

Software AG erzielt zweistelliges Umsatzwachstum im Digital Business

*Umstieg auf Subskriptionen stützt Umsatzwachstum des Digital Business von 10 Prozent
In Kombination mit dem guten Abschneiden des Geschäftsbereichs Adabas & Natural steigt der
Produktumsatz des Konzerns im zweiten Quartal um 17 Prozent*

Darmstadt, Deutschland, 21. Juli 2021: Die [Software AG](#) (Frankfurt MDAX®: SOW) gibt heute die Ergebnisse des zweiten Quartals 2021 bekannt.

Sanjay Brahmawar, Vorstandsvorsitzender der Software AG, kommentierte: „Unsere Fokussierung auf das Wachstum der Bookings in unserem Digital Business und der Umstieg auf Subskriptionen zeigt erste positive Auswirkungen auf unsere GuV und hat uns im Segment Digital Business in diesem Quartal ein zweistelliges Umsatzwachstum beschert. Diese ersten Anzeichen zeigen klar, dass unser Transformationsprogramm Helix Ergebnisse liefert, und ich bin sehr stolz auf unser Team, dass wir diesen wichtigen Meilenstein erreicht haben. Unsere Innovationen in die Produktbereiche IoT, Integration Platform as a Service, API-Management und Process Mining sind die Treiber für unseren Vertriebs Erfolg, und dank einer verbesserten Umsetzung konnten wir im zweiten Quartal eine Rekordzahl an Neukunden gewinnen. Da es uns gelingt, unsere Leistung immer zuverlässiger auf die Straße zu bringen, und aufgrund unserer stabilen Pipeline, bin ich zuversichtlich für die zweite Jahreshälfte.“

Dr. Matthias Heiden, Finanzvorstand der Software AG, kommentierte: „Dank der anhaltenden Stärke unseres Digital Business und der guten Performance des Geschäftsbereichs Adabas & Natural in diesem Quartal lagen unsere Ergebnisse über den Markterwartungen. Die Qualität und Planbarkeit unseres Umsatzstroms verbessert sich stetig; unsere ausgewogene Investitionsstrategie unterstützt unser Wachstum und hilft uns gleichzeitig, unsere Gewinnzusagen zu erfüllen. Wir haben uns daher gefreut, unsere Prognose für das Gesamtjahr 2021 sowie die für 2023 angestrebten Ziele zu bestätigen.“

Wichtige Ergebnisse

[Sofern nicht anders gekennzeichnet, erfolgen alle Angaben nach IFRS. Veränderungen werden währungsbereinigt und gerundet dargestellt.]

- Der **Produktumsatz** im Digital Business stieg im zweiten Quartal um 10 Prozent und um 5 Prozent im ersten Halbjahr, Zeichen für den deutlichen Fortschritt der Transformation. Hinzu kam ein starkes Quartal des Geschäftsbereichs Adabas & Natural (A&N), wodurch der Gesamtproduktumsatz um 17 Prozent im zweiten Quartal und um 6 Prozent im ersten Halbjahr zulegen.
- Die **Bookings (normalisierter Auftragseingang)** im Digital Business verzeichneten ein Plus von 8 Prozent im zweiten Quartal und von 13 Prozent im ersten Halbjahr. Die A&N-Bookings erhöhten sich im zweiten Quartal um 48 Prozent. Für das erste Halbjahr ergibt sich somit ein Anstieg von 8 Prozent.

- **Dynamische Entwicklung bei den Subskriptionen im Digital Business:** 94 Prozent der Bookings im zweiten Quartal kamen aus Subskriptionen und Software as a Service (SaaS). Der Annual Recurring Revenue (ARR, jährlich wiederkehrender Umsatz) stieg im Vergleich zum Vorjahr um 9 Prozent. Der Anstieg des wiederkehrenden Umsatzes war Treiber für das Wachstum des Gesamtproduktumsatzes im ersten Halbjahr. Der wiederkehrende Umsatz erreichte einen Anteil von 91 Prozent am Gesamtproduktumsatz.
- Die **operative Ergebnismarge (EBITA, non-IFRS)** von 27,8 Prozent im zweiten Quartal und von 21,3 Prozent im Halbjahr steht für eine starke Leistung und spiegelt die über den Erwartungen liegenden A&N-Ergebnisse wider.
- Die **Prognose für das Gesamtjahr 2021 wurde bestätigt**, ebenso wurden die Ziele für das Jahr 2023 bekräftigt.

Strategische Highlights

- Das Konzept des **Truly Connected Enterprise unterstützt Erfolge im Vertrieb:** Innovationen in den Bereichen Integration Platform as a Service (iPaaS) und API-Management haben in diesen Produktbereichen zu einem hohen zweistelligen Wachstum geführt. Aufgrund der starken Nachfrage nach Business-Transformation-Software konnte auch der Produktbereich Process Mining ein zweistelliges Wachstum ausweisen. Die Anerkennung, die das Unternehmen in der Branche erfährt, und das Kunden-Feedback zeigen sich in einem Net Promoter Score (NPS) von +57.
- **Investitionen in Vertriebsmaßnahmen liefern frühzeitige Ergebnisse:** Nach einem Rekordergebnis im zweiten Quartal von 72 Neukunden konnten im ersten Halbjahr insgesamt 140 Neukunden gewonnen werden (zweites Quartal 2020: 54, erstes Halbjahr 2020: 110). Bei Migrationsverträgen liegt der Multiplikator weiter bei ca. 1,4x. Das durchschnittliche Vertragsvolumen konnte in sämtlichen Vertragsbandbreiten zwischen 250.000 Euro und 1 Million+ gesteigert werden.
- **Progressive Entwicklung bei der Skalierung über das Partnernetzwerk des Konzerns:** Die zusätzlichen Bookings über Partner beliefen sich auf 13 Prozent der gesamten Digital-Business-Bookings, im Vergleich zu 7 Prozent vor Beginn der Transformation. Die Zusammenarbeit mit den Cloud-Partnern Microsoft und AWS trägt weiter Früchte und mündete im zweiten Quartal in einige große Verträge.
- **Interne Talente stärken Führungsebene:** Mit Wirkung zum 1. August wurde Scott Little zum Chief Revenue Officer ernannt und Dr. Benno Quade zum Chief Customer Success Officer. Beide gehören nun zusammen mit den Mitgliedern des Vorstands zum erweiterten Management Team. Mike Haugen wurde zum Senior Vice President, Sales für die Region Americas ernannt.

Geschäftsumfeld

Die Software AG operiert in einem globalen Markt, der sich immer weiter in Richtung digitale Transformation bewegt. Mit seinem Konzept des Truly Connected Enterprise adressiert das

Unternehmen ein Marktvolumen von 28 Milliarden Euro. In den für das Unternehmen wichtigen Märkten Integration und API sowie IoT & Analytics wird bis zum Jahr 2024 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate, CARG) von 10 Prozent bzw. 26 Prozent erwartet. Im Digital Business, dem Geschäftsbereich der Software AG, der direkt auf diese Märkte abzielt, verzeichnete das Unternehmen ein zweistelliges Wachstum, und zwar in einer Periode, in der bei vielen Unternehmen dieser Zielmärkte, etwa im Banken- und Finanzdienstleistungssektor, im Einzelhandel, im Bereich Supply-Chain und Logistik, in der Medizintechnik und in der Fertigung, die Digitalisierungsprogramme an Fahrt aufnehmen. Die jüngsten Erfolge im Bereich Medizintechnik belegen, dass der Konzern weiter reproduzierbare und skalierbare Lösungen für diese interessanten Märkte bereitstellen kann. Die COVID-19-Pandemie hat zudem den Druck auf Unternehmen verstärkt, ihre Vernetzung voranzutreiben, insbesondere müssen sie sich mit der Veränderung der Arbeitsorte, -methoden und -anforderungen ihrer Mitarbeiter auseinandersetzen. Daher trifft das fokussierte, cloudfähige und subskriptionsbasierte Produktangebot der Software AG bei potenziellen Kunden weiter auf große Resonanz: Das Unternehmen kann sich gegen Mitbewerber durchsetzen und regelmäßig Neukunden gewinnen.

Führende Wachstumsindikatoren und Tempo des Umstiegs auf Subskriptionen

Der Konzern misst weiterhin führende Kennzahlen, die den Erfolg seiner Transformation belegen. Diese Kennzahlen zeigen Aspekte der Konzernleistung, die allein durch die veröffentlichten IFRS-Kennzahlen nicht deutlich werden. Der Konzern-**ARR, ein wichtiger Vertrauensindikator des zukünftig wiederkehrenden Umsatzpotenzials**, lag am Ende des zweiten Quartals bei 539,4 Millionen Euro, ein Plus von 8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der ARR im Digital Business des Konzerns stieg im Vergleich zum Vorjahr um 9 Prozent auf 380,3 Millionen Euro. Der **wiederkehrende Umsatz** verbesserte sich von 146,4 Millionen Euro im zweiten Quartal 2020 auf 169,1 Millionen Euro im zweiten Quartal des Jahres 2021, das entspricht einem Anteil von 94 Prozent am Gesamtproduktumsatz des Konzerns; der für das Jahr 2023 angestrebte Wert von 85 Prozent wurde somit übertroffen. Der **Anteil der Bookings aus Subskriptionen und SaaS im Digital Business des Konzerns** stieg im zweiten Quartal 2021 auf 94 Prozent, im zweiten Quartal 2020 betrug er 88 Prozent.

Entwicklung der Bookings im zweiten Quartal und im ersten Halbjahr 2021

Die Konzern-Bookings erreichten im zweiten Quartal 126,6 Millionen Euro und im ersten Halbjahr 215,4 Millionen Euro. Das entspricht einem Wachstum von 18 Prozent bzw. 12 Prozent (zweites Quartal 2020: 109,8 Millionen Euro, erstes Halbjahr 2020: 200,0 Millionen Euro), das auf die hohe Dynamik des **Digital Business** und die über den Erwartungen liegende **A&N**-Performance zurückzuführen ist. Die Digital-Business-Bookings beliefen sich im Quartal auf 86,1 Millionen Euro und im ersten Halbjahr auf 153,5 Millionen Euro, ein Anstieg von 8 Prozent bzw. 13 Prozent (zweites Quartal 2020: 81,6 Millionen Euro; erstes Halbjahr 2020: 139,7 Millionen Euro).

Die starke Geschäftsentwicklung im **A&N**-Segment des Konzerns erklärt sich vor allem aus der Verschiebung von Vertragsabschlüssen vom ersten Quartal und durch Vertragsabschlüsse, die aus der Pipeline des dritten Quartals vorgezogen wurden. Die Bookings erreichten im zweiten Quartal 40,6 Millionen Euro und im ersten Halbjahr 61,9 Millionen Euro, was einem Wachstum von 48 Prozent bzw. 8 Prozent entspricht (zweites Quartal 2020: 28,2 Millionen Euro, erstes Halbjahr 2020:

60,2 Millionen Euro). Der Anstieg der A&N-Bookings im zweiten Quartal ist hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass der Umsatz mit Subskriptionen, der im zweiten Quartal 2020 bei 20 Millionen Euro lag, im zweiten Quartal 2021 auf 31,5 Millionen Euro angestiegen ist. Es ist nicht davon auszugehen, dass sich diese Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte wiederholen wird. Daher erwartet der Konzern unverändert, dass das Ergebnis für das Gesamtjahr in etwa auf dem Niveau des Jahres 2019 liegen wird.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal und im ersten Halbjahr 2021

Im zweiten Quartal erzielte die Software AG einen **Gesamtumsatz** von 218,2 Millionen Euro und im ersten Halbjahr 2021 von 401,3 Millionen Euro (zweites Quartal 2020: 204,6 Millionen Euro, erstes Halbjahr 2020: 411,7 Millionen Euro). Das entspricht auf währungsbereinigter Basis einem Plus von 10 Prozent bzw. 1 Prozent. Dieses starke Ergebnis erklärt sich durch einen Anstieg des **Produktumsatzes** von 17 Prozent im zweiten Quartal auf 180,9 Millionen Euro und von 6 Prozent im ersten Halbjahr 2021 auf 327,4 Millionen Euro (zweites Quartal 2020: 158,9 Millionen Euro, erstes Halbjahr 2020: 319,9 Millionen Euro).

Der Anteil des **Umsatzes mit Subskriptionen** am Produktumsatz des Konzerns erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 95 Prozent im zweiten Quartal und um 89 Prozent im ersten Halbjahr. Auch der **SaaS-Produktumsatz** verzeichnete ein starkes Wachstum: Im zweiten Quartal legte er um 47 Prozent zu, im ersten Halbjahr um 44 Prozent. Da sich der Umstieg des Konzerns auf Subskriptionen beschleunigt, sanken der Umsatz mit **unbefristeten Lizenzen** und der **Wartungsumsatz** im zweiten Quartal um 5 Prozent bzw. um 12 Prozent und um 34 Prozent bzw. 11 Prozent im ersten Halbjahr 2021.

Im Bereich **Professional Services** wurde im zweiten Quartal ein Umsatz von 37,3 Millionen Euro erzielt. Bereinigt um den Verkauf des spanischen Professional-Services-Geschäfts entspricht dies einem Wachstum von 7 Prozent. Im ersten Halbjahr lag der Umsatz von Professional Services bei 73,9 Millionen Euro. Auf bereinigter Basis bedeutet dies ein Wachstum von 6 Prozent. Auf Basis dieses einstelligen bereinigten Umsatzwachstums erzielte Professional Services einen Gewinnanstieg von 24 Prozent auf 7,5 Millionen Euro im zweiten Quartal und von 67 Prozent im ersten Halbjahr auf 13,9 Millionen Euro (zweites Quartal 2020: 6,3 Millionen Euro, erstes Halbjahr 2020: 8,7 Millionen Euro).

Das **EBIT** des Konzerns von 50,1 Millionen Euro im zweiten Quartal und von 65,4 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2021 lag über den Markterwartungen. Hier profitierte der Konzern von einem höheren Umsatz und leicht niedrigeren Kosten als erwartet (zweites Quartal 2020: 31,9 Millionen Euro, erstes Halbjahr 2020: 60,7 Millionen Euro). Das Konzern-EBITA (non-IFRS) betrug im zweiten Quartal 60,8 Millionen Euro und im ersten Halbjahr 85,3 Millionen Euro (zweites Quartal 2020: 41,4 Millionen Euro, erstes Halbjahr 2020: 81,1 Millionen Euro). Daraus resultierte eine operative EBITA-Marge (non-IFRS) von 27,8 Prozent im zweiten Quartal und von 21,3 Prozent im ersten Halbjahr (Q2 2020: 20,2 Prozent, erstes Halbjahr 2020: 19,7 Prozent).

Der Free Cashflow des Konzerns lag im zweiten Quartal bei 18,5 Millionen Euro, ein Rückgang von 5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Im ersten Halbjahr betrug der Cashflow des Konzerns 58,2 Millionen Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 18 Prozent. Das Jahr 2021 wird die Talsohle im Cashflow des Konzerns markieren, bevor ab dem Jahr 2022 eine Expansion erwartet wird.

Mitarbeiter

Zum 30. Juni beschäftigte die Software AG konzernweit 4.696 (30. Juni 2020: 4.642) Mitarbeiter (umgerechnet in Vollzeitstellen, Full-Time Equivalent, FTE). Die Vergleichszahl für 2020 ist um 438 FTE bereinigt, die dem verkauften spanischen Professional-Services-Bereich des Konzerns angehörten. Damit ist im Vergleich zum Vorjahr ein Anstieg der Mitarbeiterzahl von 1 Prozent zu verzeichnen.

Prognose

Der Konzern hat seine Prognose für das Gesamtjahr 2021 bestätigt. Der währungsbereinigte Prognosekorridor (Marge ausgenommen) stellt sich wie folgt dar:

- Bookings Digital Business: +15 Prozent bis +25 Prozent
- Bookings A&N: -30 Prozent bis -20 Prozent
- Produktumsatz: 0 Prozent bis +5 Prozent
- Operative Ergebnismarge (EBITA, non-IFRS): 16 Prozent bis 18 Prozent

Der Konzern bestätigt außerdem seine mittelfristigen Ziele: Konzernumsatz von 1 Milliarde Euro, operative Marge von 25 bis 30 Prozent (EBITA, non-IFRS), wiederkehrender Produktumsatz von 85 bis 90 Prozent und eine CAGR im Digital Business von ca. 15 Prozent im Jahr 2023.

Telefonkonferenz

Am Mittwoch, den 21. Juli, findet um 9:30 Uhr MESZ (8:30 Uhr BST) ein Webcast für Finanzanalysten und Medienvertreter statt. Bitte melden Sie sich hier an, um die Einwahldaten zu erhalten: https://investors.softwareag.com/de_de.html

Über die Software AG

Die Software AG ist der Softwarepionier der vernetzten Welt. Seit dem Jahr 1969 hat das Unternehmen mehr als 10.000 Firmen und Organisationen dabei unterstützt, Menschen, Unternehmen, Systeme und Geräte durch Software zu verbinden. Mithilfe von Integration & APIs, IoT & Analytics sowie Business & IT Transformation ebnet die Software AG den Weg zum vernetzten Unternehmen; ihre Produkte sind der Schlüssel für einen ungehinderten Datenfluss und eine reibungslose Zusammenarbeit. Im Geschäftsjahr 2020 hatte das Unternehmen rund 4.700 Beschäftigte in mehr als 70 Ländern und erwirtschaftete einen Jahresumsatz von mehr als 800 Millionen Euro. Bis 2023 strebt es eine Umsatzsteigerung auf mehr als 1 Milliarde Euro an.

Weitere Informationen finden Sie unter softwareag.de. Folgen Sie uns auf [LinkedIn](#) und [Twitter](#).

Frederic Freichel

Senior Manager, Investor Relations
E: frederic.freichel@softwareag.com
T: +49 6151 92-1106

Dr. Astrid Kasper

Head of Corporate Communications
E: astrid.kasper@softwareag.com
T: +49 6151 92-1397

Dorothee Tschampa

Senior Manager, Financial Communications
E: dorothee.tschampa@softwareag.com
T: +49 6151 92-1575

Konzernzahlen im Überblick

Zweites Quartal 2021 – Kennzahlen zum 30. Juni 2021

in Mio. Euro (soweit nicht anders vermerkt)	Q2 2021	Q2 2020	%	% acc ¹	HJ 1 2021	HJ 1 2020	%	% acc ¹
Konzern-Bookings²	126,6	109,8	+15	+18	215,4	200,0	+8	+12
Geschäftsbereich Digital Business	86,1	81,6	+5	+8	153,5	139,7	+10	+13
Geschäftsbereich A&N	40,6	28,2	+44	+48	61,9	60,2	+3	+8
Subskriptionen	94,5	73,8	+28	+32	141,5	106,9	+32	+37
Software as a Service (SaaS)	18,1	18,3	-2	0	31,8	26,8	+19	+21
Unbefristete Lizenzen	14,0	17,7	-21	-19	42,1	66,3	-36	-34
Konzern-Annual-Recurring-Revenue (ARR)²	539,4	508,4	+6	+8	-	-	-	-
Geschäftsbereich Digital Business	380,3	355,2	+7	+9	-	-	-	-
Geschäftsbereich A&N	159,1	153,2	+4	+6	-	-	-	-
Konzernumsatz	218,2	204,6	+7	+10	401,3	411,7	-3	+1
Produktumsatz	180,9	158,9	+14	+17	327,4	319,9	+2	+6
Geschäftsbereich Digital Business	113,7	106,7	+7	+10	212,7	210,2	+1	+5
Geschäftsbereich A&N	67,2	52,4	+28	+32	114,7	109,8	+4	+9
Subskriptionen	73,0	38,4	+90	+95	108,0	58,9	+83	+89
Software as a Service (SaaS)	10,5	7,3	+44	+47	20,0	14,2	+41	+44
Wartung aus unbefristeten Lizenzen	85,6	100,7	-15	-12	170,7	201,9	-15	-11
Unbefristete Lizenzen	11,8	12,6	-6	-5	28,6	44,8	-36	-34
EBIT (IFRS)	50,1	31,9	+57	+65	65,4	60,7	+8	+18
EBITA (non-IFRS) (operatives Ergebnis)	60,8	41,4	+47	-	85,3	81,1	+5	-
<i>in % des Umsatzes (operative Marge)</i>	27,8	20,2	-	-	21,3	19,7	-	-
Nettoergebnis (non-IFRS)	40,4	28,2	+43	-	57,2	56,1	+2	-
Ergebnis je Aktie (non-IFRS)³ in Euro	0,55	0,38	+43	-	0,77	0,76	+2	-
Free Cashflow	18,5	19,4	-5	-	58,2	71,4	-18	-
Free Cashflow je Aktie³ in Euro	0,25	0,26	-5	-	0,79	0,96	-18	-
Mitarbeiter (FTE)⁴ (in Tausend)	4.696	4.642	+1	-	-	-	-	-
davon in Deutschland	1.327	1.271	+4	-	-	-	-	-

¹ Währungsbereinigt.

² Definitionen auf Seite 50 des [Geschäftsberichts 2020](#).

³ Basierend auf durchschnittlich ausstehenden Aktien (unverwässert) Q2 2021: 74,0 Mio./Q2 2020: 74,0 Mio.

⁴ Ohne 438 FTE der verkauften Professional-Services-Einheit in Spanien.