

Das Aktionärsmagazin der SAP

SAP INVESTOR

Ausgabe zum 4. Quartal 2012

Special SAP HANA



The Best-Run Businesses Run SAP™

Liebe Leserin, lieber Leser,

Das Geschäftsjahr 2012 war erneut ein Rekordjahr für die SAP: Die Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (SSRS-Erlöse) sind im 12. Quartal in Folge zweistellig gewachsen. Im Jahresvergleich stiegen die SSRS-Erlöse währungsbereinigt um 13 % - womit wir unser Wachstumsziel von 10,5 % bis 12,5 % übertroffen haben. Der Gesamtumsatz 2012 lag damit bei 16,3 Mrd. € (15,8 Mrd. € währungsbereinigt).

Mit der Akquisition zweier führender Cloud-Anbieter - SuccessFactors und Ariba - hat die SAP ihre Position im Cloud-Bereich im Jahr 2012 sehr erfolgreich ausgebaut. Darüber hinaus haben wir gezielte Investitionen in unsere Innovationen, allem voran in die Weiterentwicklung unserer In-Memory Technologie SAP HANA, getätigt, was uns ermöglichte bereits zu Beginn des Jahres 2013 die SAP Business Suite powered by SAP HANA auf den Markt zu bringen. Diese hohen Investitionen in die Zukunft der SAP, durch die zusätzliches Wachstum generiert werden kann, führten im Jahr 2012 dazu, dass das Betriebsergebnis währungsbereinigt mit einem Zuwachs von 7 % auf 5,02 Mrd. € leicht hinter den eigenen Erwartungen zurückblieb, die bei 5,05 Mrd. € bis 5,25 Mrd. € lagen.

Mit dem herausragenden Erfolg unserer Cloud-Lösungen im vierten Quartal wurde die Bedeutung unseres hybriden Angebots von On Premise- und Cloud-Lösungen deutlich unterstrichen. Dies hat uns dazu bewogen, die separate Betrachtung unserer Software und Cloud-Erlöse um eine weitere kombinierte Kenngröße – Software und Cloud-Subskriptionen – zu ergänzen. Diese Kenngröße ermöglicht uns zugleich einen fairen Vergleich zu unserem Wettbewerb. So sind die Erlöse aus Software und Cloud-Subskriptionen im Geschäftsjahr 2012 um 21 % (17 % währungsbereinigt) gestiegen, was auf eine beschleunigte Dynamik in der Cloud sowie auf unsere Innovationen - allem voran SAP HANA - zurückzuführen ist.

Ein Blick auf die Regionen zeigt, dass unser Umsatz dabei weltweit flächendeckend wuchs: So stiegen die Erlöse aus Software und Cloud-Subskriptionen im Jahr 2012 in der Region Amerika währungsbereinigt um 24 % und in der Region Asien-Pazifik-Japan um 20 %. In der Region EMEA lag das Wachstum der Software und Cloud-Subskriptionen trotz anhaltend schwieriger wirtschaftlicher Bedingungen bei 12 %.

Das bisher Erreichte verdeutlicht, dass sich die innovationsbasierte Wachstumsstrategie auszahlt, die der Vorstand der SAP AG vor drei Jahren vorgestellt hat. Wir sind zuversichtlich, dass sich diese Geschäftsentwicklung auch im Jahr 2013 fortsetzen wird. So erwarten wir, ohne Berücksichtigung der Wechselkurse, in diesem Geschäftsjahr einen Anstieg der Software und Cloud-Subskriptionen um 14 % bis 20 % sowie einen Anstieg der SSRS-Erlöse um 11 % bis 13 %. Unsere Innovationen werden zu diesem Wachstum in erheblichem Umfang beitragen. Wir erwarten einen Umsatz unserer Cloud Subskriptionen und Support von ungefähr 750 Mio. € , sowie einen Umsatz von SAP HANA von 650 Mio. € bis 700 Mio. € (jeweils währungsbereinigt). Für das Betriebsergebnis erwarten wir ohne Berücksichtigung der Wechselkurse einen Anstieg auf 5,85 Mrd. € bis 5,95 Mrd. € .

Meine Damen und Herren, wir haben die aktuelle SAP INVESTOR-Ausgabe SAP HANA gewidmet. SAP HANA ist die größte und am schnellsten wachsende Innovation im Bereich Enterprise Computing in den vergangenen 20 Jahren. Seit Anfang des Jahres 2013 sind die Kernanwendungen der SAP Business Suite nun auch auf der Basis von SAP HANA verfügbar: Unsere neue Lösung SAP Business Suite powered by SAP HANA wird die Art, wie Unternehmen agieren und zusammenarbeiten, grundlegend verändern.

Eine informative und unterhaltsame Lektüre wünscht Ihnen,



Ihr Werner Brandt
Finanzvorstand der SAP AG

(Alle Umsatz- und Ergebnisangaben Non-IFRS)



Das Quartal

- 2 | VORWORT
- 3 | DAS 4. QUARTAL 2012
- 4 | DIE SAP-AKTIE
- 5 | STIMMEN ZUM QUARTAL

SAP HANA

- 6 | DER WENDEPUNKT IN ECHTZEIT
- 8 | MIT SAP HANA GEGEN KREBS
- 9 | SAP VERBESSERT KUNDENERLEBNIS

Social Sabbatical

- 10 | DIE VERÄNDERUNG GESCHIEHT HIER

Intern

- 11 | SAP-NACHRICHTEN
- 12 | FINANZTERMINE

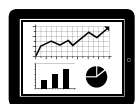
Das 4. Quartal 2012

Die SAP erzielte im Geschäftsjahr 2012 Rekordumsätze. Die Umsatzerlöse (Non-IFRS) übertrafen erstmals die Marke von 16 Mrd. €. Die Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (SSRS-Erlöse, Non-IFRS) erreichten 13,2 Mrd. € – ein Wachstum um 17 % (währungsbereinigt 13 %) – und lagen damit über den Erwartungen des Unternehmens. Einen bemerkenswerten Anteil an diesem Wachstum erzielte die SAP mit ihren wichtigsten Innovationen SAP HANA, mobile Lösungen und Cloud. SAP HANA hatte ein herausragendes viertes Quartal und erzielte fast 200 Mio. € Softwareerlöse und somit auf Jahressicht fast 400 Mio. €. Mobile Lösungen haben mehr als 220 Mio. € zu den Softwareerlösen im Gesamtjahr beigetragen. Auch der Cloud-Bereich setzte sein Wachstum fort. Abgeleitet von dem Gesamtumsatz der beiden SAP Cloud-Segmente (Cloud-Anwendungen und Ariba) erreichten die auf das Jahr hochgerechneten Erlöse im Cloud-Bereich 850 Mio. € (Annual Cloud Revenue Run Rate).

Die Softwareerlöse (Non-IFRS) stiegen im vierten Quartal 2012 um 9 % (währungsbereinigt 8 %) auf 1.937 Mio. € (Q4 2011: 1.779 Mio. €). Die Erlöse aus Software und Cloud-Subskriptionen (Non-IFRS) konnten indes einen Zuwachs von 17 % (währungsbereinigt 16 %) auf 2,10 Mrd. € (Q4 2011: 1,79 Mrd. €) verzeichnen. Die SSRS-Erlöse (Non-IFRS) nahmen um 15 % (währungsbereinigt 13 %) auf 4,27 Mrd. € (Q4 2011: 3,72 Mrd. €) zu. Der Gesamtumsatz (Non-IFRS) erhöhte sich um 12 % (währungsbereinigt 11 %) auf 5,06 Mrd. € (Q4 2011: 4,50 Mrd. €).

Das Betriebsergebnis (Non-IFRS) verbesserte sich um 10 % (währungsbereinigt 9 %) auf 1,96 Mrd. € (Q4 2011: 1,78 Mrd. €). Die operative Marge

(Non-IFRS) sank um 0,8 Prozentpunkte auf 38,8 % (Q4 2011: 39,6 %). Ohne Berücksichtigung der Wechselkurse sank sie um 0,6 Prozentpunkte auf 39,0 %. Das Betriebsergebnis (IFRS) sowie die operative Marge (IFRS) wurden im vierten Quartal durch Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungsprogramme in Höhe



Der Geschäftsbericht 2012 wird voraussichtlich am 22. März 2013 veröffentlicht und kann im Internet gelesen werden unter: www.sapintegratedreport.de

von 185 Mio. € (2011: 1 Mio. €) sowie von akquisitionsbedingten Aufwendungen in Höhe von 151 Mio. € (Q4 2011: 116 Mio. €) beeinträchtigt. Die Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungsprogramme

haben sich hauptsächlich aufgrund neuer anteilsbasierter Vergütungsprogramme sowie des im Jahr 2012 deutlich gestiegenen Aktienkurses erhöht.

Der Gewinn nach Steuern (Non-IFRS) steigerte sich um 6 % auf 1.359 Mio. € (Q4 2011: 1.277 Mio. €). Auch das Ergebnis je Aktie (Non-IFRS, unverwässert) konnte um 7 % auf 1,14 € (Q4 2011: 1,07 €) zulegen. Die effektive Steuerquote (Non-IFRS) betrug 28,5 % (Q4 2011: 26,4 %).

Ausblick

Die SAP gibt den folgenden Ausblick für das Gesamtjahr 2013 (alle Angaben Non-IFRS, währungsbereinigt, ausgenommen Steuerquoten): Es wird erwartet, dass die Software und Cloud-Subskriptionserlöse um 14 % bis 20 % steigen werden (2012: 5,00 Mrd. €). Die Umsätze aus Cloud-Subskriptionen und -Support werden voraussichtlich mit rund 750 Mio. € (2012: 342 Mio. €) zu diesem Wachstum beitragen. Bei den SSRS-Erlösen wird ein Anstieg um 11 % bis 13 % erwartet (2012: 13,25 Mrd. €). Das Betriebsergebnis soll in einer Spanne von 5,85 Mrd. € bis 5,95 Mrd. €

liegen (2012: 5,21 Mrd. €). Es wird mit einer effektiven Steuerquote (IFRS) von 25,5 % bis 26,5 % (2012: 26,1 %) und einer effektiven Steuerquote (Non-IFRS) von 27,0 % bis 28,0 % (2012: 27,4 %) gerechnet.

Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für den Berichtszeitraum 1. Januar - 31. Dezember (ungeprüft)

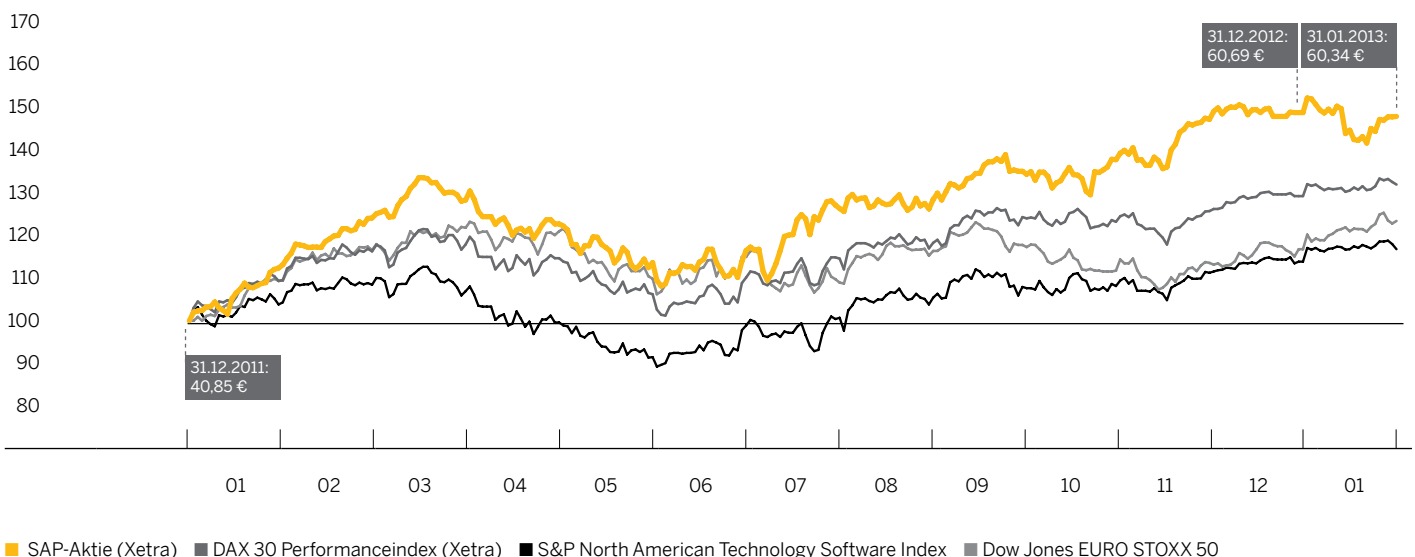
Mio. €, falls nicht anders bezeichnet	2012 (Non-IFRS)	2011 (Non-IFRS)	Veränderung (Non-IFRS)	Veränderung (Non-IFRS) währungsbereinigt	2012 (IFRS)	2011 (IFRS)	Veränderung (IFRS)
Software- und softwarebezogene Serviceerlöse	13.245	11.346	17 %	13 %	13.164	11.319	16 %
Beratungs- und sonstige Serviceerlöse	3.058	2.914	5 %	1 %	3.058	2.914	5 %
Umsatzerlöse	16.303	14.260	14 %	10 %	16.222	14.233	14 %
Operative Aufwendungen	-11.094	-9.550	16 %	12 %	-12.158	-9.352	30 %
Betriebsergebnis	5.209	4.710	11 %	7 %	4.064	4.881	-17 %
Gewinn nach Steuern	3.608	3.367	7 %	k. A.	2.826	3.439	-18 %
Ergebnis je Aktie, unverwässert, in €	3,03	2,83	7 %	k. A.	2,37	2,89	-18 %

Die SAP-Aktie

Die SAP-Aktie ist im Jahr 2012 um 48,6 % gestiegen und hat sich damit deutlich stärker gezeigt als die beiden wichtigsten Vergleichsindizes. Während der DAX 30 um 29,1 % zulegte, konnte der EURO STOXX 50 in den vergangenen zwölf Monaten 13,8 % hinzugewinnen.

SAP-Aktie im Vergleich zum DAX 30, zum Dow Jones EURO STOXX 50 und zum S&P North American Technology Software Index
31.12.2011 (= 100 %) bis 31.01.2013

Prozent



Im vierten Quartal erhöhte sich der SAP-Kurs um 10,1 %; DAX und EURO STOXX verzeichneten indes ein Plus von 5,5 % beziehungsweise 7,4 %. Die SAP-Aktie war mit einem Xetra-Schlusskurs von 55,11 € Ende September in den Dreimonatszeitraum gestartet. In der Folge fiel sie in einem von Sorgen um die spanischen Staatsschulden belasteten Sentiment auf ihr Quartalstief von 52,86 € am 23. Oktober.

Bereits am nächsten Tag jedoch lösten Rekordergebnisse für das dritte Quartal eine Aufwärtsbewegung aus, die die SAP-Aktie bis auf 57,34 € am 6. November führte.

Danach belasteten Bedenken hinsichtlich Euro-Schuldenkrise und Haushaltsproblemen in den USA die Stimmung an den Börsen, sodass der Kurswert noch einmal bis auf 55,35 € am 15. November zurückging. Aussagen, dass SAP ihr Umsatzziel von 20 Mrd. € bis 2015 schneller als geplant erreichen und das Cloud-Geschäft früher als gedacht profitabel werden könne, gaben dem Kurs in einem positiven Umfeld weiteren Auftrieb: Am 29. November überwand die SAP-Aktie die Marke von 60,00 € und notierte am 11. Dezember mit 61,43 € so hoch wie seit März 2000 nicht mehr, bevor sie das Börsenjahr 2012 schließlich bei 60,69 € beendete.

Nach Veröffentlichung erster vorläufiger Geschäftszahlen für das Gesamtjahr und das vierte Quartal 2012 Mitte Januar sank die SAP-Aktie in den folgenden Tagen bis auf 57,82 €. Obwohl SAP für das Berichtsjahr Rekordumsätze auswies und das Betriebsergebnis (Non-IFRS) währungsbereinigt auf 5,02 Mrd. € gestiegen war, hatten einige Investoren offenbar noch bessere Zahlen erwartet. Für eine Erholung sorgte die Bekanntgabe der gesamten vorläufigen Ergebnisse am 23. Januar: Die SAP-Aktie kletterte noch am selben Tag auf 59,20 € und bis zum Monatsultimo auf 60,34 €.

Stimmen zum Quartal

„JPMorgan belässt SAP auf ‚Overweight‘ – Ziel 65 €“ JPMorgan*

Die US-Bank JPMorgan hat die Einstufung für SAP nach Zahlen zum Geschäftsjahr 2012 auf „Overweight“ mit einem Kursziel von 65,00 € belassen. Die Aktie stehe zudem auf der „Analyst Focus List“, schrieb Analystin Stacy Pollard in einer am Freitag vorgelegten Studie. Die Resultate seien weitgehend im Rahmen der bereits veröffentlichten, vorläufigen Eckdaten ausgefallen. Angesichts des kräftigen Wachstums der Datenbank HANA und des Cloud-Geschäfts sei der Software-Hersteller auf einem guten Weg, die Unternehmensziele bis zum Jahr 2015 zu erreichen. Aufgrund des guten Geschäftsverlaufs rechne sie sogar damit, dass das Management die Zielvorgaben für den Konzernumsatz 2015 erhöhen könnte.

„SAP-Ziel gesunken auf 67,00 € – ‚Overweight‘“ Morgan Stanley*

Morgan Stanley hat das Kursziel für die Aktien von SAP nach Zahlen von 69,00 auf 67,00 € gesenkt, aber die Einstufung auf „Overweight“ belassen. Das vierte Quartal der Softwareschmiede habe zwar einige Enttäuschungen mit sich gebracht, der Konzern habe mit seiner Prognose den Markt aber von den weiteren Wachstumsaussichten überzeugt, schrieb Analyst Adam Wood in einer Studie vom Donnerstag. Der Experte senkte zwar seine Gewinnprognosen, was er auch mit negativen Währungseffekten begründete. Der Konzern dürfte die jetzt niedrigeren Erwartungen im ersten Quartal wegen der einfacheren Vergleichsbasis aber eher wieder erfüllen. Er bleibe deshalb bei seiner positiven Haltung zu den Aktien.

„Senkung des Ziels für SAP auf 58,00 € – ‚Neutral‘“ Citigroup*

Die US-Bank Citigroup hat das Kursziel für SAP nach endgültigen Zahlen zum vierten Quartal von 63,00 auf 58,00 € gesenkt und die Einstufung auf „Neutral“ belassen. Die finalen Resultate des Softwarekonzerns hätten insgesamt mit den vorläufigen Kennziffern übereingestimmt, schrieb Analyst Walter Pritchard in einer Studie vom Donnerstag. Der Ausblick für das Jahr 2013 signalisiere eine abnehmende Geschäftsdynamik und sei negativer als erwartet ausgefallen. Dies seien harte Voraussetzungen für eine überdurchschnittliche Entwicklung der SAP-Aktie, begründete der Experte die Zielsenkung.

„Ziel für SAP auf 86,00 € gesunken – ‚Conviction Buy‘“ Goldman Sachs*

Goldman Sachs hat das Kursziel für die Aktien von SAP nach Zahlen von 90,00 auf 86,00 € gesenkt, aber die Einstufung auf „Conviction Buy“ belassen. Der Ausblick der Softwareschmiede auf das Jahr 2013 stelle die erheblichen Fortschritte des Konzerns bei seinen neuen Produkten unter Beweis, schrieb Analyst Mohammed Moawalla in einer am Donnerstag vorgelegten Studie. Es sei auch akzeptabel, dass das höhere Umsatzwachstum wegen der Investitionen in neue Produkte kurzfristig zu Lasten der Gewinnmargen gehe. Seiner Meinung nach werden mit den neuen Produkten Vertriebsmöglichkeiten geschaffen. Der Konzern dürfte damit weiterhin stärker als die Konkurrenz wachsen.

„SAP bleibt auf ‚Underperform‘ – Ziel 46,00 €“ Cheuvreux*

Die französische Investmentbank Cheuvreux hat die Einstufung für SAP auf „Underperform“ mit einem Kursziel von 46,00 € belassen. Die vorläufigen Zahlen des Softwarekonzerns für das vierte Quartal seien schlechter als erwartet ausgefallen, schrieb Analyst Michael Beucher in einer Studie vom Donnerstag.

„Umsatzziel von 20 Mrd. € soll früher erreicht werden“ Independent Research*

Das Software-Unternehmen habe kürzlich eine überarbeitete Version seines Kernprodukts „Business Suite“ vorgestellt. Dieses könne nun auch mit der Speichertechnologie „HANA“ genutzt werden. Damit sei SAP im Bereich der Analyse und Verarbeitung großer Datenmengen sehr gut positioniert. Des Weiteren habe die Geschäftsführung kommuniziert, das avisierte Umsatzziel für das Jahr 2015 von 20 Mrd. € schon früher erreichen zu wollen. Ferner habe Hasso Plattner in einem Zeitungsinterview mitgeteilt, dass die Eigenständigkeit von SAP gesichert sei. Bei einem von 63,00 auf 66,00 € angehobenen Kursziel votieren die Analysten von Independent Research weiterhin mit „halten“ für die SAP-Aktie.

„SAP mit Ziel 73,00 € weiterhin auf ‚Buy‘“ Deutsche Bank*

Die Deutsche Bank hat die Einstufung für SAP auf „Buy“ mit einem Kursziel von 73,00 € belassen. Die Verbindung der Stammsoftware ERP Business Suite mit der Datenbank HANA dürfte die Marktanteile des Softwareherstellers weiter steigern und das Wachstum unterstützen, schrieb Analyst Kai Korschelt in einer Studie vom Montag. Aus seiner Sicht biete die Aktie ein langfristig attraktives Chance-Risiko-Verhältnis.

* Quelle: www.aktiencheck.de

Der Wendepunkt in Echtzeit



„Im Jahr 2010 gab Professor Hasso Plattner, Aufsichtsratsvorsitzender von SAP, den SAP-Kunden die Zusage, dass SAP HANA die Grundlage für eine intellektuelle Erneuerung der SAP bilden und als Basis sowohl bestehender als auch künftiger Anwendungen dienen wird. Über die letzten achtzehn Monate haben wir dieses Versprechen eingelöst. Mit der Möglichkeit, SAP Business Suite in Echtzeit zu nutzen, erreicht SAP heute einen weiteren wichtigen Meilenstein“ so Vishal Sikka, Mitglied des Vorstands der SAP AG und Leiter der Bereiche Technologie und Innovation Anfang Januar 2013, als er die Verfügbarkeit der SAP Business Suite auf SAP HANA bekannt gab.

Mit der SAP Business Suite auf der Basis von SAP HANA ist SAP der einzige Anbieter einer integrierten Suite von Unternehmensanwendungen, die Transaktionsdaten auf einer einzelnen In-Memory-Plattform in Echtzeit erfasst und analysiert. Durch die Nutzung einer einzelnen Plattform wird die Komplexität, verursacht durch redundante Daten und Systeme, verringert.

„SAP ERP läuft nun auf Basis von SAP HANA. Das ist ein Wendepunkt für John Deere.“

Unternehmensführung in Echtzeit

SAP Business Suite powered by SAP HANA ermöglicht Unternehmensführung in Echtzeit: Unternehmen können sofort und proaktiv Geschäfte abwickeln, Daten analysieren und Vorhersagen treffen. Dank der in Echtzeit gewonnenen Erkenntnisse sind sie in der Lage, auch umgehend zu handeln. SAP Business Suite powered by SAP HANA bringt den Kunden einen Mehrwert über alle Geschäftsprozesse und wird die Art, wie Unternehmen agieren und zusammenarbeiten, grundlegend verändern. Zahlreiche Geschäftsszenarien, darunter Marketinganalysen, Finanzabschlüsse, Forderungsmanagement und Materialplanung, aber auch Verbraucher- und Online-Stimmungsanalysen sowie die am häufigsten genutzten Berichte und Analysen im operativen Bereich, wurden optimiert.

SAP Business Suite powered by SAP HANA definiert Geschwindigkeit und Innovation in Unternehmen neu. Damit eröffnen sich neue Wachstumschancen. Kunden können nun entscheidende

Geschäftsprozesse wie Planung, Ausführung, Berichterstattung und Analyse in Echtzeit steuern, und zwar unter Verwendung der gleichen, stets aktuellen Daten. Für Kunden, die von der neuen SAP Business Suite profitieren wollen, stellt SAP ein Service Pack zur Verfügung. Für Bestandskunden, die ihre Datenbanken auf SAP HANA migrieren möchten,

hat SAP Rapid-Deployment-Solutions entwickelt.

Intelligere Innovationen

„SAP ERP läuft nun auf Basis von SAP HANA. Das ist ein Wendepunkt für John Deere. Bereits in einem frühen Stadium hat uns die Lösung überzeugt, und wir haben uns entschieden, SAP HANA als bevorzugte

„Das Ziel von Ferrero ist es, den Gesamtumsatz in nicht-europäischen Ländern in den nächsten fünf Jahren zu verdoppeln. SAP wird hierbei eine Schlüsselrolle für uns spielen.“

Plattform für unsere zahlreichen bestehenden und künftigen Anwendungen zu nutzen. Wir betrachten diese signifikante Innovation von SAP als eine neue Art, unser Geschäft zu führen. Wir können die Markteinführung von neuen Produkten und Dienstleistungen revolutionieren und wichtige Prozesse wie Materialplanung in Echtzeit durchführen. Zudem stehen uns ganz neue Bereiche wie vorbeugende Wartung zur Verfügung“, sagt Derek Dyer, Director Global SAP Services bei Deere and Company.

Schnellere Geschäftsprozesse

„Die Geschäftswelt dreht sich immer schneller, Entscheidungszyklen werden kürzer. Daher wächst die Notwendigkeit, immer weniger Zeit für die Erfassung und Analyse von Daten sowie die Ableitung von Maßnahmen aufzuwenden. SAP Business Suite powered by SAP HANA ist eine Antwort hierauf. SAP HANA verbindet sowohl transaktionale Verarbeitung als auch Analysen auf einer einzelnen Plattform und unterstützt so ein integriertes System für die Erfassung von Daten und Entscheidungsfindung. Durch die Integration von Transaktionsverwaltung mit Entscheidungsmanagement entfallen Verzögerungen und Ineffizienzen, wie sie üblicherweise durch parallele Systeme für den laufenden Betrieb und den Einsatz von Business Intelligence (BI) entstehen.“, so Henry Morris, Senior Vice President für Worldwide Software, Services, Big Data bei IDC sowie für Sales and Marketing Executive Advisory Research Groups.

Einfachere Zusammenarbeit im Geschäftsumfeld

„Das Ziel von Ferrero ist es, den Gesamtumsatz in nicht-europäischen Ländern in den nächsten fünf Jahren zu verdoppeln. SAP wird hierbei eine Schlüsselrolle für uns spielen. Unser erster Eindruck: Mit

SAP ERP powered by SAP HANA können wir Geschwindigkeit und Benutzbarkeit dank Informationen in Echtzeit erheblich verbessern. Durch bessere Simulationen und schnellere Planung erwarten wir klare Vorteile bei Verkaufsförderungen und in der Lieferkette. Für die Zukunft stellen wir uns die Verbindung von mobilen Technologien mit Big Data vor. Dies wird die Art und Weise, wie wir Entscheidungen treffen und unsere Prozesse steuern, verändern“, so Enzo Bertolini, CIO der Ferrero Group.

Lesen Sie, wie SAP HANA Branche für Branche verändert:

SAP HANA im Einzelhandel:

Tools wie Echtzeit-Rentabilitätsanalysen helfen dabei, für die dringendsten geschäftlichen Herausforderungen schnell die besten Maßnahmen festzulegen. Auf Kundenwünsche wird mit gezielten personalisierten Angeboten – zeit- und ortsunabhängig – reagiert. Ohne Verzögerung werden Lieferantennachteile berechnet und offene Rechnungen termingerecht eingezogen. Die gewonnenen Einblicke aus Kundeninteraktionen helfen bei der Entwicklung neuer Sortimente. Organisations- und kanalübergreifende Verkaufs- und Bestandsdaten sind stündlich erhältlich. Diese Einblicke in die Produktverfügbarkeit im gesamten Unternehmen ermöglichen es, Aufträge schneller zu erfüllen und die Kunden zufriedenzustellen.

SAP HANA für Banken:

Minutengenaue Einblicke in das Finanz- und Risikomanagement ermöglichen es, auf Risiken und Chancen sofort zu reagieren. Der Kundendienst wird über alle Kanäle hinweg, einschließlich Onlinebanking, Geldautomaten und Mailverkehr, verbessert. Ein sofortiger Zugriff auf relevante Kundenanalysen fördert das Cross- und Up-Selling, also die Vermarktung weiterer oder ergänzender Produkte an die jeweiligen Kunden. Mit der umfangreichen Auswertung von Echtzeit-Transaktionsdaten wird die Risikoanfälligkeit verringert, Trends und auch Betrugsversuche sind sofort erkennbar.

SAP HANA in der Konsumgüterindustrie:

Mit fundierten Echtzeitdaten zu Kundenverhalten und Marktbewegungen sind Unternehmen in der Lage, schneller zu wachsen und verschaffen sich durch die Auswertung von Trends einen Vorsprung am Markt. Mitarbeiter greifen in Echtzeit auf Informationen von internen und

externen Datenquellen zu und können sich auf Zielgruppen und Vertriebschancen mit hohen Renditen konzentrieren. Die Auswertung großer Mengen an Produkt-, Bestell-, Liefer-, POS- (Point of Sale) und Marktforschungsdaten erfolgt ebenfalls innerhalb von Sekunden. Werbeaktionen werden auf beliebige Kombinationen von Kundensegmenten, Händlern und Absatzgebieten zugeschnitten und die Nachfrage sowie Kapazität, Bestand und Distribution optimal aufeinander abgestimmt.

SAP HANA in der High-Tech-Branche:

Das Vorhersehen von Markttrends und das frühzeitige Erkennen von Kundenanforderungen erlauben es High-Tech-Unternehmen, zeitnah von Veränderungen am High-Tech-Markt zu profitieren. Neue innovative Produkte gelangen so früher zur Marktreife. Ein schneller Zugriff auf Rentabilitäts- und Kosteninformationen von Kunden, Märkten, Kanälen und Produktsegmenten wird gewährleistet. Die Simulation und Optimierung von Markteinführungsprogrammen ist in Echtzeit, basierend auf Preis, Produkt und Kanal, im Handumdrehen machbar. Cross-Selling- und Up-Selling-Chancen werden in Echtzeit ermittelt. Auf Änderungen in der Produktion, der Nachfrage, der Kapazität, dem Verbrauch und dem Bestand kann umgehend reagiert werden.

SAP HANA in der Telekommunikationsbranche:

Bessere Einblicke in das Kundenverhalten ermöglichen es, die Interaktion mit den Kunden zu optimieren und zugleich Umsatz und Kundenbindung zu verbessern. Die Fähigkeit, zielgerichtete Angebote und Produktzusammenstellungen zu entwickeln sowie die Option diese sofort am Markt zu lancieren, fördern ein nachhaltiges Wachstum. Probleme bei der Netz- und Geräteleistung werden sofort erkannt und können anschließend prompt behoben werden.

SAP HANA in der Versorgungswirtschaft:

Die Daten intelligenter Netze und Zähler werden ausgewertet, um die Energiebelieferung zu optimieren, Verbrauchsmuster zu erkennen, Energiekontingente zusammenzustellen und die Kosten zu senken. Davon profitieren auch die Kunden – nebst minimalen Kosten erhalten sie einen maximalen Service. Der Abgleich der Betriebsdaten aus intelligenten Netzen gibt einen Aufschluss darüber, welche Anlagen sich lohnen. Die Verbesserung der Transparenz des Netzbetriebs ermöglicht eine effizientere Investitionsplanung und Kostensenkungen. Ein zuverlässiger Betrieb der Anlagen wird – dank umfangreicher Datenanalysen – durch eine effektive Priorisierung in der Wartung sichergestellt. Alle Aspekte des Abrechnungsprozesses werden kenntlich gemacht und erzeugen einen sofortigen Überblick aller Einnahmeverluste und Zahlungsrückstände.

SAP HANA in der Öl- und Gasindustrie:

Ein detaillierter Überblick zum geplanten und tatsächlichen Bedarf über Produkte, Kanäle und Regionen hinweg verhilft zu einer entsprechenden Steuerung der Kapazitäten und des Bestandes. Mit den Finanz-, Performance- und Risikoanalysen sind in Echtzeit sofort Bereiche erkennbar, in denen Verbesserungen erforderlich sind. Mit der Nutzung von Simulationen haben Supply-Chain-Spezialisten die Option, sofort auf sich ändernde Bedingungen zu reagieren. Die Analyse der Zahlungshistorie verschafft Finanzabteilungen eine effiziente Verwaltung von Barmitteln und Liquidität.

Lesen Sie auf Seite 8, wie auf der Basis von SAP HANA eine individuelle und zugleich effizientere Behandlung von Krebspatienten ermöglicht wird.

Mit SAP HANA gegen Krebs



SAP und MolecularHealth, ein führendes Unternehmen für klinisch-molekulare Informatik, werden künftig zusammenarbeiten. Ziel ist es, die Entscheidungsfindung von Onkologen sowie die Behandlungsqualität für Krebspatienten zu verbessern. Hierfür entwickeln beide Unternehmen gemeinsam eine Lösung auf Basis der Plattform SAP HANA, mit der dank ihrer Schnelligkeit und Leistungsfähigkeit Terabytes an klinischen, molekularen und medikamentösen Daten in Echtzeit in effektive Behandlungsoptionen für jeden einzelnen Patienten übersetzt werden können.

Onkologen befassen sich fortlaufend damit, den richtigen Behandlungsansatz für jeden einzelnen Krebspatienten zu identifizieren. Hierzu gehört unter anderem die Wahl der wirksamsten Medikationen mit den geringsten Nebenwirkungen sowie die ‚personalisierte‘ Behandlung eines jeden Patienten, entsprechend der besonderen Charakteristika seiner Krebserkrankung. In den vergangenen Jahren hat es zwar erhebliche Fortschritte in der Krebsbehandlung gegeben, jedoch sind viele Krebserkrankungen, insbesondere in fortgeschrittenen Stadien, nach wie vor schwierig zu behandeln. Gerade durch personalisierte Krebstherapien, wie die Genomsequenzierung, sollen die Behandlungserfolge signifikant verbessert werden.



Die Behandlungserfolge werden signifikant verbessert

Jüngste technologische Fortschritte – insbesondere die Genomsequenzierung – ermöglichen die Analyse der individuellen Krebserkrankung eines Patienten und den Abgleich der Befunde mit den verfügbaren Medikamenten. Wichtige Erkenntnisse lassen sich gewinnen, indem sowohl die gesunden Zellen als auch die Krebszellen

eines Patienten einer Genomsequenzierung unterzogen werden. Anschließend können diese auf ihre Unterschiede und deren Auswirkungen auf die Erkrankung untersucht werden. Die personalisierte Medizin ermöglicht somit eine effizientere Auswahl der Medikation. Gleichzeitig verhilft sie zu einem besseren Verständnis für Nebenwirkungen und damit im besten Fall für deren Vermeidung.

Genomsequenzen in Behandlungsstrategien übersetzen

Bei der Genomsequenzierung entstehen rund zwei Terabyte an Daten pro Patient. Auf Papier gedruckt würde diese Datenmenge der Bibliothek einer mittelgroßen Grundschule entsprechen. Aus dieser Masse an klinischen Studien und Hunderten genehmigter Medikamente die passende Behandlungsstrategie für jeden Patienten auszuwählen, stellt für



Zum Unternehmen

MolecularHealth, ein Unternehmen für klinisch-molekulare Informatik, entwickelt die Präzisionsmedizin weiter, indem es patientenspezifische molekulare und genomische Daten, klinische Vorgeschichten sowie veröffentlichte wissenschaftliche und medizinische Daten in sicherere und effektivere Medikationsmöglichkeiten für Patienten überträgt. Das Lösungsportfolio des Unternehmens reicht von neuartigen Prüfmethode für Medikamentensicherheit über ein Vorhersage-Tool, das die molekulare Basis adverser Ereignisse analysiert, bis hin zu einem System zur Unterstützung von Behandlungsentscheidungen, das Genomsequenzen in evidenzbasierte Behandlungsstrategien für Krebspatienten umwandelt. MolecularHealth arbeitet unter anderem mit dem University of Texas MD Anderson Cancer Center und der U.S. Food and Drug Administration (FDA) zusammen.

Onkologen derzeit eine beträchtliche Herausforderung dar – ein Prozess, der sehr zeitaufwendig und komplex ist. An diesem Punkt soll die Lösung von MolecularHealth auf Basis von SAP HANA ansetzen und Ärzte unterstützen, die Genom-

2 Terabyte an Daten pro Patient



sequenzen von Tumor- und gesunden Zellen – das sind über drei Milliarden Datenpunkte – in mögliche Behandlungsstrategien zu übersetzen. Bei der Entwicklung der Lösung findet MolecularHealth Unterstützung von einem Netzwerk aus Onkologen, Forschern, Regulierungsbehörden, Life-Science-Firmen, Sequenzierungs-Laboren und Pflegeeinrichtungen, die fortwährend daran arbeiten, die Behandlung von Krebs- und anderen Patienten weiter zu verbessern. Die zugrunde liegende Technologie der Lösung SAP HANA soll dabei eine Echtzeit-Datenanalyse für effizientere Arbeitsabläufe und Skalierbarkeit ermöglichen. Mit sinkenden Kosten für die Sequenzierung von Tumoren wird die Verwendung genetischer Daten für Krankenhäuser zunehmend zu einer realistischen Option. Folglich werden Mediziner wie etwa Onkologen mehr Zeit für ihre Kernaufgabe haben – sich um ihre Patienten zu kümmern.

SAP verbessert Kundenerlebnis



Im wettbewerbsintensiven Umfeld von heute ist ein positives Kundenerlebnis ein wesentlicher Differenzierungsfaktor für Unternehmen. Mit der Lösung SAP 360 Customer bündelt SAP künftig In-Memory-, Cloud-, Mobil- und Collaborations-Technologien. Unternehmen erhalten so neue Interaktionsmöglichkeiten mit ihren Kunden, die über das traditionelle Customer Relationship Management (CRM) hinausgehen. Diese neue Art der Interaktion stärkt die Kundenbindung und hilft Unternehmen ihre eigenen Ressourcen optimal einzusetzen. Dank der In-Memory-Technologie von SAP HANA können Firmen auf der ganzen Welt diese Vision realisieren.

Die Erwartungen der Kunden gegenüber Unternehmen steigen. Somit reicht es heute nicht mehr aus, nur auf Kundenprobleme zu reagieren. Um ein erstklassiges Kundenerlebnis zu schaffen, müssen Unternehmen zunächst die Anforderungen, Präferenzen und das soziale Profil ihrer Kunden besser verstehen. Sie können dann ihre Kunden aktiv ansprechen, um ihnen so ein differenziertes und personalisiertes Kundenerlebnis zu bieten – das schafft Vertrauen.

360 Customer beschleunigt

SAP 360 Customer auf der Basis von SAP HANA liefert Unternehmen aussagekräftige Informationen, die in Echtzeit überall verfügbar sind. Unternehmen erhalten somit eine echte 360-Grad-Sicht auf ihre Kunden. Die neuartigen Funktionen der Lösung bieten Unternehmen die Möglichkeit, aus Informationen konkrete Maßnahmen abzuleiten und anhand kontextbezogener Echtzeitdaten ihre Kundenbeziehungen individuell zu gestalten. Mit der Lösung wird jedoch nicht nur das Kundenerlebnis deutlich verbessert, auch operative Abläufe werden effizienter gestaltet. Die Lösung unterstützt Mitarbeiter auch, wenn sie unterwegs sind. Sie verbessert damit die Zusammenarbeit und beschleunigt Transaktionen und Antwortzeiten.

Zentrale Prozesse werden um das 30-fache beschleunigt



Schon jetzt verändert die Lösung die Art und Weise, wie Unternehmen mit Kunden interagieren. Lenovo, mit 29 Mrd. US\$ Jahresumsatz zweitgrößter PC-Hersteller weltweit, hat die Plattform von SAP HANA als Pilotkunde eingesetzt, um sein Wachstum zu unterstützen. „Genau zu wissen, was zu jedem Zeitpunkt in unserem Unternehmen passiert, und schnell auf sich verändernde Marktbedingungen reagieren zu können, ist entscheidend für den Erfolg von Lenovo. SAP HANA hat sich als hochleistungsfähige Plattform erwiesen, die uns hilft, dieses Ziel zu erreichen. Daher testen wir zurzeit die Beschleunigung unseres Kundenbeziehungsmanagements mit SAP HANA. In der Validierungsphase konnten wir zentrale Prozesse bereits um das 30-fache beschleunigen. Die ersten Resultate sind vielversprechend: Wir erhalten in Echtzeit eine 360-Grad-Sicht auf unser Geschäft und können außerdem alle kundenseitigen Abläufe erheblich schneller machen“, erläutert Xiaoyu Liu, Vice President, Global Application Development bei Lenovo.

Drei wesentliche Elemente

Kunden werden insbesondere von drei Vorteilen von SAP 360 Customer profitieren:

- **Einblicke in Echtzeit:** Unternehmen erhalten umfassende Informationen über ihre Kunden, verstehen deren Anforderungen und Präferenzen und können zukünftiges Verhalten besser einschätzen. Diese 360-Grad-Kundensicht basiert auf Informationen aus direkten Interaktionen mit dem Kunden, Backoffice-Transaktionen und öffentlich zugänglichen Daten aus sozialen Netzwerken. Unternehmen können große Datenmengen in kürzerer Zeit abrufen, bestehende Prozesse deutlich beschleunigen und Entscheidungen wesentlich effektiver treffen – auch unterwegs von jedem Mobilgerät aus.
- **Interaktion in Echtzeit:** Echtzeitinformationen ermöglichen individuelle Interaktionen mit Kunden über alle Kommunikationskanäle. Unternehmen sind in der Lage, ein differenziertes Kundenerlebnis zu schaffen und ihren Kunden personalisierte Angebote zu machen, die genau auf deren spezifische Anforderungen und Wünsche zugeschnitten sind. Sie können sofort auf neue Informationen reagieren und aktiv Kundenbeziehungen pflegen, um Problemlösungen anzubieten, neue Produkte und Services vorzustellen sowie zukünftige Aktionen zu planen.
- **Ausführung in Echtzeit:** Mit der neuen Lösung können Unternehmen sofort durchgängige Kundenprozesse, die über das Frontoffice hinausgehen, ausführen und jedem Kunden ein eigenständiges Erlebnis bieten. Die in den SAP-Lösungen enthaltenen branchenspezifischen Best Practices helfen Unternehmen, jeden Kundenprozess effektiver und effizienter gestalten. So bekommen Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt, ob im Marketing, Vertrieb oder Service, neue und bessere Möglichkeiten, Kundenbeziehungen zu gestalten.

Die Veränderung geschieht hier



Im Jahr 2012 präsentierte SAP eine neue Aus- und Weiterbildungsmaßnahme für seine Mitarbeiter - das Social-Sabbatical. Ziel ist es, deren Fachwissen in Bereichen wie Strategie, Marketing, Kommunikation, IT, Finanzwesen oder Vertrieb zu nutzen, um gemeinnützige Organisationen und kleine Firmen in Schwellenländern zu unterstützen. Kleine Teams aus hoch qualifizierten SAP-Mitarbeitern helfen diesen Organisationen, Regierungsbehörden oder Bildungseinrichtungen dabei, geschäftliche oder organisatorische Herausforderungen zu lösen. Lesen Sie, wie Evan Welsh, Director of Global Media Relations bei SAP, gemeinsam mit zwei Kollegen, das Pilotprojekt im brasilianischen Belo Horizonte (BH) erlebte.

Neun SAP-Mitarbeiter aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen und fünf verschiedenen Ländern reisten im Juli 2012 für vier Wochen in die brasilianische Metropole BH, um sich dort ehrenamtlich bei gemeinnützigen Organisationen zu engagieren, drei davon bei ASMARE. Im Zentrum der Aktivitäten von ASMARE stehen die sogenannten Catadores (Müllsammler). Bereits seit über 50 Jahren gehören Müllsammler, meist Obdachlose, zum Stadtbild. Bis in die frühen 90er Jahre lebten und arbeiteten sie ohne jegliche Organisation, am Rande der Gesellschaft, in Armut, wurden diskriminiert, ignoriert, hatten keinen Zugang zu medizinischer Versorgung und das trotz der wichtigen ökologischen Rolle, die sie für die Erhaltung ihrer Umwelt spielten.

Komm, wie du bist

ASMARE wurde vor 22 Jahren von Dona Geralda mit Unterstützung des Verkehrsministeriums gegründet. Die heute 73-jährige verbrachte seit ihrem achten Lebensjahr einen Großteil ihres Lebens als obdachlose Müllsammlerin auf den Straßen von BH. Sie machte es sich einst zur Aufgabe für Not leidende Menschen zu kämpfen, die eine bessere Wohnsituation, Bildung sowie einen Zugang zu medizinischer Versorgung benötigen. Der Verein lebt von der Müllsammmlung und -trennung und engagiert sich für die gesellschaftliche Wiedereingliederung von Menschen am Existenzminimum. Pro Monat sammelt ASMARE in etwa 450 Tonnen Abfälle wie Papier, Papp-

Zeitschriften, Zeitungen, Aluminium Dosen, PET-Flaschen und Kunststoff. Nach der Trennung wird der Abfall komprimiert und aufbewahrt, bevor die einzelnen Stoffe in die Wiederverwertung gehen. Viele der heutigen Mitglieder von ASMARE waren obdachlos. Sie lebten in extremer Armut, manche waren alkohol- und/oder drogenabhängig und verbrachten teilweise auch Zeit im Gefängnis. Heute arbeiten rund 200 Mitglieder für den Verein und weitere 1.500 Menschen profitieren direkt oder indirekt von ihm. So betreibt der Verein Partnerschaften mit Unternehmen, Schulen, Wohnanlagen und anderen öffentlichen Einrichtungen. Die Partner spenden das zu recycelnde Material dem Verein und helfen gleichzeitig dabei, die Arbeitsplätze für die Sammler und Ex-Obdachlosen zu sichern. Über die Jahre hat es ASMARE geschafft, das Leben von Tausenden Obdachlosen grundlegend zu verändern, indem sie ihnen eine Ausbildung und einen rechtskräftigen Arbeitsvertrag gaben. So haben viele von Ihnen den Weg zurück in die Gesellschaft gefunden und können mit einem regelmäßigen monatlichen Einkommen wieder ein geregeltes Leben führen. „Die meisten von uns glauben an die Fähigkeit sich zu verändern. Zwar liegt noch ein weiter Weg vor uns, aber wir sagen den Catadores: komm, wie du bist – die Veränderung geschieht hier“ unterstreicht Dona Geralda.

Lebensgeschichten und Ziele

Während das Ziel von Evan Welsh und seinen beiden Kollegen aus der Ukraine

und Kanada darin bestand, für ASMARE ein neues Logo, einen elektronischen Newsletter, einen Katalog mit allen Produkten und Dienstleistungen des Vereins sowie ein neues Webdesign zu entwickeln, waren es vor allem die unterschiedlichen Geschichten, die sie in unzähligen Gesprächen mit den Menschen vor Ort bewegt haben. Das kleine Team sprach mit Recycling-Profis, wie auch mit anderen, deren Leben mit der Arbeit der Catadores in der einen oder anderen Weise in Verbindung steht - unter ihnen Professoren für Betriebswirtschaft, Polizeibeamte, Taxifahrer, Reiseveranstalter und Anwohner. Sie wollten verstehen, wie es ASMARE schafft, einstigen Obdachlosen einen Weg zurück in die Gesellschaft zu bereiten. Eines dieser Beispiele ist Fernando Godoy. Der 41-jährige ist in Sao Paolo aufgewachsen und verbrachte bereits drei Jahre im Gefängnis und etliche Monate auf der Straße, noch bevor er sein zwanzigstes Lebensjahr erreicht hatte. Er kam zu ASMARE um sich selbst zu beweisen, dass er die harte Arbeit der Catadores bewältigen kann – nachts auf den Straßen von BH den Müll zu sammeln und bei Tag die wertvollen wiederverwertbaren Materialien zu trennen. „Mein Leben hat sich von Wasser in Wein verwandelt“, sagt Fernando Godoy. Heute ist er Leiter der beiden Sammelstellen von ASMARE. Er ist bestrebt, ein gutes Vorbild für die anderen zu sein und versucht ihnen seine Erfahrungen zu vermitteln, damit sie nicht die gleichen Fehler begehen wie er. Nach Abschluss des Projektes musste Evan Welsh eingestehen, dass ASMARE nicht nur das Leben der Obdachlosen sondern auch sein eigenes Leben verändert hat. „Als ich vor 27 Tagen nach Belo Horizonte kam, hatte ich den Auftrag, einen Kommunikationsplan für ASMARE zu entwickeln, um die Organisation erfolgreicher zu machen. Dies haben wir in den zurückliegenden Wochen erfolgreich auf den Weg gebracht. Aber heute möchte ich noch mehr. Ich gehe jetzt mit dem Wunsch nach Hause, Veränderung im Leben vieler weiterer Catadores und anderer Menschen zu bewirken, die eines Tages bei ASMARE an die Tür klopfen und die Chance auf ein besseres Leben verdienen.“ sagt Evan Welsh.

SAP-Nachrichten

SAP beruft Bob Calderoni ins Global Managing Board

Bob Calderoni, CEO von Ariba, Inc., einem Unternehmen der SAP, wurde in das Global Managing Board der SAP berufen. Die Berufung folgt der erfolgreichen Übernahme von Ariba im Oktober 2012. Calderoni wird künftig alle cloud-basierten Beschaffungslösungen der SAP, einschließlich des schnell wachsenden Ariba Geschäftsnetzwerks verantworten, das die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen in der Cloud ermöglicht. "Unter Bobs Führung hat Ariba ein starkes, schnell wachsendes und profitables Geschäft im Cloud-Bereich aufgebaut", so die beiden SAP-Vorstandssprecher Bill McDermott und Jim Hagemann Snabe. "Durch die Übernahme von SuccessFactors sowie Ariba sind wir zu einem leistungsstarken Anbieter im Cloud-Geschäft geworden. Wir beglückwünschen Bob zu seiner Berufung in das Global Managing Board. Gemeinsam werden wir an unserem Ziel arbeiten, bis 2015 ein profitables Cloud-Geschäft im Bereich von 2 Milliarden Euro aufzubauen." Seit seinem Einstieg bei Ariba im Jahr 2000 hat Calderoni das Unternehmen erfolgreich von einem Anbieter von Beschaffungsanwendungen zum weltweit schlagkräftigsten Geschäftsnetzwerk ausgebaut. Vor seiner Aufgabe bei Ariba war Calderoni Senior Vice President Finance und Chief Financial Officer bei Avery Dennison, Senior Vice President und Corporate Controller bei Apple, sowie Vice President Finance und Chief Financial Officer in der Datenbanksparte von IBM. Er begann seine Karriere bei Arthur Andersen & Company.

Academy Cube: SAP ruft Bündnis für IT-Qualifikation ins Leben

Gemeinsam mit Partnern initiiert die SAP AG ein Bündnis für die Qualifizierung von Fachkräften in der Industrie. Ziel ist eine europaweit branchenübergreifende Plattform für die Weiterbildung von Fachkräften zum Erwerb von Zusatzqualifikationen im Bereich Informationstechnologie zu schaffen. Als Partner haben sich dem Bündnis derzeit die Festo Didactic GmbH & Co.KG, Microsoft Deutschland GmbH, die Robert Bosch GmbH, die Software AG, die ThyssenKrupp AG und das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz GmbH (DFKI) sowie das Europäische Innovations- und Technologieinstitut (EIT ICT Labs) angeschlossen. Das Bündnis lädt auch Unternehmen aus anderen europäischen Ländern ein, sich an der Initiative zu beteiligen. Die Bildungsangebote der Academy Cube Initiative werden sich vor allem an Berufseinsteiger und Arbeitssuchende in Europa wenden. Auch junge Fachkräfte aus südeuropäischen Ländern sollen damit angesprochen werden, um deren Chancen auf dem europäischen Arbeitsmarkt zu verbessern. Gleichzeitig soll der "Academy Cube" das Informationsangebot über Arbeitsmöglichkeiten für Fachkräfte im IT-Sektor in Deutschland und Europa verbessern und konkrete Stellenangebote beinhalten. Im Vordergrund stehen Qualifikationen, die Ingenieure in Europa benötigen, um in ihren angestammten Berufen zusätzlich Tätigkeiten aus dem Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie übernehmen zu können. Die Plattform wird auf der CeBIT 2013 der Öffentlichkeit vorgestellt.

Bosch zeichnet SAP als „Preferred Supplier“ aus

SAP hat von BOSCH die Auszeichnung „Preferred Supplier“ in der Kategorie 'Software Development and IT-System Configuration and Support' erhalten. Diese Auszeichnung verleiht die Robert Bosch GmbH an ausgewählte Lieferanten und Dienstleister, die nachhaltig die vorgegebenen Kennzahlen in Qualität, Termin und Liefertreue sowie Information und Preisniveau erfüllen und übertreffen. SAP unterstützt BOSCH nicht nur in strategischen Projekten durch Beratungs- und Entwicklungsleistungen, sondern leistet einen wichtigen Beitrag bei der Realisierung von innovativen Lösungen für die Fach- und Geschäftsbereiche. Außerdem realisiert SAP eine integrierte weltweite SRM Lösung für Bosch im Rahmen des Programms für die Verbesserung des neu strukturierten Einkaufs für direkte und indirekte Warengruppen. „Ich freue mich außerordentlich, dass es uns gelungen ist, die langjährige Zusammenarbeit mit BOSCH durch diese Auszeichnung zu belohnen“, so Michael Kleinemeier, President Region DACH, SAP. „Dies ist abermals Ansporn für uns, unsere Kunden bei der Erreichung ihrer Ziele nachhaltig zu unterstützen, indem wir qualitative Services und innovative Produkte liefern“.

SAP baut Strategie für Enterprise Social Software mit neuen Cloud-Angeboten aus

Immer mehr Firmen erkennen die positive Auswirkung, die die Nutzung von Enterprise Social Software auf ihr Geschäft hat. Entsprechend groß ist der Wettbewerb unter den Herstellern. Das Ziel der Social Software Strategie von SAP ist es, die Art und Weise, wie sich Geschäftsleute untereinander vernetzen und austauschen und wie sie mit ihren Kunden, Kollegen und Partnern zusammenarbeiten, zu verändern. Die Integration von Social-Funktionen und Kollaborationsmöglichkeiten in On-Premise-Anwendungen, Cloud-Applikationen und mobile Endgeräte verbessert die Interaktion mit Kunden und Partnern und unterstützt schlankere Arbeits- und Entscheidungsprozesse für schnellere Geschäftsergebnisse. SAP hat heute zwei neue Angebote vorgestellt: die Social-Software-Plattform SAP Jam sowie die Lösung SAP Social OnDemand. Mit SAP Jam lassen sich Funktionen in Anwendungen und tägliche Geschäftsprozesse integrieren, die den Austausch über Social-Kanäle ermöglichen. Kommunikationssilos werden dadurch eliminiert und eine ergebnisorientierte Zusammenarbeit unterstützt. SAP Social OnDemand hilft Unternehmen, geschäftsrelevante Erkenntnisse aus Gesprächen, die in sozialen Medien stattfinden, zu gewinnen. Mit der Lösung können sich Unternehmensbereiche wie Marketing und Kundenbetreuung besser mit ihren Kunden austauschen und so die Markenbindung verbessern, etwaige Reputationsrisiken erkennen und Marktchancen nutzen.



Impressum

Herausgeber:

SAP AG
Dietmar-Hopp-Allee 16
69190 Walldorf
E-Mail: investor@sap.com
Telefon: +49 6227 7-67336
Fax: +49 6227 7-40805

Konzept, Gestaltung, Redaktion:

HBS International
Fotonachweis:
Seite 1-12: SAP AG / Image Library
Abonnement:
www.sap.de/investor

Verantwortlich i.S.d.P.:

Stefan Gruber, Investor Relations
Projektmanagement:
Stephan Kahlhöfer, Investor Relations

Direkter Draht:

stephan.kahlhoefer@sap.com
Telefon +49 6227 7-67336
stefan.gruber@sap.com
Telefon +49 6227 7-52727

© 2013 SAP AG. Alle Rechte vorbehalten.

SAP, R/3, SAP NetWeaver, Duet, PartnerEdge, ByDesign, SAP BusinessObjects Explorer, StreamWork, SAP HANA und weitere im Text erwähnte SAP-Produkte und Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG in Deutschland und anderen Ländern.

Business Objects und das Business-Objects-Logo, BusinessObjects, Crystal Reports, Crystal Decisions, Web Intelligence, Xcelsius und andere im Text erwähnte Business-Objects-Produkte und Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der Business Objects Software Ltd. Business Objects ist ein Unternehmen der SAP AG.

Sybase und Adaptive Server, iAnywhere, Sybase 365, SQL Anywhere und weitere im Text erwähnte Sybase-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der Sybase Inc. Sybase ist ein Unternehmen der SAP AG.

Crossgate, m@gic EDDY, B2B 360°, B2B 360° Services sind eingetragene Marken der Crossgate AG in Deutschland und anderen Ländern. Crossgate ist ein Unternehmen der SAP AG.

Alle anderen Namen von Produkten und Dienstleistungen sind Marken der jeweiligen Firmen. Die Angaben im Text sind unverbindlich und dienen lediglich zu Informationszwecken. Produkte können länderspezifische Unterschiede aufweisen.

In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die vorliegenden Angaben werden von SAP AG und ihren Konzernunternehmen („SAP-Konzern“) bereitgestellt und dienen ausschließlich Informationszwecken. Der SAP-Konzern übernimmt keinerlei Haftung oder Garantie für Fehler oder Unvollständigkeiten in dieser Publikation. Der SAP-Konzern steht lediglich für Produkte und Dienstleistungen nach der Maßgabe ein, die in der Vereinbarung über die jeweiligen Produkte und Dienstleistungen ausdrücklich geregelt ist. Aus den in dieser Publikation enthaltenen Informationen ergibt sich keine weiterführende Haftung.

SAP INVESTOR

Online-Version abonnieren:
www.sap-investor.com
Anmelden unter „SAP INVESTOR abonnieren“



FINANZTERMINE

7. März 2013

Aktionärsforum Volksbank Kur- und Rheinpfalz eG, Speyer

19.04.2013

Veröffentlichung der Ergebnisse für das erste Quartal 2013

04.06.2013

Hauptversammlung, Mannheim

18.07.2013

Veröffentlichung der Ergebnisse für das zweite Quartal 2013

21.10.2013

Veröffentlichung der Ergebnisse für das dritte Quartal 2013

22.01.2014

Veröffentlichung der vorläufigen Ergebnisse für das vierte Quartal und das Gesamtjahr 2013



The Best-Run Businesses Run SAP™