



SAP-Zentrale in Walldorf: „Die Computerwelt steckt in einem ähnlichen Umbruch wie vor zehn Jahren“

FOTOS: R. KWIOTEK / ZEITENSPIEGEL

SPIEGEL-GESPRÄCH

# „Es gibt eine klare Marschrichtung“

SAP-Mitbegründer Hasso Plattner über die Zukunft des Internet, die Nachteile des Börsenbooms und die Strategie seines Unternehmens

**SPIEGEL:** Herr Plattner, Sie sind als letzter aus dem Gründungsquintett von SAP noch im Tagesgeschäft aktiv, Sie sind Vorstandssprecher und haben jetzt auch persönlich die Verantwortung für die Internet-Strategie übernommen. Bleibt da noch Zeit für Ihr Lieblishobby, das Golfspielen?

**Plattner:** In letzter Zeit komme ich kaum noch dazu. Mein Handicap hat sich auch schon von 19 auf 21 verschlechtert. Aber bei SAP stehen wichtige Entscheidungen mit weitreichenden Konsequenzen an, die meine volle Aufmerksamkeit fordern.

**SPIEGEL:** Worum geht es?

**Plattner:** Die Branche steckt in einem ähnlichen Umbruch wie vor gut zehn Jahren, als der PC seinen Durchbruch erlebte. Jetzt verändert das Internet die Welt noch viel schneller, als wir es erwarten konnten.

**SPIEGEL:** Den Markt für Unternehmenssoftware beherrscht SAP seit Jahren wie keine andere Firma. Im Internet dagegen haben Sie noch wenig zu bieten. Hat SAP den Anschluß verpaßt?

**Plattner:** Als der PC die Großrechner verdrängte, konnten wir unsere bewährte Strategie mit anderen Mitteln fortsetzen. Jetzt ist eine echte Neuausrichtung erforderlich, bei der es darauf ankommt, zur richtigen Zeit die richtigen Weichen zu stellen. Wenn man zu früh kommt, verbrät man nur Geld, aber wenn man den Trend verpaßt, ist man leicht aus dem Rennen.

**SPIEGEL:** Viele Experten werfen Ihnen vor, SAP

habe den grundlegenden Wandel durch das Internet zu spät erkannt.

**Plattner:** Das ist Unsinn. Wir beschäftigen uns seit 1996 intensiv mit dem Internet, wir haben Produkte angekündigt und geliefert, was ja in dieser Branche nicht selbstverständlich ist. Aber das Interesse bei unseren Kunden war gering. Wir hatten damals schon die richtige Vision, aber offenbar nicht das passende Marketing.

**SPIEGEL:** Vielleicht waren die Produkte nicht überzeugend.

**Plattner:** Vermutlich haben wir damals nicht klar genug erkannt, daß durch das Internet ganz andere Benutzer angesprochen werden. Früher wurde unsere Software nur von Profi-Usern benutzt, jetzt kommen immer mehr Gelegenheitsnutzer und Computer-Neulinge dazu. Die Software für diese Anwender muß viel schicker und poppiger sein als bisher. Unsere Standardsoftware R/3 sah nun mal nicht nach Fun aus.

**SPIEGEL:** Welche Konsequenz haben Sie aus dieser Erkenntnis gezogen?

**Plattner:** Wir haben das Design verbessert und unsere Software überschaubarer gemacht. Ein Hobbyfotograf kommt ja auch nicht mit einer Profikamera zurecht. Und wenn alle Mitarbeiter einer Firma am PC arbeiten, dann sind viele Funktionen, die wir früher mühsam gemeinsam mit unseren Kunden erarbeitet haben, nicht mehr sinnvoll, weil sie das Programm zu komplex machen.

**SPIEGEL:** Dennoch konnte Ihre Internet-Strategie bislang kaum überzeugen. Selbst SAP-Mitarbeiter äußern offen Zweifel, und Analysten rechnen für die nächsten Quartale mit deutlich niedrigeren Zuwächsen bei Umsatz und Gewinn.

**Plattner:** Mag sein, daß wir das Internet anfangs nur als Accessoire gesehen haben, um die Möglichkeiten der EDV in den Unternehmen zu vergrößern. Aber der



## Hasso Plattner

verließ 1972 zusammen mit vier Kollegen den Computerkonzern IBM, um eine eigene Firma zu gründen. Sie hatten die damals revolutionäre Idee, Standardsoftware für die Buchhaltung zu entwickeln. Nach dem Börsengang 1988 stiegen die Umsätze sprunghaft an, SAP entwickelte sich zum Weltmarktführer bei Unternehmenssoftware. Doch mit dem Siegeszug des Internet bekam die Erfolgskurve von SAP einen Knacks. Plattner, 55, seit 1997 Vorstandssprecher, will das Unternehmen deshalb neu ausrichten und das Internet zum „Kern all unserer Überlegungen“ machen.