe sehr guter Jahre, und wir haben sie erfolgreich genutzt, um durch Innovationen neues Wachstum zu generieren.

---

## **Wir haben SAP NetWeaver als Technologieplattform im Markt etabliert.**

---

2003 haben wir mit einem Fünf-Jahres-Plan angekündigt, eine service-orientierte Architektur (SOA) einzuführen. Dieses Ziel haben wir mit ERP 6.0 schon 2007 teilweise,

und Anfang des Jahres mit der SAP Business Suite 7 endgültig erreicht.

Um unsere kontinuierliche Innovationskraft unter Beweis zu stellen, haben wir uns 2005 ebenfalls mit einem Fünf-Jahres-Plan vorgenommen, im Jahr 2010 50% des Auftragseingangs durch neue Produkte zu erzielen und mehr als 100.000 Kunden zu haben. Ende 2008 lagen wir bei 40% und haben heute schon mehr als 86.000 Kunden. Ich bin daher sicher, dass die SAP auch diese Ziele erreichen wird.

Außerdem wollten wir den Markt verdoppeln, den wir mit unseren Produkten bedienen können, auf rund 75 Mrd. US-Dollar. Dazu hatten wir drei Wachstumsfelder identifiziert.

Erstens: die Entwicklung einer Geschäftsprozessplattform. Dies haben wir mit der SAP Business Suite 7.0 getan und zudem mit Ende 2008 51.300 produktiven Kundensystemen SAP NetWeaver als Technologieplattform im Markt etabliert.

---

## **Die Innovationskraft der SAP ist ungebrochen.**

---

Zweitens: die Expansion im Mittelstand. Seit 2005 sind wir auch hier Marktführer. Das verdanken wir hauptsächlich dem großen Erfolg von SAP Business All-in-One. Gleichzeitig haben wir mit SAP Business ByDesign ein völlig neues Produkt entwickelt, um ein weiteres Marktsegment im Mittelstand zu erschließen. Diese Lösung ist zwar produktiv bei Kunden in vier Ländern im Einsatz; allerdings sind wir noch nicht ganz so weit, wie wir sein wollten, weil wir für dieses neue Volumengeschäft auch ein neues Geschäftsmodell aufbauen müssen. Ich bin aber fest davon überzeugt, dass es richtig war, dieses ambitionierte Ziel in Angriff zu nehmen, und dass der neue Vorstand SAP Business ByDesign erfolgreich im Markt etablieren wird.

Und schließlich – drittens – haben wir den Markt für sogenannte „Business User“ erobert. Durch die freundliche Übernahme von Business Objects konnten wir auch hier zum

Marktführer werden und erzielen mit der komplementären Ergänzung unseres Portfolios noch bessere Ergebnisse als ursprünglich geplant.

Wir haben somit bewiesen, dass die Innovationskraft der SAP ungebrochen ist und dass wir Wachstum sowohl organisch als auch durch Zukäufe erfolgreich gestalten können.

### **Zwei Kundenbeispiele**

Meine Damen und Herren,

ich möchte Ihnen nun zwei Kunden vorstellen, die mit SAP erfolgreich sind, ein Großunternehmen und einen schnell wachsenden Mittelständler. Es sind nur zwei Beispiele von 86.000. (Einige weitere finden Sie in unserem Geschäftsbericht.) Sie illustrieren, dass SAP die aktuelle Krise am besten meistern kann, indem wir anderen helfen. Der Kundenfokus ist und bleibt für SAP das A und O.

Ich werde ab und zu gefragt, was ich nachts mache, wenn ich aufwache, um wieder einzuschlafen. Meistens sage ich dann, dass ich mathematische Aufgaben löse; das kann für einen Physiker tatsächlich sehr beruhigend sein. Aber am besten schlafe ich natürlich wieder, wenn ich weiß, dass unsere Kunden ruhig schlafen – so wie der CEO von Haestens.

### **Bedeutung und Ansehen der SAP heute**

Vielleicht sollten wir uns einmal fragen: Was wäre die Wirtschaft ohne SAP? Was würde passieren, wenn SAP nicht mehr da wäre?

---

## **Zehntausende Kunden in aller Welt, brauchen unsere Lösungen, um erfolgreich zu sein.**

---

Zehntausende Kunden in aller Welt, erfolgreiche Firmen wie Diageo und Haestens, brauchen unsere Lösungen, um erfolgreich zu sein, um Wohlstand und Arbeitsplätze zu schaffen.



Und wir selbst sichern Wohlstand und Arbeitsplätze: Hier am Firmensitz in Walldorf und in der Region genauso wie an Standorten in der ganzen Welt. Nicht nur bei uns, sondern auch bei unseren Partnern, deren Erfolg direkt mit uns verbunden ist.

Angesichts der aktuellen Diskussionen über die globale Marktwirtschaft finde ich es wichtig, darauf hinzuweisen. Denn Wirtschaft ist kein Selbstzweck. Unternehmen sind vielmehr dazu da, um einen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. So hat es schon 1960 ein amerikanischer CEO formuliert, David Packard, einer der beiden Gründer von Hewlett-Packard. Und diesen Beitrag zur Gesellschaft sollten wir nicht aus den Augen verlieren.

Die Bedeutung der Wirtschaft für die Gesellschaft, für Wachstum, Wohlstand und Beschäftigung, ist zugleich auch eine Verpflichtung, der wir immer wieder aufs Neue gerecht werden müssen.

SAP hat seit der Gründung 1972 einen großen Beitrag zur Gesellschaft geleistet und sich damit Schritt für Schritt globales Ansehen erworben.

---

## Heute sind wir eines der bestangesehenen Unternehmen auf der Welt.

---

Wir alle dürfen stolz sein auf dieses Unternehmen. Heute sind wir eines der bestangesehenen Unternehmen auf der Welt. Das ist ein Pfund, mit dem wir wuchern können.

SAP hat einen sehr starken Markenwert. In der Rangliste der 100 wertvollsten Marken, die alljährlich von Business Week und Interbrand aufgestellt wird, liegen wir inzwischen auf Platz 31. Der Wert der Marke SAP hat sich seit ihrer Aufnahme in diese Liste im Jahr 2000 beinahe verdoppelt und liegt nun bei 12,2 Milliarden US-Dollar.

Wir sind angesehen bei Investoren. SAP zählt aufgrund der Marktkapita-

lisierung heute zu den hundert größten Unternehmen weltweit. Und das Vertrauen in die SAP-Aktie zeigt sich im bereits erwähnten guten Kurs-Gewinn-Verhältnis.

Wir sind angesehen bei unseren Kunden. Die hohe Kundenzufriedenheit habe ich bereits erwähnt. Zwar gab es zuletzt einige kritische Stimmen zum Thema SAP Enterprise Support. Aber global gesehen ist der Trend doch eindeutig positiv und von Zustimmung zu diesem neuen Service-Angebot bestimmt. Léo wird darauf nachher noch eingehen und ihnen zeigen, was Kunden sagen, die unser neues Wartungsangebot bereits erfolgreich nutzen.

Wir sind angesehen bei unseren Mitarbeitern und Talenten in aller Welt. Speziell in Deutschland sind wir dreimal hintereinander als bester Arbeitgeber unter den Großunternehmen ausgezeichnet worden und haben in diesem Jahr Platz 2 erreicht. Natürlich ist es schwer, den Titel „bester Arbeitgeber“ zu verteidigen, wenn man gezwungen ist, Stellen abzubauen. Aber wir werden diesen Titel wieder zurückholen, denn wir bieten unseren Mitarbeitern sehr gute Arbeitsbedingungen und Weiterbildungsmöglichkeiten. Dafür sprechen die Auszeichnungen für Vielfalt und die Förderung älterer Mitarbeiter, die uns das Institut „Great Place to Work“ in diesem Jahr verliehen hat.

---

## Speziell in Deutschland sind wir dreimal hintereinander als bester Arbeitgeber unter den Großunternehmen ausgezeichnet worden

---

Und schließlich sind wir angesehen in der ganzen Gesellschaft: als nachhaltiges Unternehmen mit starkem gesellschaftlichem Engagement. Das Thema Nachhaltigkeit wird – Sie werden dies an Léos Rede sehen – in Zukunft für die SAP noch eine größere Rolle spielen als bisher.

## Kontinuität im Wandel

Sehr geehrte Damen und Herren, die aktuelle Krise macht es mir nicht leicht, gerade jetzt Abschied zu nehmen. Aber ich glaube, wir haben die SAP in den vergangenen Jahren gemeinsam so weiter entwickelt, dass sie auch aus dieser Krise gestärkt hervorgehen wird.

Unternehmen brauchen den Wandel. Verjüngung und Internationalisierung des Vorstands sind notwendig und die richtige Weichenstellung für die Zukunft.

Zugleich brauchen wir Kontinuität: Kontinuität in der Führung, in unseren Werten, in unseren Zielen. Diese Kontinuität im Wandel ist durch unseren Führungswechsel in bewährter SAP-Tradition gewährleistet. Es freut mich sehr, so viele langjährige Kollegen nun im Vorstand zu sehen.

---

## Die wichtigste Währung in der Krise heißt Vertrauen.

---

Mein Dank gilt ihnen allen für die gemeinsame Zusammenarbeit.

Er gilt den Kollegen aus der „zweiten Generation“ der SAP, die im gleichen Zeitraum ausscheiden, zuerst Peter Zencke und nun Claus Heinrich.

Er gilt den Mitarbeitern, unseren Kunden und Partnern.

Und ein herzlicher Dank gilt Ihnen, liebe Aktionäre, dem Aufsichtsrat und insbesondere Hasso für das Vertrauen während all der Jahre.

Ich wünsche Ihnen allen noch viel Freude mit der SAP, und Léo und dem ganzen Vorstand viel Erfolg!

## Léo Apotheker

Lieber Henning, ich möchte Dir im Namen des Vorstands sehr herzlich danken für Deine außerordentlichen Verdienste um die SAP. Und persönlich danke ich Dir für eine gemeinsame Zeit, die sehr erlebnisreich und sehr erfolgreich war, für unzählige

Gespräche, bei denen wir immer eines im Blick hatten: den gemeinsamen Erfolg für unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und unsere Aktionäre.

Ein herzlicher Dank gilt auch Claus und Peter für die gemeinsame Vorstandsarbeit.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Sie können sich vorstellen, dass ich mir zum Start in dieses neue Amt ein leichteres Jahr gewünscht hätte. Ich kenne die IT-Branche und die SAP zwar schon sehr lange, aber das aktuelle wirtschaftliche Umfeld stellt auch die SAP vor außergewöhnliche Herausforderungen.

Henning hat darauf hingewiesen: Die wichtigste Währung in der Krise heißt Vertrauen. Deshalb ist Kontinuität im Wandel heute besonders wichtig, und deshalb freut es mich sehr, dass wir den Führungswechsel in bewährter SAP-Tradition so reibungslos gestalten konnten.

## Was bedeutet die Finanz- und Wirtschaftskrise für SAP?

Wir sollten uns das Ausmaß der aktuellen Krise noch einmal vor Augen halten. Für Deutschland wird in diesem Jahr ein Rückgang der Wirtschaftsleistung um 6% erwartet. Das ist ein dramatischer Einbruch, und im Rest der Welt sieht es leider nicht viel anders aus.

### a. Beschränkte Sichtweite

Viel wichtiger aber als der aktuelle Einbruch der Weltwirtschaft ist die anhaltende Unsicherheit. Das besondere Kennzeichen dieser Krise ist die Unsicherheit der Prognosen: Ob U-, V- oder L-Kurve: Die Vorhersagen

---

**Ich bin fest davon überzeugt, dass uns Volatilität und Unsicherheit noch länger erhalten bleiben.**

---

über Verlauf und Dauer der Krise wechseln fast täglich. Mal gibt es Hoffnungsschimmer, zum Beispiel durch die immensen Summen, die der

Staat auf einmal in die Hand nimmt. Aber jeder Silberstreif am Horizont wird schnell wieder durch Schwarzmalerei übertüncht.

Wir wissen über den Fortgang der Krise nur, dass wir nicht sehr viel wissen.

Aber ich bin fest davon überzeugt, dass uns Volatilität und Unsicherheit noch länger erhalten bleiben. Die Weltwirtschaft wird nach dieser Krise nicht mehr die gleiche sein wie vorher. Darauf komme ich später noch zurück.

Die aktuelle Unsicherheit in aller Welt schlägt auch auf unsere Geschäftsperspektiven durch. Die Sichtweite ist deutlich eingeschränkt. Und wer auf Sicht fahren muss, sollte es vorsichtig tun.

### b. Bedeutung der Sparmaßnahmen, SAP agiles Unternehmen

Der Vorstand der SAP AG hat daher im letzten Jahr ein umfangreiches Sparprogramm beschlossen. Es war eine schnelle Entscheidung, unmittelbar nachdem wir im dritten Quartal überraschend heftig von den Auswirkungen der Krise getroffen wurden.

Einige hat es irritiert, dass wir so rasch gehandelt haben. Manche haben es als zu forsch empfunden. Aber in der Ausführung hatten die Maßnahmen genau das richtige und notwendige Tempo. Schnelligkeit und Flexibilität sind in einem solchen Umfeld entscheidend. Wer zu lange wartet, muss später noch härtere Maßnahmen ergreifen.

---

**Wir haben uns die Sparmaßnahmen nicht leichtgemacht.**

---

Wir haben uns die Sparmaßnahmen nicht leichtgemacht. Besonders schmerzlich ist uns der weltweite Stellenabbau, den wir im Januar beschlossen haben.

Die Maßnahmen waren aber notwendig, um unsere Handlungsfähigkeit in der Krise zu bewahren. Wer nur reagiert, kann keine neuen Chancen nutzen; nur wer agieren kann,

wird als Gewinner aus der Krise hervorgehen.

### c. Bedeutung Umsatzwachstum vs. Ergebnis/Marge

Meine Damen und Herren, eine gute operative Marge ist wichtig, um sich als Unternehmen weiter zu entwickeln. Das erwarten unsere Kunden genauso wie Sie als Aktionäre, und natürlich auch unsere Mitarbeiter.

Zugleich müssen wir aber auf kommandes Wachstum ausgerichtet bleiben. Eine gute finanzielle Verfassung ist entscheidend, um schlagkräftig agieren zu können, und die finanzielle Verfassung der SAP ist sehr erfreulich: Wir haben trotz der Krise eine solide Ertragslage, verteidigen sehr erfolgreich unsere Marge und generieren einen guten Cash Flow.

Das erlaubt uns kontinuierliche Investitionen, allen voran in Forschung und Entwicklung, aber auch in smarte Akquisitionen. Solche Investitionen sind gerade in schwierigen Zeiten von großer Bedeutung, weil wir damit jetzt den Grundstein für künftiges Wachstum legen können.

Unsere Innovationskraft treibt unseren Erfolg, und der Vorstand wird alles tun, um diese Innovationskraft zu erhalten und zur richtigen Zeit die richtigen Produkte an den Markt zu bringen.

### d. Dank an Mitarbeiter

---

**Die SAP hat die globale Wirtschaftskrise bisher deutlich besser gemeistert als viele andere Unternehmen.**

---

Die SAP hat die globale Wirtschaftskrise bisher deutlich besser gemeistert als viele andere Unternehmen. Das verdanken wir zuallererst unseren Mitarbeitern, die derzeit aufgrund der Sparmaßnahmen auch Einschränkungen hinnehmen müssen. Sie sorgen Tag für Tag mit außerordentlichem Engagement dafür, dass unsere Kunden die Produkte und Serviceleistungen bekommen, die sie brauchen, und dass die SAP auch in Zukunft er-

folgreich ist. Dafür gilt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mein ganz herzlicher Dank!

## Ausblick 2009

Was erwarten wir nun für 2009?

2009 ist und bleibt ein außerordentlich schwieriges Jahr. Die Konjunktur belebt sich hier und da ein wenig, aber derzeit sehen wir bis zum Jahresende keine nennenswerte Verbesserung der allgemeinen Wirtschaftslage. Für unsere Umsatzzahlen lässt sich daher keine verlässliche Prognose abgeben.

Stattdessen konzentrieren wir unsere Prognose auf die operative Marge.

Unsere Margenprognose beruht dabei auf der Annahme, dass die software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (Non-GAAP) ohne Berücksichtigung der Wechselkurseinflüsse in etwa auf Vorjahresniveau liegen werden: zwischen Nullwachstum und 1% unter dem Vorjahreswert. (Dabei sind die Erlöse um einmalige Abschreibungen auf die abgegrenzten Supporterlöse aus der Akquisition von Business Objects bereinigt.)

Unter dieser Annahme erwarten wir für das Geschäftsjahr 2009, dass die operative Marge gemäß Non-GAAP ohne Berücksichtigung der Wechselkurseinflüsse zwischen 24,5% und 25,5% liegen wird. (Dieser Wert ist ebenfalls bereinigt um einmalige Abschreibungen auf die abgegrenzten Supporterlöse aus der Akquisition von Business Objects und akquisitionsbedingte Aufwendungen.)

---

**Angesichts der allgemeinen Wirtschaftskrise haben wir ein sehr solides Ergebnis erzielt.**

---

In dieser Prognose sind einmalige Restrukturierungskosten im Zusammenhang mit dem geplanten Stellenabbau enthalten. Diese Kosten in Höhe von 200 bis 300 Millionen Euro schlagen bei der operativen Marge

(Non-GAAP) mit 2 bis 3 Prozentpunkten zu Buche.

## Erstes Quartal

Das erste Quartal war wie erwartet besonders schwierig, denn wir vergleichen uns hier mit einem sehr starken Vorjahreszeitraum vor den Auswirkungen der Wirtschaftskrise.

### a. Umsatz

Die Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse nach US-GAAP konnten im Vergleich zum Vorjahr mit 1,74 Milliarden Euro konstant gehalten werden. Nach Non-GAAP-Regeln gingen sie um 2% von 1,78 auf 1,75 Mrd. Euro zurück. Ohne Berücksichtigung der Wechselkurseinflüsse ergibt sich ein Rückgang um 4%.

Angesichts der allgemeinen Wirtschaftskrise ist das ein sehr solides Ergebnis.

Die reinen Softwareerlöse sind – Non-GAAP und währungsbereinigt – um rund ein Drittel zurückgegangen. Hierin spiegelt sich die aktuelle Zurückhaltung der Kunden bei größeren Projekten wieder. Der Rückgang wird aber zum großen Teil kompensiert durch einen hohen Anteil wiederkehrender Umsatzerlöse.

Das beweist die Qualität unserer Kundenbeziehungen als langfristige, strategische Partnerschaften, auf die Henning bereits hingewiesen hat.

### b. Marge

Wie schon im vierten Quartal 2008 konnten wir auch im ersten Quartal 2009 eine sehr gute Margenentwicklung vorweisen.

Die operative Marge (Non-GAAP) sank zwar – ohne Berücksichtigung der Wechselkurseinflüsse – um 2,3 Prozentpunkte auf 17,2%. Darin sind aber bereits Restrukturierungskosten aufgrund der angekündigten Stellenreduzierung enthalten. Diese Kosten von bisher 160 Millionen Euro beeinflussen die operative Marge (Non-GAAP) um 6,6 Prozentpunkte.

Stellt man dies in Rechnung, hat sich die operative Marge also auch im ersten Quartal sehr positiv entwickelt. Dies ist ein deutlicher Erfolg unserer konsequenten Sparmaßnahmen.

## c. Weitere Entwicklung 2009

Für den weiteren Verlauf des Jahres haben wir Ende April unseren Ausblick bestätigt. Wir gehen also von einer guten Margenentwicklung

---

## Wir gehen von einer guten Margenentwicklung aus.

---

aus. Die Marge ist und bleibt in der jetzigen Situation unsere wichtigste Steuerungsgröße und wir gehen davon aus, dass wir die bereinigte operative Marge mittelfristig auf 35% steigern können.

Zugleich wollen wir aber natürlich das Fundament für neues Wachstum legen. Daher bringen wir 2009 – wie in den vergangenen Jahren – eine ganze Reihe von Innovationen in den Markt, um unseren Erfolg als Marktführer nachhaltig zu sichern. Eine kleine Auswahl möchte ich Ihnen kurz vorstellen.

## 5. Innovation treibt unseren Erfolg

### a. SAP Business Suite 7

Anfang Februar haben wir unsere neue Business Suite vorgestellt, die SAP Business Suite 7. Sie ist ein weiterer Meilenstein der Unternehmenssoftware, mit mehr als 150 funktionellen Neuerungen, einer einheitlichen Benutzeroberfläche und integrierten Abläufen über Abteilungs-, Anwendungs- und Firmengrenzen hinweg.

Die SAP Business Suite 7 ist ein exzellentes Beispiel dafür, wie wir unseren Kunden mit einer service-orientierten Architektur möglichst hohen Gegenwert für ihre Investitionen liefern.

### b. Branchenlösungen

Hinzu kommen maßgeschneiderte Branchenlösungen.

Zum Einen stellen wir spezielle Pakete bereit (die sogenannten „Best-Run -Now“-Pakete), mit denen unsere



Kunden die aktuellen Herausforderungen optimal bewältigen können.

Zum Anderen entwickeln wir ständig neue Lösungen. Zum Beispiel sorgt SAP-Software bei Energieversorgern für die Integration von sogenannten „intelligenten Zählern“. Solche Zähler können zeitgenau den Verbrauch im Haushalt messen. Mit der richtigen Softwarelösung von SAP sind sowohl die Endkunden als auch die Energieversorger in der Lage, Energieerzeugung, -verteilung und -verbrauch möglichst effizient und kostengünstig zu steuern.

#### c. SAP BusinessObjects Explorer

### Innovationen gibt es natürlich auch in unserem SAP BusinessObjects-Portfolio.

Innovationen gibt es natürlich auch in unserem SAP BusinessObjects-Portfolio: In der vergangenen Woche haben wir auf der Sapphire den SAP BusinessObjects Explorer vorgestellt.

Mit dieser Software lassen sich gewaltige Datenmengen aus dem ganzen Unternehmen blitzschnell analysieren und verschiedene Szenarien in Echtzeit durchspielen. So können Entscheidungen schneller und besser gefällt werden, was gerade in Krisenzeiten Wettbewerbsvorteile schafft.

#### d. SAP Business ByDesign

Ein drittes Beispiel: Für den Mittelstand entwickeln wir unsere Lösung SAP Business ByDesign weiter. Im Laufe des Jahres kommen auf Wunsch unserer Testkunden neue Funktionen hinzu, so dass wir das Anforderungsprofil dynamisch wachsender Mittelständler optimal abdecken können. Unsere Herausforderung besteht jetzt darin, Produkt und Geschäftsmodell so zu optimieren, dass wir das angestrebte Volumengeschäft mit der nachhaltigen Profitabilität aufbauen können, die Sie als Aktionäre zu Recht von SAP erwarten.

#### e. SAP Enterprise Support

Als letztes Beispiel für unsere Innovationskraft möchte ich SAP Enter-

prise Support erwähnen: In der Presse meistens falsch als „Preiserhöhung“ dargestellt, handelt es sich tatsächlich um ein grundlegende Service-Innovation. SAP Enterprise Support ist ein Wartungsangebot, das in der Softwareindustrie seinesgleichen sucht.

### Unsere Kunden bekommen durch SAP Enterprise Support einen deutlich höheren Investitionsschutz.

Zusammen mit unserer neuen Wartungsstrategie von 7+2 Jahren bekommen unsere Kunden durch SAP Enterprise Support einen deutlich höheren Investitionsschutz bei insgesamt geringeren Betriebskosten.

Eine allmähliche Anpassung der Wartungskosten an marktübliche Preise schien uns dafür mehr als angemessen. Viele Kunden haben dies akzeptiert und sind vom Mehrwert überzeugt. Von einigen kam – zum Teil auch öffentlich – Kritik; das gilt vor allem in Deutschland, weil hier und in Österreich eine Kündigung bestehender Verträge erforderlich war.

Mit unserem weltweiten Anwendernetzwerk SUGEN haben wir jetzt Leistungskennzahlen vereinbart, um den Mehrwert von SAP Enterprise Support quantitativ festzustellen und diese mit der Preisanpassung zu verbinden. Das ist eine in der Softwarebranche einzigartige Innovation.

In einem kurzen Film möchte ich Ihnen nun vorstellen, was Kunden, die SAP Enterprise Support nutzen, über unser neues Wartungsangebot sagen.

Sehr geehrte Damen und Herren, ich glaube diese Aussagen sprechen für sich. Wir sind fest davon überzeugt, dass sich SAP Enterprise Support als neuer Standard erfolgreich durchsetzen wird.

### Strategische Weiterentwicklung (I): „Clear“

Als Weltmarktführer für Unternehmenssoftware wollen wir unsere Posi-

tion natürlich auch strategisch weiterentwickeln.

#### a. Die neue Realität

Wie immer schauen wir dabei zuerst auf unsere Kunden und auf das, was sie heute und in Zukunft brauchen.

Ich habe eingangs gesagt: Die Weltwirtschaft wird nach dieser Krise nicht mehr die gleiche sein wie vorher. Davon bin ich fest überzeugt. Die Krise hat nicht nur vorübergehende Symptome. Sie erzwingt und beschleunigt vielmehr eine grundlegende Neuausrichtung der Art und Weise, wie auf der ganzen Welt gewirtschaftet wird.

### Wir wollen unsere Position auch strategisch weiterentwickeln.

Die Unsicherheit, die Unklarheit und große Volatilität, die wir zurzeit erleben, erfordert eine Konzentration auf das genaue Gegenteil: auf Klarheit, und zwar in allem, was wir tun. Klarheit bedeutet für Unternehmen: Mehr Transparenz, mehr Sichtbarkeit und mehr Verantwortlichkeit in allem, was man tut.

#### b. „Clear Enterprise“

Unser neues Leitbild für ein „Best-Run Business“ ist ein „klares Unternehmen“, im Englischen „Clear Enterprise“. Wir haben dieses Leitbild soeben auf unserer Kundenmesse Sapphire vorgestellt und sehr gutes Feedback erhalten.

Mit einer neuen Anzeigenkampagne gehen wir damit in die Öffentlichkeit. Einige Beispiele dafür sehen Sie hier im Hintergrund.

Unsere Kunden sehen die Notwendigkeit für mehr Klarheit überall: für mehr Transparenz und Offenheit, für bessere Risikoabschätzung, für klare Geschäftsbeziehungen und Prozesse, intern ebenso wie extern über ganze Geschäftsnetzwerke.

#### c. SAP als Clear Enterprise

Natürlich wollen wir hier selbst Vorbild sein und ein „Clear Enterprise“ werden. Klare Prozesse zum



Beispiel sind von großer Bedeutung für mehr Effizienz, aber auch für mehr Flexibilität bei Veränderungen. Und sie sind ebenso wichtig für bessere Kundenbeziehungen.

Denn ein Unternehmen kann nur dann gut funktionieren, wenn Menschen und Prozesse optimal zueinander passen. Je besser die Prozesse, umso bessere Arbeit können unsere Mitarbeiter leisten.

## 7. Strategische Weiterentwicklung (II): Nachhaltigkeit

Meine Damen und Herren,

ein besonderer Bereich für das Leitbild eines „klaren“ Unternehmens ist das Thema Nachhaltigkeit. Es bedeutet für uns sowohl eine Verpflichtung als auch eine große Chance.

### a. Ganzheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit

**Nachhaltigkeit ist heute weltweit eine Notwendigkeit, und wird auch als solche erkannt.**

Nachhaltigkeit ist heute weltweit eine Notwendigkeit, und wird auch als solche erkannt. Das gilt nicht nur aufgrund des Klimawandels. Die ganze Art und Weise unseres Wirtschaftens muss sich hin zu mehr Nachhaltigkeit ändern.

Wir verstehen Nachhaltigkeit daher nicht nur als Umweltthema. Für uns bedeutet Nachhaltigkeit vielmehr, die Gesamtheit der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Risiken ganzheitlich zu adressieren und die damit verbundenen Chancen zu nutzen.

Der Vorstand hat sich dazu verpflichtet, das Thema Nachhaltigkeit in den kommenden Jahren strategisch voranzutreiben, und hierzu einen „Chief Sustainability Officer“ ernannt.

### b. SAP als Vorbild

Unsere Verpflichtung hat dabei zwei Seiten: Zum Einen wollen wir selbst so nachhaltig wie möglich wirt-

schaften. Dabei kommt natürlich auch unsere eigene Software zum Einsatz.

Wir haben uns verpflichtet, unsere eigenen CO<sub>2</sub>-Emissionen bis zum Jahr 2020 auf das Niveau von 2000 zu reduzieren. Das entspricht ungefähr einer Halbierung der Emissionen von 2007.

Im Rahmen unseres gesellschaftlichen Engagements arbeiten wir zusätzlich an zahlreichen sozialen Projekten, die sowohl hier als auch in der dritten Welt die wirtschaftliche Entwicklung fördern.

In unserem interaktiven Nachhaltigkeitsbericht, der vor wenigen Tagen auf unseren Internetseiten publiziert wurde, können Sie sich ein detailliertes Bild von unseren Bemühungen machen.

### c. SAP als Lösungsanbieter

Andererseits aber sehen wir ein beträchtliches Marktpotenzial für Softwarelösungen zum Thema Nachhaltigkeit. Wir können damit neue Kunden gewinnen und zugleich die wachsende Nachfrage bei unseren Bestandskunden befriedigen. Die weltweit zunehmende Regulierung wird den Bedarf für solche Lösungen noch weiter erhöhen.

**Auf der Sapphire haben wir soeben die erste umfassende Übersicht für Nachhaltigkeitslösungen vorgestellt.**

Auf der Sapphire haben wir soeben die erste umfassende Übersicht für Nachhaltigkeitslösungen vorgestellt, an der wir und unsere Partner unser Lösungsportfolio orientieren werden.

Wir sind heute bereits Marktführer in den Bereichen „Environment, Health and Safety“ sowie „Product Stewardship and Safety“. Durch den Zukauf der Firma Clear Standards sind wir nun auch im Bereich Kohlendioxidmanagement gut aufgestellt. Weitere Investitionen in unsere Produktlinien werden folgen.

## Strategische Weiterentwicklung (III): „Timeless Software“

### a. Trends in Technologie, Wirtschaft und Gesellschaft

Daneben gibt es eine ganze Reihe weiterer Entwicklungen, auf die wir uns einstellen müssen.

Aus technologischer Sicht ist es zum Beispiel der Trend zu mehr „on-demand“-Lösungen, also von der vor Ort installierten Software zu Angeboten, die über das Internet wie eine Dienstleistung genutzt werden.

**Unternehmenssoftware steht damit vor einer neuen Herausforderung: Statt einem geschlossenen System der Datenverarbeitung wird Offenheit zum entscheidenden Erfolgskriterium.**

In den Unternehmen wird Zusammenarbeit auch über Unternehmensgrenzen hinaus immer wichtiger. Diese sogenannte „Collaboration“ spielt sich nicht nur mittels E-Mail ab, sondern immer mehr im sogenannten „Web 2.0“ über soziale Netzwerke und interaktive Foren.

Allgemein sehen wir in der Gesellschaft eine wachsende Mobilität, was nicht nur räumlich zu verstehen ist: Auch die Grenzen zwischen Arbeit und Privatleben werden für viele durchlässig: Zum Beispiel wollen Mitarbeiter beruflich die gleichen Endgeräte nutzen können wie privat.

Unternehmenssoftware steht damit vor einer neuen Herausforderung: Statt einem geschlossenen System der Datenverarbeitung wird Offenheit zum entscheidenden Erfolgskriterium für moderne IT-Lösungen.

### b. Timeless Software

Mit der Umstellung unseres Portfolios auf eine service-orientierte Architektur haben wir eine entscheidende Voraussetzung dafür geschaffen.

In Zukunft müssen wir aber noch einen Schritt weiter gehen. Unsere Architektur muss offen sein für Innovationen aller Art und unseren Kunden die größtmögliche Wahlfreiheit erlauben.

Wir haben dafür ein Konzept entwickelt, das den Namen „Timeless Software“ trägt – „zeitlos“ in dem Sinne, dass alle Komponenten der IT-Landschaft sich in ihrem eigenen Tempo entwickeln können und zugleich der Zusammenhang des Ganzen gewahrt bleibt.

Dieses Konzept wird schließlich auch die Skalierbarkeit unseres Geschäftsmodells noch weiter verbessern.

Sehr geehrte Damen und Herren,  
das neue Vorstandsteam wird alles tun, um die gegenwärtige Krise zu

meistern, damit die SAP am Ende zu den Gewinnern zählt.

SAP ist unter Hennings Führung zu einem in weiten Teilen globalen Unternehmen geworden. Jetzt müssen wir in die nächste Phase der Globalisierung eintreten. Dabei werden wir unsere Wurzeln und die Grundlagen unserer Erfolgsgeschichte nicht verleugnen, sondern sie als Stärke nutzen.

Henning hat zu Recht darauf hingewiesen, dass die Wirtschaft auch eine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft hat – das war in manchen Teilen der Wirtschaft leider in Vergessenheit geraten.

Bei SAP ist das nicht so. Die Wahrnehmung unserer gesellschaftlichen Verantwortung ist Teil unseres Selbstverständnisses. Und wir sind

stolz darauf, dass wir mit unserer Arbeit auf der ganzen Welt einen Beitrag zum Wohlstand und für nachhaltiges Wachstum leisten können.

Wir wollen den Interessen aller Stakeholder gerecht werden – allen voran natürlich denen unserer Kunden, unserer Mitarbeiter, und nicht zuletzt natürlich Ihren Interessen, sehr verehrte Aktionäre.

Ich danke Ihnen im Namen des gesamten Vorstands für Ihr Vertrauen in Ihre SAP und die neue Unternehmensführung, die geprägt ist von Kontinuität im Wandel.

Gemeinsam werden wir es schaffen, als Gewinner aus der allgemeinen Krise hervorzugehen.