

Bill McDermott von SAP: Die neue Technologieplattform Hana steht allen Wettbewerbern offen

30. Januar 2012, 12:49 Uhr **Das FAZ-Gespräch führte Carsten Knop.**

Die Zahlen des Softwareunternehmens SAP stimmen - weil man sich stärker kleinen Kunden widmet und weil man mit Hana eine neue Technologieplattform hat, die zu einem Renner werden könnte.

Herr McDermott, SAP geht es derzeit erstaunlich gut. Andere Softwarekonzerne spüren die Krise durchaus, bei Ihnen ist keine Abschwächung erkennbar. Nun heißt es, Optimisten würden auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos schnell zu Pessimisten. Geht Ihnen das ähnlich?

Nein, überhaupt nicht. Es gibt immer irgendwelche Herausforderungen, aber man kann einen Abschwung auch herbeireden. Ich werde Davos auch als Optimist verlassen - und das nicht nur mit Blick auf SAP.

Nun lässt sich eine Wachstumsschwäche, besonders in Europa und in den Vereinigten Staaten, bei aller Zuversicht aber auch nicht verleugnen . . .

. . . das stimmt . . .

Hat SAP denn eine Idee, wie man diese überwinden könnte, wie sich in diesen Regionen nachhaltig die Wettbewerbsfähigkeit steigern ließe? Das, was sich Europa einst im Rahmen des Lissabon-Prozesses in dieser Hinsicht vorgenommen hatte, ist ja nicht aufgegangen.

Die größte Chance, in dieser Hinsicht besser zu werden, bieten die kleinen und mittleren Unternehmen. Mehr als 90 Prozent aller Unternehmen in Europa zählen zu dieser Kategorie, und sie haben 85 Prozent aller neuen Arbeitsplätze in den letzten 10 Jahren geschaffen. Aber auch in den Vereinigten Staaten haben kleine und mittlere Unternehmen in den vergangenen 17 Jahren 65 Prozent aller neuen Arbeitsplätze geschaffen. Das Schlimme ist: Schulden- oder Finanzkrisen wirken sich gerade auf Unternehmen dieser Größenordnung besonders negativ aus.

Dieser Analyse werden gewiss viele Menschen zustimmen, aber was könnte man verbessern?

Die Antwort darauf liegt auf der Hand: Gerade kleinen und mittleren Unternehmen wäre mit weniger Regulierung und einem Abbau von Bürokratie stark geholfen, und man darf ihnen nicht als Ersten den Geldhahn zudrehen. Leider ist die Reaktion auf Herausforderungen, wie wir sie heute sehen, meist genau das Gegenteil. Außerdem müssen die Möglichkeiten für die Zusammenarbeit dieser kleinen Unternehmen in Netzwerken noch verbessert werden, um zum Beispiel schneller und besser Partner, Zulieferer, Kunden und auch Talente zu finden.

Und was hat das mit SAP zu tun? Traditionell steht Ihr Unternehmen eher in dem Ruf, für die großen Unternehmen der Welt da zu sein.

Das hat sehr viel mit unseren Angeboten zu tun. Eine Studie jüngeren Datums zeigt ganz klar: Neugegründete Unternehmen, die von Anfang an systematisch mit modernen Softwaresystemen arbeiten, sind sehr viel erfolgreicher als solche, die darauf verzichten. Oder anders herum betrachtet: Von den tausend größten Unternehmen der Welt gibt es eben nur exakt eintausend. Weil sich SAP aber ein größeres Marktpotential erschließen kann und will, sprechen wir längst auch kleinere Unternehmen an ...

und waren damit lange nicht erfolgreich . . .

... was sich inzwischen geändert hat. Unsere Mittelstandslösungen wie „Business One“ oder „Business by Design“ verkaufen sich sehr gut. Weit mehr als die Hälfte unserer Kunden, rund 96 000, sind kleine und mittlere Unternehmen. Aber auch alle mobilen Anwendungen und die Programme, die sich auf die Bearbeitung von Prozessen in der zentralen Datenwolke, der sogenannten Cloud, stützen, sind für kleinere Unternehmen gut geeignet. Und vergessen Sie nicht: Unter dem Stichwort „Mobil“ verbirgt sich die am schnellsten wachsende Technologie der Geschichte. Die verknüpfen wir jetzt mit unserer innovativen Hana-Technik.

Das ist aber ein Name, mit dem noch nicht viele Menschen etwas anfangen können.

Das wird sich ändern. Durch eine effizientere Methode der Speicherung, der sogenannten „In-Memory-Technologie“, lassen sich mit der Hilfe von Hana riesige Datensätze bis zu 100 000 mal schneller auswerten, als dies mit der herkömmlichen Technik möglich war. Weil die Welt nach Lösungen verlangt, die in Echtzeit umgesetzt werden können, stehen wir mit diesem Angebot sehr gut da. Mit Hana stellen wir SAP selbst auf eine bahnbrechende neue Technologieplattform, die auch die Grundlage für alle SAP Lösungen werden wird. Es ist der klassische Fall einer Innovation, die es Kunden erlaubt, Themen anzugehen, von denen sie dachten, sie seien unlösbar. Und vergessen Sie nicht: Datenmengen nehmen enorm zu, alle zwei Jahre verdoppeln sie sich weltweit.

Können Sie sich vorstellen, Hana eines Tages auch an Ihren schärfsten Wettbewerber Oracle zu lizenzieren?

Das wäre möglich. Die Frage ist, ob sich Oracle das vorstellen kann. Ganz im Ernst: Eine technologische Plattform ist keine wirkliche Plattform, wäre sie sich nicht für Partner und sogar für Wettbewerber offen. Partner wie Cisco, Dell, Fujitsu oder Hewlett-Packard arbeiten längst mit unserer Hana-Technologie. Wir sind für alles offen.

Im vergangenen Jahr hat SAP rund 14 Milliarden Euro umgesetzt, in drei Jahren sollen es mehr als 20 Milliarden Euro sein. Stützt sich dieser Optimismus allein auf Hana?

Hana ist die technologische Basis, aber das Wachstum speist sich aus unserem Kerngeschäft und vor allem den Themen Mobilität, Analysesoftware, Cloud und Datenbanksysteme. Dort haben wir uns in den vergangenen Jahren durch entsprechende Zukäufe, zum Beispiel von Business Objects, Sybase und der angekündigten Übernahme von Success Factors deutlich verstärkt. Hinzu kommt die Eigenentwicklung Hana. Durch diese Schritte haben wir das für SAP erreichbare Marktpotential von 110 Milliarden Dollar auf 230 Milliarden Dollar vergrößert. Und wir haben uns vorgenommen, diesem Portfolio alle 18 Monate eine neue Kategorie hinzuzufügen.

Das klingt ja wie bei Apple . . .

. . . das klingt vor allem nach einer sinnvollen Strategie. Und wissen Sie was? Die Neuausrichtung auf unsere Innovationsstrategie haben wir in wenigen Wochen beschlossen. Die entscheidenden Besprechungen fanden vom 7. bis zum 21. Februar 2010 statt. Das Ergebnis haben wir danach gleich kommuniziert und angefangen umzusetzen. Die Tatsache, dass wir jetzt seit 8 Quartalen zweistellig wachsen, verdeutlicht, wie tragfähig unsere Überlegungen von damals sind. Das SAP Rekordergebnis 2011 zeigt: Unsere Strategie macht nicht nur Sinn, sie ist auch außerordentlich erfolgreich.