

## Software AG setzt robuste Umsatz- und Ergebnisentwicklung fort, Ausblick für Bookings im Digital Business angepasst

**Darmstadt, Deutschland, 15. Juli 2022:** Die [Software AG](#) (Frankfurt MDAX®: SOW) hat heute ihre vorläufigen Ergebnisse für das zweite Quartal und das erste Halbjahr 2022 bekannt gegeben.

**Sanjay Brahmawar, Vorstandsvorsitzender der Software AG, sagte:** *„Die Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal wurde geprägt von unserer andauernden Umstellung auf Abonnements und Software as a Service. Aufgrund der schwächeren Entwicklung der Bookings im Digital Business und des sich verändernden gesamtwirtschaftlichen Umfelds haben wir entschieden, den Jahresausblick für die Bookings im Digital Business anzupassen. Der gute Start in den Juli zeigt die anhaltende Stärke der Nachfrage und der Pipeline, und ich bin zuversichtlich, dass wir sowohl unsere angepasste Prognose für die Digital Business Bookings als auch unsere sonstigen unveränderten Ziele für das Jahr 2022 erreichen werden.“*

**Dr. Matthias Heiden, Finanzvorstand der Software AG, sagte:** *„Uns ist bewusst, dass wir im zweiten Quartal im Digital Business Chancen liegengelassen haben. Doch dieses Ergebnis schmälert nicht unsere Fähigkeit, kontinuierlich profitabel zu wachsen. Auch die Umsatzqualität verbessert sich stetig, der positive Trend bei ARR und wiederkehrendem Umsatz hält an. Wir konzentrieren uns weiterhin auf ein effektives Kostenmanagement und halten an dem Ziel einer hohen Profitabilität fest, dabei streben wir in der zweiten Jahreshälfte eine Beschleunigung unseres Wachstums an.“*

### Highlights

- **Bookings (normalisierter Auftragseingang) im Digital Business** wachsen im zweiten Quartal organisch um 7 Prozent und 27 Prozent, wenn StreamSets einbezogen wird. Im ersten Halbjahr liegt die Steigerung bei 11 Prozent bzw. 22 Prozent.
- **Jährlich wiederkehrender Umsatz (Annual Recurring Revenue, ARR) im Digital Business** stieg Ende Juni unterstützt durch das Wachstum des Neugeschäfts des Konzerns im Vergleich zum Vorjahr organisch um 11 Prozent. StreamSets einbezogen, lag das Wachstum bei 19 Prozent.
- **Stärke des organischen Produktumsatzes im Digital Business** hält bei einem Wachstum von 8 Prozent im zweiten Quartal und von 9 Prozent im ersten Halbjahr an.
- **StreamSets** verzeichnete im zweiten Quartal ein starkes Wachstum von mehr als 50 Prozent.
- **Robuste Entwicklung der organischen operativen Ergebnismarge (EBITA, non-IFRS)** von 24,6 Prozent im zweiten Quartal und von 22,3 Prozent im ersten Halbjahr.
- **Vorstand wird erweitert** um führenden Branchenexperten **Joshua Husk**, der als Chief Revenue Officer (CRO) die Schlagkraft des Vertriebs verbessern wird. **Dr. Benno Quade** wird als Chief Operating Officer (COO) die operativen Prozesse weiter vorantreiben. Beide treten ihre Vorstandsmandate am 1. August 2022 an.
- **Prognose für das Bookings-Wachstum im Digital Business** für das Gesamtjahr 2022 angepasst auf +12 bis +18 Prozent.
- Die **Gesamtjahresprognose für alle anderen Kennzahlen bleibt unverändert**, ebenso wie die organischen Ziele und die Ziele des Gesamtkonzerns.

*[Sofern nicht anders gekennzeichnet, erfolgen alle Angaben nach IFRS. Veränderungen werden währungsbereinigt und gerundet dargestellt. In den organischen Ergebnissen ist der Beitrag von StreamSets nicht berücksichtigt. Die Konzernergebnisse beinhalten StreamSets.]*

## **Veränderungen im Vorstand**

Die Software AG gibt heute Veränderungen im Vorstand bekannt. Damit will der Konzern die Schlagkraft des Vertriebs verbessern und die Verantwortung für alle Maßnahmen zur Verbesserung der Operational Excellence und zur Vereinfachung bündeln. Durch diese Veränderungen wird der Vorstand auf sechs Mitglieder erweitert. Die Veränderungen werden es dem Unternehmen ermöglichen, die Umsetzung der Transformation noch wirksamer zu beschleunigen. Die Steigerung des Gewinns, begleitet von einem kontinuierlichen Wachstum, rückt dadurch noch stärker in den Fokus, die Führungsstruktur des Konzerns wird an die branchenüblichen Gepflogenheiten angeglichen und die Ausgangsposition des Konzerns für nachhaltiges, profitables Wachstum noch einmal verbessert.

Joshua Husk ist zum Konzern-CRO ernannt worden und löst in dieser Funktion Scott Little ab, der das Unternehmen verlassen hat. Husk wird Mitglied des Vorstands der Software AG und verfügt über genau die Kompetenzen, die für die Software AG bei der weiteren Beschleunigung ihrer Transformationsstrategie wichtig sind. Er ist ein erfahrener Vertriebler, der Vertriebsorganisationen in wettbewerbsintensiven Märkten aufgebaut hat, und hatte unterschiedliche Führungspositionen inne, unter anderem bei First Data Corporation, IBM, Intel, Oracle und zuletzt bei dem Cloud-Unternehmen Samba Nova. Seine Erfahrung erstreckt sich über alle Go-to-Market-Funktionen, einschließlich Direktvertrieb, Kooperationen und Vertriebskanäle, Produktmanagement und Inside Sales.

Dr. Benno Quade wird als COO des Konzerns ebenfalls in den Vorstand aufgenommen. Quade ist ein herausragender Kandidat aus den eigenen Reihen, er ist seit 10 Jahren bei der Software AG und mit der Unternehmens- und Transformationsstrategie bestens vertraut. Seine Stationen im Unternehmen waren die des Chief Legal Officer, des Chief Operating Officer für die Go-to-Market-Organisation und zuletzt des Chief Customer Success Officer.

**Sanjay Brahmawar, Vorstandsvorsitzender der Software AG, sagte:** „Joshuas Fokus auf präzise Umsetzung, Produktivität und Kundenerfolg erfüllt unsere Anforderungen in dieser Beschleunigungsphase unserer Strategie in idealer Weise. Als Mitglied des Vorstands wird er in der Lage sein, sofort positive Veränderungen zu bewirken. Bei Benno bin ich mir sicher, dass auch er einen enormen Beitrag zur Verbesserung unserer operativen Prozesse und zur kontinuierlichen Steigerung unserer Marge leisten wird. Ich gratuliere beiden zu ihren neuen Aufgaben und möchte mich auch bei Scott Little für sein Engagement und seine Verdienste um die Software AG bedanken. Wir wünschen ihm alles Gute für seine nächste berufliche Station.“

## **Geschäftsumfeld**

Was die Marktchancen der Software AG anbelangt hält die Entwicklung des globalen Markts in Richtung digitale Transformation an. Daraus resultiert eine signifikante Nachfrage nach den cloudbasierten Produkten des Konzerns, die Unternehmen beim Aufbau eines modernen digitalen Rückgrats unterstützen. Die Produkte des Konzerns bleiben im aktuellen gesamtwirtschaftlichen Umfeld geschäftskritisch, und die Nachfrage nach den Produkten des Konzerns wird gestützt durch den steigenden Kostendruck bei den Kunden und die Notwendigkeit, die Effizienz ihres Geschäftsbetriebs zu verbessern.

Trotz einer robusten Nachfrage nach den Produkten des Konzerns beobachtet die Software AG erste Anzeichen dafür, dass Kunden ihre Entscheidungen hinausschieben, um auf ein verändertes gesamtwirtschaftliches Umfeld zu reagieren.

Die Software AG kann ihren Kunden entlang ihrer gesamten digitalen Infrastruktur einen Mehrwert bieten. Das verschafft ihr weiterhin eine ausgezeichnete Wettbewerbsposition und untermauert ihre Fähigkeit, sich einen Zielmarkt mit einem Volumen von 61 Milliarden Euro zu erschließen, für den bis

zum Jahr 2026 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate, CAGR) von 16 Prozent erwartet wird. Dieser Markt besteht aus drei Segmenten: Erstens, einem Markt von 16 Milliarden Euro, der aktuell durch das vorhandene Produktportfolio und die bestehende Vertriebsorganisation des Konzerns abgedeckt wird. Zweitens, einem Segment, das die verbleibenden Möglichkeiten für diese Produkte und Services in angrenzenden Marktsegmenten wie dem Mittelstand umfasst. Und drittens, einem Segment, das nur durch zusätzliche neue Technologie oder Go-to-Market-Fähigkeiten erschlossen werden kann. Auf die Erschließung dieses dritten Segments zielt die M&A-Strategie des Konzerns, die er mit der Akquisition von StreamSets im ersten Halbjahr 2022 eingeleitet hat.

### **Prognose**

Der Konzern hat entschieden seinen Gesamtjahresausblick 2022 für die Bookings im Digital Business auf ein Wachstum von 12 bis 18 Prozent anzupassen. Grund hierfür sind schwächer als erwartet ausgefallene Digital Business Bookings im zweiten Quartal sowie darüber hinaus erste Anzeichen dafür, dass Kunden ihre Entscheidungen aufgrund des sich verändernden gesamtwirtschaftlichen Umfelds verzögern. Während das allgemeine Nachfrageumfeld robust bleibt, geht der Konzern davon aus, dass sich dieses veränderte Entscheidungsverhalten auch in der zweiten Jahreshälfte fortsetzen wird und damit die Wahrscheinlichkeit von Verzögerungen im zeitlichen Ablauf von Vertragsabschlüssen steigt. Für alle anderen Kennzahlen bleibt der Gesamtjahresausblick 2022 unverändert, ebenso die organischen Ziele für das Jahr 2023: Konzernumsatz von 1 Milliarde Euro, operative Marge von 25 bis 30 Prozent, Anteil des wiederkehrenden Produktumsatzes von 85 bis 90 Prozent und eine CAGR im Digital Business von rund 15 Prozent. Zusätzlich zur organischen Gesamtjahresprognose erwartet der Konzern aufgrund der Hereinnahme von StreamSets weiterhin für das Gesamtjahr einen Anstieg des Non-IFRS-Produktumsatzes zwischen 12 Prozent und 16 Prozent sowie Auswirkungen auf das Non-IFRS-EBITA zwischen -17 Millionen Euro und -13 Millionen Euro.

Über das aktuelle Jahr hinaus geht die Software AG davon aus, dass die Akquisition im Jahr 2023 zum organischen Wachstum des Unternehmens beitragen wird. Mit der Hinzunahme von StreamSets zum organischen Geschäft erwartet der Konzern, dass der Gesamtumsatz über seinem Ziel von 1 Milliarde Euro liegen wird.

### **Führende Indikatoren für die Dynamik des organischen Wachstums und das Tempo des Umstiegs auf Subskriptionen**

Der Konzern misst weiterhin führende Kennzahlen, die den Erfolg seiner Transformation unterstreichen. Diese Kennzahlen beleuchten Aspekte der Konzernleistung, die allein durch die veröffentlichten IFRS-Kennzahlen nicht deutlich werden. Der **Konzern-ARR, ein immer wichtigerer Vertrauensindikator des zukünftig wiederkehrenden Umsatz- und Cashflow-Wachstumspotenzials**, lag am Ende des zweiten Quartals bei 625,0 Millionen Euro und hat sich damit im Vergleich zum Vorjahr um 9 Prozent verbessert. Der organische ARR im Digital Business des Konzerns stieg im Vergleich zum Vorjahr um 11 Prozent auf 447,4 Millionen Euro. Der organische **wiederkehrende Umsatz** erreichte im zweiten Quartal 169,3 Millionen Euro, minus um 6 Prozent im Vergleich zum zweiten Quartal 2021, und stieg im ersten Halbjahr auf 317,2 Millionen Euro, plus 1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das entspricht einem Anteil am organischen Gesamtproduktumsatz von 93 Prozent und übertrifft den bis zum Jahr 2023 angestrebten Anteil von 85 Prozent. Der **Anteil der Bookings aus Abonnements und Software as a Service (SaaS) im Geschäftsbereich Digital Business** erreichte im zweiten Quartal 89 Prozent, im ersten Halbjahr lag der Anteil bei 85 Prozent.

### Entwicklung der Bookings in den einzelnen Geschäftsbereichen im zweiten Quartal und ersten Halbjahr

Die organischen **Konzern-Bookings** lagen im zweiten Quartal bei 112,8 (Vj. 126,6) Millionen Euro, verglichen mit dem Vorjahr ein Minus von 15 Prozent, Grund dafür ist die Entwicklung des Segments Adabas & Natural (A&N). Die Bookings lagen mit 225,1 Millionen Euro im ersten Halbjahr auf Vorjahresniveau.

StreamSets eingerechnet, beliefen sich die **Konzern-Bookings** im zweiten Quartal auf 132,2 Millionen Euro und im ersten Halbjahr auf 244,5 Millionen Euro.

Auf organischer Basis stiegen die Bookings im **Digital Business** des Konzerns im zweiten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um 7 Prozent auf 96,5 (Vj. 86,1) Millionen Euro und im ersten Halbjahr um 11 Prozent auf 176,2 (Vj. 153,5) Millionen Euro.

StreamSets eingerechnet, beliefen sich die Konzern-Bookings im **Digital-Business** im zweiten Quartal auf 115,9 Millionen Euro und im ersten Halbjahr auf 195,6 Millionen Euro.

Das Segment **A&N** erwirtschaftete Bookings von 16,3 (Vj. 40,6) Millionen Euro im zweiten Quartal und von 48,9 (Vj. 61,9) Millionen Euro im ersten Halbjahr. Das entspricht im Vergleich zum Vorjahr einem erwarteten Rückgang von 62,7 Prozent bzw. 26,2 Prozent.

### Konzernumsatz- und Konzernergebnisentwicklung im zweiten Quartal und im ersten Halbjahr

Der organische **Gesamtumsatz** der Software AG belief sich im zweiten Quartal auf 219,9 (Vj. 218,2) Millionen Euro und im ersten Halbjahr auf 426,0 (Vj. 401,3) Millionen Euro. StreamSets eingerechnet, erwirtschaftete die Software AG im zweiten Quartal einen Konzernumsatz von 226,9 Millionen Euro und im ersten Halbjahr von 432,9 Millionen Euro.

Auf organischer Basis sank der **Produktumsatz** im zweiten Quartal um 5,4 Prozent auf 181,8 (Vj. 180,9) Millionen Euro, im ersten Halbjahr stieg er um 1,4 Prozent auf 348,7 (Vj. 327,4) Millionen Euro. Den IFRS-Umsatz von StreamSets eingerechnet, erreichte der **Konzernproduktumsatz** im zweiten Quartal 187,6 Millionen Euro und 354,6 Millionen Euro im ersten Halbjahr.

Der organische Produktumsatz im **Digital Business** wuchs im zweiten Quartal um 8,4 Prozent auf 130,0 (Vj. 113,7) Millionen Euro und verbesserte sich damit im fünften Quartal in Folge. Im ersten Halbjahr stieg der Produktumsatz im **Digital Business** um 8,5 Prozent auf 240,9 (Vj. 212,7) Millionen Euro. StreamSets eingerechnet, belief sich der Produktumsatz des Konzerns im **Digital Business** auf 135,8 Millionen Euro im zweiten Quartal und auf 246,8 Millionen Euro im ersten Halbjahr.

Der **A&N**-Produktumsatz lag im zweiten Quartal bei 51,8 (Vj. 67,2) Millionen Euro, im Vergleich zum Vorjahr ist das ein erwartetes Minus von 28,8 Prozent. Im ersten Halbjahr belief sich der **A&N**-Produktumsatz auf 107,8 (Vj. 114,7) Millionen Euro.

Im Geschäftsbereich **Professional Services** ging der Umsatz im zweiten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um 4 Prozent auf 38,1 (Vj. 37,3) Millionen Euro zurück. Das Ergebnis betrug im zweiten Quartal 6,9 (Vj. 7,5) Millionen Euro, währungsbereinigt ein Rückgang von 14 Prozent. Im ersten Halbjahr ging der Umsatz mit **Professional Services** im Vergleich zum Vorjahr um 1 Prozent auf 77,2 (Vj. 73,9) Millionen Euro zurück, und das Ergebnis belief sich auf 13,7 (Vj. 13,9) Millionen Euro, währungsbereinigt ein Minus von 7 Prozent.

Das organische **EBIT** des Unternehmens betrug im zweiten Quartal 46,8 (Vj. 50,1) Millionen Euro und 76,8 (Vj. 65,4) Millionen Euro im ersten Halbjahr. Das **operative Ergebnis** des Konzerns (EBITA, non-IFRS) lag bei 54,0 (Vj. 60,8) Millionen im zweiten Quartal, daraus resultierte eine operative Ergebnismarge (EBITA, non-IFRS) von 24,6 (Vj. 27,8) Prozent, die um 3,2 Prozentpunkte unter einem

außergewöhnlich guten Vergleichswert des Vorjahres lag. Im ersten Halbjahr lag das **operative Ergebnis** (EBITA, non-IFRS) des Konzerns bei 94,9 (Vj. 85,3) Millionen Euro, daraus resultierte eine operative Ergebnismarge (EBITA, non-IFRS) von 22,3 (Vj. 21,3) Prozent, die um 1 Prozentpunkt über der Vorjahresmarge lag.

StreamSets eingerechnet, lag das **operative Konzernergebnis** (EBITA, non-IFRS) bei 49,4 Millionen Euro im zweiten Quartal und bei 90,3 Millionen Euro im ersten Halbjahr.

### **Telefonkonferenz**

Am 15. Juli 2022 um 9:30 Uhr MESZ (8:30 Uhr BST) findet ein Webcast statt. Die Einwahldaten finden Sie hier: [Result Center \(softwareag.com\)](https://www.softwareag.com/result-center).

### **Über die Software AG**

Die Software AG ist der Softwarepionier der vernetzten Welt. Seit dem Jahr 1969 hat die Gesellschaft 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 2021 hatte das Unternehmen mehr als 4.800 Beschäftigte in mehr als 70 Ländern und erwirtschaftete einen Jahresumsatz von mehr als 830 Millionen Euro. Bis 2023 strebt die Software AG eine organische Umsatzsteigerung auf mehr als 1 Milliarde Euro und eine organische operative Ergebnismarge (EBITA, non-IFRS) zwischen 25 und 30 Prozent an. Bis zum Jahr 2023 strebt die Software AG eine organische Umsatzsteigerung auf mehr als 1 Milliarde Euro und eine organische operative Ergebnismarge (EBITA, non-IFRS) zwischen 25 und 30 Prozent an.

Folgen Sie uns auf [LinkedIn](#) und [Twitter](#).

### **Kontakt:**

#### **Anfragen von Investoren**

##### **Robin Colman**

Senior Vice President, Corporate Development and Investor Relations

E: [robin.colman@softwareag.com](mailto:robin.colman@softwareag.com)

T: +49 6151 92-1274

#### **Anfragen von Medienvertretern**

##### **Dr. Astrid Kasper**

Senior Vice President, Corporate Communications, Sustainability and Public Affairs

E: [astrid.kasper@softwareag.com](mailto:astrid.kasper@softwareag.com)

T: +49 6151 92-1397

##### **Dorothee Tschampa**

Senior Manager, Financial Communications

E: [dorothee.tschampa@softwareag.com](mailto:dorothee.tschampa@softwareag.com)

T: +49 6151 92-1575

## **Haftungsausschluss**

Dieses Dokument enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf Annahmen des Vorstands der Software AG (zusammen mit den konsolidierten Tochtergesellschaften der „Software AG-Konzern“) beruhen und Vorhersagen, Prognosen oder andere Aussagen über zukünftige Ereignisse darstellen. Zukunftsgerichtete Aussagen geben eine zum Zeitpunkt der Aussage aktuell bestehende Einschätzung der Software AG bezüglich zukünftiger Ereignisse und Ergebnisse wieder, welche naturgemäß Risiken und Unsicherheiten unterliegen.

Die tatsächlichen Ergebnisse können von den hier projizierten Zahlen deutlich abweichen, da sie von einer Vielzahl veränderlicher Faktoren abhängen, zum Beispiel der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung oder Branchenentwicklung, Wechselkursschwankungen, der Einführung konkurrierender Produkte/Angebote, fehlender Marktakzeptanz neuer Produkte, Dienstleistungen und Technologien oder Veränderungen der Unternehmensstrategie. Die Software AG ist nicht verpflichtet, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren und übernimmt auch keine Verpflichtung dies zu tun.

Dieses Dokument stellt weder ein Angebot noch eine Empfehlung zur Zeichnung oder zum Erwerb von Wertpapieren der Software AG oder eines der Unternehmen dar, die derzeit oder in Zukunft zum Software AG-Konzern gehören, noch ist dieses Dokument Bestandteil eines solchen Angebots und sollte auch nicht als ein solches verstanden werden. Dieses Dokument stellt weder ein Angebot zum Verkauf von Wertpapieren noch eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika oder einer anderen Jurisdiktion dar, in der ein solches Angebot oder eine solche Aufforderung nicht zulässig ist, oder gegenüber einer Person, der gegenüber ein solches Angebot oder eine solche Aufforderung rechtswidrig ist. Wertpapiere der Software AG dürfen in den Vereinigten Staaten von Amerika nur mit vorheriger Registrierung oder ohne vorherige Registrierung nur aufgrund einer Freistellung von Registrierung gemäß der aktuell gültigen Fassung des U.S. Securities Act von 1933 verkauft oder zum Kauf angeboten werden.