

Brief des Chief Executive Officer

Die Software AG steigerte im vierten Quartal 2022 den Produktumsatz im Digital Business das siebte Quartal in Folge und erfüllte die Prognose für das Geschäftsjahr. Das seit vier Jahren erfolgreich laufende Transformationsprogramm Helix hat die Grundlage für die zukünftige Weiterentwicklung der Strategie geschaffen.

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

Ich freue mich, Ihnen im Namen des Vorstands den Geschäftsbericht für das Jahr 2022 vorzulegen. Wir haben im vierten Quartal ein starkes Ergebnis erzielt und konnten trotz der anhaltenden makroökonomischen Herausforderungen die Prognosen für das Geschäftsjahr 2022 erfüllen, im Geschäftsbereich Adabas & Natural (A&N) sogar übererfüllen. Unsere Erfolge – die Ergebnisse einer tiefgreifenden Transformation – sind die Basis, auf der wir unsere zukünftige Strategie entwickeln.

Dafür haben wir zunächst fünf strategische Prioritäten für das Jahr 2023 festgelegt: Wir werden unser Cloud-Geschäft ausbauen, uns verstärkt auf den Markt für Anwendungs- und Datenintegration konzentrieren, um die steigenden Marktchancen zu nutzen und unseren Wettbewerbserfolg zu steigern. Wir werden auch unseren Vertrieb spezialisieren und verstärkt auf Partnerschaften setzen. Auch werden wir die operationale Effizienz steigern, sodass wir ein schlankeres Unternehmen werden. Angesichts der steigenden Nachfrage nach Software as a Service (SaaS) und der zunehmenden Bedeutung unseres Angebots für Cloud-Integration werden dies zentrale Themen sein. Zudem werden wir unser Geschäft effizient skalieren, den Vertrieb optimieren und in Anbetracht der unsicheren makroökonomischen Situation ein gründliches Kostenmanagement betreiben. Diese Maßnahmen werden es uns ermöglichen, das Geschäft effizienter, produktiver und profitabler zu skalieren.

ERGEBNISSE IM JAHR 2022: 10 % ORGANISCHES ARR-WACHSTUM – KONTINUIERLICHER FORTSCHRITT DES TRANSFORMATIONSPROZESSES WIRKT ALS WACHSTUMSTREIBER

Trotz der anhaltenden Herausforderungen im gesamtwirtschaftlichen Umfeld haben wir im Jahr 2022 ein starkes Ergebnis erzielt. Bei den organischen Bookings im Segment Digital Business sahen wir ein konsistentes Wachstum von 15 % im vierten Quartal auf 197,6 Mio. €, wodurch wir im Gesamtjahr die Bookings auf 478,9 Mio. € steigern konnten. Im Vergleich zum Vorjahr erzielten wir eine Steigerung von 12 % und erreichten damit die ausgegebene Prognosespanne.

Unter Einbeziehung von StreamSets, unserer Akquisition im Bereich Datenintegration, die wir Mitte April 2022 abgeschlossen haben, beliefen sich die Konzern-Bookings im Digital Business auf 555,6 Mio. € im Gesamtjahr, ein Plus von 29 %. Der organische Gesamtumsatz erreichte 292,0 Mio. € im vierten Quartal und 930,8 Mio. € im Gesamtjahr. Das entspricht einem Anstieg von 19 bzw. 6 %. StreamSets eingerechnet, verbuchte die Software AG im vierten Quartal einen Konzernumsatz von 303,8 Mio. € und von €958,2 Mio. € im Gesamtjahr, ein Anstieg von 24 bzw. 8 %. Der organische Produktumsatz wuchs im vierten Quartal um 24 % und erreichte 251,4 Mio. €, im Gesamtjahr stieg er um 7 % auf 773,4 Mio. € und lag damit innerhalb der Prognosespanne. Unter Berücksichtigung des StreamSets-IFRS-Umsatzes erhöhte sich der Konzernproduktumsatz im vierten Quartal um 28 % auf 261,0 Mio. € und im Gesamtjahr um 10 % auf 795,6 Mio. €.

Der jährlich wiederkehrende Umsatz (Annual Recurring Revenue, ARR), unsere Kennzahl für den zukünftigen Umsatz und Cashflow und ab dem Geschäftsjahr 2023 unsere führende Prognosekennzahl, lag am Ende des vierten Quartals auf organischer Basis bei 660,0 Mio. €. Dies entspricht einem Wachstum von 10 % im Vergleich zum Vorjahr. Der organische ARR im Digital Business erhöhte sich im Jahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr um 11 % auf 476,2 Mio. €, wobei die SaaS-Bookings dreimal schneller als die Subskriptionen wuchsen. Der organische wiederkehrende Umsatz erreichte im Gesamtjahr einen Anteil von 93 % am organischen Gesamtproduktumsatz und lag damit über dem ursprünglichen Helix-Ziel von 85 bis 90 %. StreamSets eingerechnet, wuchs der Konzern-ARR im Digital Business um 20 % – angetrieben vom kontinuierlichen zweistelligen StreamSets-Wachstum.

Im Segment A&N stiegen die Bookings aus Subskriptionen im vierten Quartal um 144 % auf 76,3 Mio. €, daraus resultierten im Gesamtjahr A&N-Bookings von 144,5 Mio. €, ein Wachstum von 23 %, was über der Prognosespanne lag.

Wir verzeichneten weiterhin ein robustes organisches Ergebnis im Rahmen der Erwartungen für das Jahr 2022: Die organische Ergebnismarge (EBITA, non-IFRS) erreichte 23,1 % im vierten Quartal und 21,2 % im Gesamtjahr und lag damit innerhalb der Prognosespanne.

WICHTIGE WACHSTUMSBEREICHE ENTWICKELN SICH WEITER STARK

Dieses starke Ergebnis spiegelt die kontinuierlichen Fortschritte wider, die wir dank unserer Transformation im Jahr 2022 erreicht haben. Eines der wichtigsten Ziele des Helix-Programms war die signifikante Verbesserung unseres Cloud-Produktangebots, sodass dieses unser zukünftiges Wachstum vorantreiben kann.

Die erneute Beschleunigung wird getragen von der hohen Qualität unseres Cloud-Angebots und unseren Wachstumsprodukten – webMethods.io, ARIS Cloud, Cumulocity IoT und StreamSets – die zusammen zum starken zweistelligen Anstieg des ARR beigetragen haben. Dieses Produktangebot ist die Basis für den Erfolg des Neukundengeschäfts. So konnten wir im Berichtsjahr 333 neue Kunden gewinnen und im zweiten Jahr in Folge ein Rekordergebnis erzielen. Im vierten Quartal wurden alle Software AG-Produkte für API-Management und Industrial IoT im Magic Quadrant von Gartner als „Leader“ eingestuft, und unser Net Promoter Score (NPS) stieg im Jahr 2022 von +52 im Vorjahr auf +61.

Besonders stark zeigte sich der Bereich Integration & API-Management, da Kunden weiterhin ein großes Interesse an innovativen Lösungen haben, mit denen sie einen Nutzen aus den Daten ziehen können, die in unterschiedlichen Cloud-, On-Premises- und Anwendungssystemen liegen und eigentlich nicht darauf ausgelegt sind, zusammenzuarbeiten. Unsere wichtigsten Produkte in diesem Bereich sind webMethods.io, unsere Plattform für Cloud-Integration und modernes API-Management, und unsere jüngste Akquisition, StreamSets. StreamSets ist weiter stark gewachsen und hat zusätzliche Synergieerfolge ermöglicht, beispielsweise im vierten Quartal den Vertragsabschluss mit Dubai Airports, der auf dem Synergieerfolg mit G42 aufbaut, den wir im dritten Quartal gewinnen konnten.

UNSERE PRIORITÄTEN FÜR DAS JAHR 2023 – NÄCHSTE PHASE DER TRANSFORMATION

Wir befinden uns im letzten Jahr unseres Helix-Transformationsprogramms und haben intensiv an der Planung der nächsten Wachstumsphase gearbeitet. Die Nachfrage nach unseren Produkten bleibt robust, aber wir sind uns bewusst, dass sich aufgrund des makroökonomischen Umfelds die Verkaufszyklen verlängern werden, und haben dies bei der Budgetplanung berücksichtigt. Die folgenden fünf Grundprinzipien liegen sowohl unserem Plan für 2023 als auch der mittelfristigen Planung zugrunde, die wir auf unserem Kapitalmarkttag im späteren Jahresverlauf im Detail vorstellen werden. Diese Schwerpunkte sind das Ergebnis eines ehrlichen und selbstkritischen Prozesses, in dem wir unsere Stärken und Verbesserungspotenziale identifiziert haben. Sie wurden mit voller Unterstützung unseres neuen Aufsichtsrats und unter Mitwirkung unseres erneuerten Vorstands entwickelt und untermauern unseren Ausblick für das angelaufene Jahr und liefern einen guten Eindruck davon, wie wir uns die langfristige Zukunft des Unternehmens vorstellen.

- 1. Beschleunigte Umstellung auf Cloud-first:** Aufgrund der hohen Qualität unserer Cloud-Produkte stieg die Cloud-Nachfrage stärker als erwartet, und die organischen SaaS-Bookings im Digital Business erhöhten sich im Jahr 2022 um 30 %. Wir werden spezielle SaaS-Vertriebsprogramme für Wachstumsprodukte wie webMethods.io und StreamSets priorisieren, um von diesen Marktchancen zu profitieren.
- 2. Schwerpunkt auf Innovationen im Bereich Integration:** Die Märkte für die Integration von Cloud-Daten und die Anwendungsintegration weisen ein Wachstum von 21 % auf und werden bis zum Jahr 2026 ein Volumen von 11 Mrd. € erreichen. Wir werden Ressourcen in diesen Bereich leiten, in dem wir führende Produkte anbieten, aktuell wachsen und Potenzial für weiteres Wachstum vorhanden ist. Des Weiteren werden wir Innovationen für die wichtigsten Produkte, webMethods.io und StreamSets, beschleunigt vorantreiben.
- 3. Stärkere Spezialisierung des Vertriebs zur Steigerung von Effektivität und Effizienz:** Wir werden, beginnend in Nordamerika, den Vertrieb spezialisieren, um mit unseren Wachstumsprodukten eine größere Wirkung zu erzielen. Dies wird die Effektivität des Go-to-Market-Ansatzes verbessern und zu einer höheren Vertriebseffizienz führen.
- 4. Ausschöpfung der Möglichkeiten von A&N:** Wir werden die andauernde Umstellung auf Subskriptionen fortführen, die den Weg bereitet für das Rehosting in der Cloud und die Interaktion zwischen den A&N-Kunden und dem breiteren Digital Business des Konzerns.

5. Optimierung der operativen Schlagkraft: Wir werden unsere Effizienz und Produktivität mithilfe eines Programms steigern, das die operative Schlagkraft verbessert und im Jahr 2023 zu einer Margenverbesserung in Höhe von rund 30 Mio. bis 35 Mio. € beitragen und danach weiteren Nutzen liefern wird. Davon werden rund 200 Mitarbeiter oder 4 % der Belegschaft (Full-Time Equivalents, FTEs) betroffen sein. Gleichzeitig bleibt unternehmensweit die finanzielle Disziplin ein wichtiger Schwerpunkt, insbesondere Cash und Cash-Management. Wir arbeiten daran, die anhaltenden Cashflow-Auswirkungen einzudämmen, die daraus resultieren, dass unsere Kunden die Produkte vermehrt über Subskriptionen und SaaS beziehen. Wir fördern die richtigen Vertriebspraktiken, etwa in Verhandlungen über Zahlungsfristen, und streben insgesamt eine größtmögliche Kosteneffizienz an. Unsere volle Konzentration liegt darauf, profitables Wachstum zu gewährleisten.

Ich bin stolz auf das, was wir im Jahr 2022 geleistet haben. Unser Ergebnis zeigt, dass wir, insbesondere im Segment Digital Business, mit einer starken Dynamik ins Jahr 2023 starten, die durch die steigende Nachfrage nach unseren Cloud-Produkten untermauert wird.

Der Vorstand und ich freuen uns darauf, die Software AG im Jahr 2023 weiter in Richtung unserer Ziele voranzubringen und das Unternehmen kontinuierlich auf nachhaltiges, profitables, langfristiges Wachstum auszurichten.

Mit freundlichen Grüßen



Sanjay Brahmawar
Chief Executive Officer

Weitere Informationen zu den Mitgliedern des Vorstands finden sich im Konzernanhang unter [Ziffer \[34\]](#).