

Kommunikationskongress 2009 Berlin

Agenda Setting –

Wie wird unser Unternehmen zur Nachricht?

Christoph Liedtke
VP Global Media Relations
SAP AG
11. September, 2009

Agenda Setting im IT Bereich: Die Herausforderung



Software als Produkt ist langweilig und abstrakt

SAP Kerngeschäft: EPR, CRM, SCM, GRC ... abstrakt, komplex, schwer verständlich und darstellbar, langweilig,

... aber mit enormer Wirkung:

Software als globaler Enabler wird immer wichtiger:

Produktion, Services, Einkauf, Finanzströme, Marktanalysen, Wertschöpfungsketten ...

Software als entscheidender globaler Wettbewerbsvorteil:

schneller, effizienter, kostengünstiger, flexibler, besser informiert, kundenorientierter,

Software als nachhaltiger Innovationstreiber:

Früher: Optimierung von Geschäftsprozessen auf der Insel
SAP = R3

Heute: Intelligentes Management für globale Vernetzung
SAP = Business Suite SOA basiert - Agilität, Intelligence in Echtzeit, Compliance, Accountability, Co-Innovation durch Partnernetzwerke ...



Cloud Computing

Geschäftsprozesse aus der „Datenwolke“

Software Mieten statt Kaufen

Software on Premise / on Demand

Global Geschäftsnetzwerke vorantreiben

Innovative Geschäftsmodelle durch Business Network Transformation

Business User - Der neue Geschäftskonsument

„Office on the hip“ mit I-Tunes für Geschäftsanalyse + Real Time Intelligence + Kundenmanagement

Strategiecheck und Anpassung in Echtzeit

„Closed Loop Performance Optimization“



Auf dem Weg zu einer neuen Geschäftsethik:

Was lernen wir aus Finanzkrise, Bankenkrise, Schuldenblase,
Entkoppelung von Gewinn und Risiko, globaler Credit-Crunch ... ?

Management von Komplexität und Risiko:

Software für umfassende Risikoanalyse, globale Folgenabschätzung von
Kreditvergabe, -weiterverkauf ...

Management von globalen Wertschöpfungsketten:

Früher: Optimierung von Kosten und Effizienz
Heute: Transparenz, Flexibilität, Accountability und Nachhaltigkeit

Nachhaltiges profitables Wachstum durch „CLEAR Enterprise“

Wo investieren, wie kontrollieren, wie Transparenz schaffen,
wie Vertrauen in Marktwirtschaft wiedergewinnen?

Unternehmen als Nachricht *Morgen*

Globale Zukunftsthemen mit IT Relevanz



Internet der Dienste / Internet der Dinge

eEnergy, smarte Stromnetze und -zähler, RFID smart shelves, second life shopping, Produktpiraterie,

IT als Querschnitts-Technologie für Co-Innovation (Theseus)

- Online Plattform InnoCentive: verbindet 160,000 Ingenieure
- Flexible Zulieferer Netzwerke: Li & Fu in China
- Service-orientierte Architektur für öffentliche Sicherheit (SoKNOS)
- „Öko-Kalkulator“ Ökozulieferer und Öko-Zertifikate suchen
- Firmen-Mitfahrzentrale zur Senkung Co2 Footprint Unternehmen

Life-Cycle-Management

Produktentwicklung, Markteinführung, Energiebilanz, Wartung, Entsorgung

Geschäftsökosysteme im 21. Jahrhundert

Vom vertikal integrierte Geschäftsmodell zum offenen Geschäftsnetzwerk

Nachhaltigkeit als Unternehmenswert

82.000 SAP Kunden weltweit = 1/6 des globalen CO2 Ausstosses
Tracking of Carbon Footprinting ist nur der Anfang ...

Globales Agenda Setting

Hopenhagen Initiative zum Klimaschutz



Die Hopenhagen Idee:

Umfassendes Bürgerengagement zum UN-Klimagipfel
Copenhagen



Klassisches Sponsoring und PR:

- Klassische Werbung - SAP als ein Hauptsponsor
- Globale Medienpartnerschaft
- Teilnahme an Pressekampagne
- Executive Interviews, etc.



Glaubwürdigkeit durch globales Agenda Setting:

- Aufklärung + Inhalte für Hopenhagen Info Channel
- Online Dialog mit Bürgern
- Promotion globale Klimaschutz-Petition
- Vor Ort Foren mit Experten + Multiplikatoren
- Weltweite Mobilisierung von Mitarbeitern
- SAP als Vorbild für globalen Nachhaltigkeitsanspruch



Vielen Dank!



Christoph Liedtke

VP Media Relations

SAP

O +49 6227 750383

M +49 151 16810554

E christoph.liedtke@sap.com

Back up Hopenhagen

Anticipated Global Media Partners



Print and Digital

- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| ■ Allgemeine Frankfurter | ■ Newsweek Magazine |
| ■ Asahi Shimbun | ■ People Magazine |
| ■ The Australian | ■ Rolling Stone |
| ■ Baidu.com | ■ Scientific American |
| ■ Barron's | ■ Sohu.com |
| ■ Business India | ■ South China Morning Post |
| ■ Business Week Magazine | ■ Straits Times |
| ■ Current | ■ SustainLane |
| ■ Daily Telegraph | ■ Sydney Morning Herald |
| ■ De Volkskrant | ■ Time Magazine |
| ■ The Economist | ■ Times of India |
| ■ Financial Times | ■ The Times (London) |
| ■ GOOD Magazine | ■ TreeHugger |
| ■ Harvard Business Review | ■ USA Today |
| ■ International Herald Tribune | ■ Vanity Fair |
| ■ Internationalist Magazine | ■ Variety |
| ■ Le Monde | ■ Wall Street Journal |
| ■ La Corriere de la Serra | ■ Wired |
| ■ Metro (all markets) | ■ The Week (all markets) |
| ■ Metro Free Newspaper | ■ Yahoo.com |
| ■ National Geographic Magazine | ■ Yomiuri Shimbun |

TV

- | | |
|----------------------|---------------------|
| ■ Bloomberg | ■ EuroNews |
| ■ BBC World | ■ Eurosport |
| ■ CNBC | ■ NBC |
| ■ CNN International | ■ Sky News |
| ■ Comcast | ■ Time Warner Cable |
| ■ ESPN International | |

Radio

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| ■ Citadel Media Radio | ■ College Radio Network |
|-----------------------|-------------------------|

OOH

- | | |
|----------------------|---------------------------------------|
| ■ City of Copenhagen | ■ London Heathrow Airport |
| ■ JCDecaux sites | ■ Thomson Reuters Building NYC |
| ■ JFK Airport | ■ Wildpostings in major global cities |
| ■ LAX Airport | |

Social Media

- | | |
|------------|-----------|
| ■ Facebook | ■ Twitter |
| ■ Flickr | ■ YouTube |
| ■ MySpace | |

Search

- | |
|----------|
| ■ Google |
|----------|

What is COP-15?



- United Nations Climate Change Conference, taking place December 7th through 18th in Copenhagen, Denmark
- It is expected that 192 countries will take part in the conference
- Last major agreement on climate change mitigation was the Kyoto Protocol, which expires in 2012
- The goal of COP15 is to create a framework for climate change mitigation beyond 2012; Copenhagen represents the final opportunity for the world's powers to reach such an agreement before the Kyoto Protocol expires
- The hope is that an agreement will include as many countries as possible and that it will contribute to a significant reduction in man-made greenhouse gases

What is Hopenhagen?



- Hopenhagen is a pro bono campaign created for the United Nations and supported by Secretary-General Ban Ki-moon.
- Hopenhagen focuses on empowering citizens to combine their voices to send a clear message to Seal the Deal at COP15 on a climate agreement.
- The global advertising campaign will include print, TV, out-of-home, and a robust website that encourages global citizens to sign the Climate Petition that will be presented to delegates in Copenhagen.
- Hopenhagen is designed to reach hundreds of millions of people through donated media. Countries with the most advertising support include: Australia, Brazil, China, EU (Denmark, France, Germany, Italy, Spain, UK, and likely others), India, Japan, Russia, and the United States.
- SAP will be one of five corporate sponsors that include Coca-Cola, Unilever and Siemens, and one TBD. In addition, the WWF is a key sponsor.