

SENDESPERRFRIST: 10.00 Uhr!

**Virtuelle ordentliche
Hauptversammlung
der Nemetschek SE
am 12. Mai 2021**

**Dr. Axel Kaufmann
Sprecher des Vorstands und CFOO**

Es gilt das gesprochene Wort!

Slide 1: Begrüßung

Slide 2: *Kurt Dobitsch (Start Leitfaden)*

Slide 3: *Beginn der Rede von Dr. Axel Kaufmann*

Sehr geehrte Aktionäre und Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionärsvertreter und -vertreterinnen, sehr geehrte Damen und Herren,

Ich begrüße Sie, auch im Namen meiner Vorstandskollegen, sehr herzlich zur diesjährigen ordentlichen Hauptversammlung der Nemetschek SE. Leider sind auch in diesem Jahr eine Präsenzveranstaltung und ein direkter Austausch mit Ihnen nicht möglich. Sie alle aber kennen die Gründe, warum wir unsere Hauptversammlung virtuell durchführen müssen. Ich hoffe sehr, dass wir uns nächstes Jahr wieder persönlich austauschen können. Ich weiß nicht wie es Ihnen geht, aber ich weiß nach mehr als einem Jahr mit Videokonferenzen und anderen digitalen Formaten, den persönlichen Austausch, das Gespräch von Angesicht zu Angesicht, zu schätzen und freue mich darauf, zukünftig eine Mischung dessen wieder zu erleben.

Slide 4: *Geschäftsmodell und Geschäftsjahr 2020*

Meine Damen und Herren,

Nemetschek hat in den vergangenen Jahren eine bemerkenswerte Erfolgsgeschichte mit Blick auf Wachstum, Profitabilität und Börsenperformance geschrieben, die für meine Kollegen und mich Auftrag und Ansporn zugleich sind. Auch das herausfordernde Coronajahr 2020 haben wir gut gemeistert und eine Geschäftsentwicklung verzeichnet, die sogar über den Erwartungen zu Beginn der weltweiten Pandemie lag. Die Coronakrise und die daraus resultierenden wirtschaftlichen Folgen und Unsicherheiten haben unsere volle Aufmerksamkeit gefordert. Seien Sie aber versichert, dass wir trotz dieser Herausforderung, die niemand vorhersehen konnte, auch im letzten Geschäftsjahr unsere strategischen Hausaufgaben gemacht haben, um die Erfolgsgeschichte der Nemetschek Group fortzuführen.

Slide 5: Kundenorientierte Segmente im Fokus

Sehr geehrte Damen und Herren,

Unser Unternehmen hat bekanntlich eine lange Tradition. Im Jahr 1963 gründete Professor Georg Nemetschek sein Ingenieurbüro und legte damit den Grundstein für die heutige Gruppe – getrieben von seinem visionären Weitblick, den gesamten Bauprozess zu digitalisieren und durch den Einsatz von Softwarelösungen die Qualität und Effizienz von Bauwerken zu erhöhen.

Heute haben wir eine internationale Gruppe mit drei Segmenten entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Bauprozesses. Hinzu kommt unser viertes Segment Media & Entertainment, das wir in den letzten zwei Jahren deutlich ausgebaut haben. Unsere Marken in unseren vier strategischen Segmenten zählen zu den Besten ihres jeweiligen Produktsektors. Durch die richtige Balance von Integration und Selbstständigkeit sind unsere Marken in der Lage, Wachstumschancen bestmöglich zu nutzen.

Auch unsere Führungsebene bei der Nemetschek SE haben wir auf weiteres Wachstum ausgerichtet. Dies spiegelt sich in unserer Vorstandsstruktur wider, die einen klaren Fokus auf unsere jeweiligen

Kunden- und Marktsegmente hat und dadurch die Holding mit operativen Einheiten besser verzahnt. Dadurch können wir in unseren Märkten und bei unseren Kunden noch schlagkräftiger und flexibler agieren.

Slide 6: Geschäftsjahr 2020

Meine Damen und Herren,

kommen wir nun zum Geschäftsjahr 2020. Wir haben vergangenes Jahr trotz der weltweiten Covid-19-Pandemie eine gute Geschäftsentwicklung verzeichnet und sind weiter gewachsen. Darüber hinaus haben wir wichtige Voraussetzungen geschaffen, um unseren Wachstumskurs zukünftig zu beschleunigen.

Letztlich verlief das Geschäftsjahr 2020 besser, als wir zu Beginn der Pandemie annehmen konnten. Wir haben sogar im Oktober unsere Jahresziele für Umsatz und Profitabilität angehoben und diese voll und ganz erfüllt. Möglich war das, da wir uns sehr schnell an die neuen Gegebenheiten im Lockdown angepasst haben. Beispielsweise haben wir verstärkt auf digitalen Vertrieb und Support gesetzt, Online-Schulungen für unsere Kunden implementiert und natürlich auch ein striktes Kostenmanagement aufgesetzt.

Nicht zuletzt aber trug auch unser erprobtes und stabiles Geschäftsmodell mit hohen wiederkehrenden Umsätzen sowie mit der starken regionalen und produktseitigen Diversifizierung dazu bei, dass wir das Jahr 2020 so gut gemeistert haben.

Unseren mehr als 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unserer Gruppe möchte ich an dieser Stelle – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – meinen Dank aussprechen. Sie haben die Herausforderung, vor die uns die Coronakrise unvermittelt gestellt hat, angenommen und dafür gesorgt, dass wir trotz aller Einschränkungen nah an unseren Kunden waren und letztlich ein erfolgreiches Geschäftsjahr verzeichnen konnten. Herzlichen Dank dafür!

Lassen Sie mich auf ein paar Zahlen des Geschäftsjahres näher eingehen:

- Der **Konzernumsatz** stieg um gut 7%, währungsbereinigt sogar um über 8%, auf 597 Mio. Euro. Damit haben wir unsere Umsatzprognose, eine mittlere einstellige Wachstumsrate zu erzielen, voll erreicht.
- Klarer Wachstumstreiber waren die **wiederkehrenden Umsätze** aus Software-Serviceverträgen und Mietmodellen, also Subskription

und Software-as-a-Service. Sie erhöhten sich um rund 20% auf 359 Mio. Euro und machten damit bereits mehr als 60% der Gesamtumsätze aus. In dem überproportionalen Anstieg spiegelt sich der strategische Ansatz des Geschäftsmodells wider, verstärkt Mietmodelle anzubieten. Allein der Umsatz aus **Subskription + Software-as-a-Service** erhöhte sich um hohe 80% auf 90 Mio. Euro.

- Das operative **Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** stieg im Gesamtjahr um 4% auf 172 Mio. Euro, sodass die EBITDA-Marge den hohen Wert von 28,9% erreichte. Damit lagen wir am oberen Ende unseres Prognosekorridors von 28% bis 29%.
- Der Anstieg der **Eigenkapitalquote** auf rund 47%, die Netto-Cash-Position von 9 Mio. Euro und die hohe Cash-Conversion-Rate von 91,4% zeigen zudem die sehr gesunde Finanzlage des Konzerns, die weiteres Wachstum ermöglicht.

Slide 7: Highlights & Erfolge 2020

Meine Damen und Herren,

das waren die Erfolgskennzahlen im Finanziellen, doch was haben wir 2020 in strategischer Hinsicht erreicht? Wir sind in den vergangenen Jahren sehr stark gewachsen – organisch und über Akquisitionen. Jetzt sind wir dabei, die nächste Wachstumsphase unseres Konzerns umzusetzen.

Dazu werden wir unsere konzerninterne Komplexität, die sich durch die Vielfalt von heute 15 Marken zwangsläufig ergeben hat, reduzieren. Gleichzeitig möchten wir aber auch den unternehmerischen Spirit der Marken bewahren. Deshalb sind wir dabei, das richtige Maß an Integration und Eigenständigkeit zu finden. Unser Ziel ist, Best Practices zu teilen, Synergien zu heben und weiter markenübergreifende Lösungen aus einer Hand für unsere Kunden zu entwickeln. Am Ende dient alles dazu, dass wir unsere Kunden noch besser adressieren können.

Zu diesem Zweck haben wir im Jahr 2020 erstmalig zwei markenübergreifende Entwicklungsprojekte erfolgreich am Markt eingeführt. Mit Integrated Design beispielsweise wurde eine Workflowlösung präsentiert, die die Zusammenarbeit von Architekten,

Statikern und Bauingenieuren revolutioniert. Mit diesem integrierten Ansatz können die Parteien erstmalig an einem Modell interdisziplinär zusammenarbeiten und so die Effizienz im Planungsprozess deutlich erhöhen. Dieser Weg soll 2021 fortgesetzt werden.

Des Weiteren haben wir im letzten Jahr im Segment Media die Marken Red Giant und Redshift erfolgreich in unsere bestehende Marke MAXON integriert. Zudem haben wir Ende 2020 begonnen, die Marke Precast im Design Segment in unsere Gründungsmarke Allplan zu integrieren.

Aber auch intern arbeiten wir daran, noch effizienter zu werden und gruppenübergreifende Themen zu bündeln, beispielsweise im Bereich Human Resources, in der IT oder in der Kundenbetreuung.

Nach wie vor ist auch das Thema Merger & Akquisitions ein wesentlicher Bestandteil unserer Strategie. Im vergangenen Jahr haben wir eher kleinere Unternehmen akquiriert, so z.B. die Gesellschaft Adapt im Bereich Design, die wir in die erfolgreiche Marke RISA integriert haben, um die Kompetenz im Ingenieurbau in den USA zu stärken. Im Segment Manage haben wir zudem Ende 2020 das Unternehmen DEXMA übernommen, ein schnell wachsender Anbieter von innovativen Cloudlösungen für das Energiemanagement, die auf künstlicher

Intelligenz basieren. DEXMA wird in unsere bestehende Marke Spacewell integriert.

Unser Akquisitionsfokus ist breit. Natürlich können wir auch größere Unternehmen akquirieren, die finanziellen Möglichkeiten haben wir dazu. Aber auch Investitionen in ganz junge Unternehmen – also sogenannte Start-ups und Ventures – sind neu und ergänzend auf unserer Liste. Denn wir wollen zukünftig noch näher auch an zukünftigen Entwicklungen sein, um am Puls der Zeit in unserer Industrie zu bleiben.

Festzustellen ist, dass die Preise für Akquisitionskandidaten in unserer Industrie gerade im vergangenen Jahr nochmals deutlich gestiegen sind. Das macht uns insofern keine Sorgen, als der finanzielle Spielraum der Nemetschek Group aufgrund unserer exzellenten Kapital- und Finanzlage unverändert groß ist. Dennoch müssen Chancen und Wachstumspotenziale von Zukäufen auf der einen Seite und die aufgerufenen Kaufpreise auf der anderen Seite in einem vernünftigen Verhältnis stehen. Seien Sie sicher, dass wir auch in Ihrem Sinne darauf in Zukunft sehr genau achten werden.

Lassen Sie mich noch einen weiteren strategischen Schwerpunkt vorstellen, und zwar den sukzessiven Anstieg der wiederkehrenden Umsätze aus Serviceverträgen und Mietmodellen. Diese machen heute

bereits mehr als 60% der Gesamtumsätze aus. Unser Ziel ist es, den engen Kundenkontakt und die hohe Kundenzufriedenheit zu erhalten, sowie langfristiges, nachhaltiges Wachstum zu sichern und der Gruppe eine höhere Planungssicherheit zu geben.

Insbesondere die Mietmodelle ermöglichen es uns, neue Kundengruppen zu erschließen. Gerade in der Pandemie haben Kunden stärker diese flexible Möglichkeit nachgefragt. In unseren vier Konzernsegmenten sind Angebot und Umsetzung von Mietmodellen unterschiedlich fortgeschritten, auch aufgrund der heterogenen Bedürfnisse der Kunden je nach Disziplin und Region. Nachdem das Segment Media im Jahr 2020 erfolgreich auf Subskriptionsmodelle umgestellt hat, wird in der zweiten Jahreshälfte 2021 die Marke Bluebeam im Segment Build mit der Umstellung auf Cloud-Lösungen beginnen. Damit eröffnen wir uns zusätzliches Marktpotenzial durch die Adressierung neuer Kunden, einen erweiterten Kundennutzen und höhere wiederkehrende Umsätze. Ein höherer Anteil von Subskription und Software-as-a-Service wird also in Summe zu einer höheren Wertgenerierung führen.

Sie sehen: Wir haben 2020 wichtige strategische Initiativen vorangetrieben und damit das Fundament geschaffen, um zukünftig wieder stärker zu wachsen.

Slide 8: Segmente

Sehr geehrte Aktionäre, sehr geehrte Aktionärinnen,

alle vier Geschäftsbereiche unseres Konzerns konnten trotz Pandemie im vergangenen Jahr wachsen. Ich gehe kurz auf die Segmente ein.

Im **Segment Design** stiegen die Umsätze operativ um rund 1% auf 315 Mio. Euro. Das nur leichte Plus ist auf den Rückgang bei Lizenzen seit Ausbruch der Pandemie zurückzuführen. Dabei konnten wir eine deutliche Erholung im zweiten Halbjahr spüren. Auch strategisch haben wichtige Fortschritte gemacht. Dazu gehören die bereits erwähnte Akquisition von Adapt durch unsere Marke RISA, die Integration von Precast in Allplan oder unsere markenübergreifenden Entwicklungsprojekte. Durch unser erfolgreiches Kostenmanagement blieb das EBITDA im Segment Design nahezu auf Vorjahresniveau, sodass die Marge hohe 30,4% erreichte.

Das **Segment Build** profitierte im Jahr 2020 von den gut gefüllten Auftragsbüchern der Bauunternehmen, sodass hier die Coronakrise nicht ganz so stark durchschlug und erst zeitversetzt zu spüren war. Der Umsatz stieg währungsbereinigt um rund 10% auf 193 Mio. Euro. Wir profitieren in diesem Segment unverändert von dem noch immer niedrigen Digitalisierungsgrad im Bausektor. Denn dessen Protagonisten haben

noch immer einen erheblichen Nachholbedarf, wenn es darum geht, digitale Lösungen zu nutzen und sich untereinander zu vernetzen, um effizienter und damit kostengünstiger zu bauen. Das EBITDA im Segment Build legte gegenüber dem Vorjahr leicht zu und erreichte 36,3%.

Das Segment **Manage**, das unsere Aktivitäten rund um das Gebäudemanagement umfasst, verzeichnete ein Wachstum von gut 6% auf 41 Mio. Euro. Das ist insofern positiv, da insbesondere Facility- und Gebäude-Manager stark durch die Lockdowns und die Umstellung auf Homeoffice betroffen waren. Zum Ende des Jahres akquirierten wir in diesem Segment, wie bereits erwähnt, das auf Energiemanagement fokussierte Unternehmen DEXMA. Aufgrund der Akquisitionskosten und Investitionen in zukünftiges Wachstum lag die EBITDA-Marge unter Vorjahr bei rund 9%.

Das Segment **Media & Entertainment** wurde durch die Akquisition der US-Gesellschaft Red Giant gestärkt, die 2020 erstmalig konsolidiert wurde. Bei gleichzeitiger Umstellung auf Subskription konnte ein starkes operatives Wachstum von rund 65% auf 55 Mio. Euro erzielt werden, wobei auch das organische Wachstum bei stattlichen 21% lag. Die EBITDA-Marge stieg trotz Integrationskosten leicht auf 28,1%.

Slide 9: Konzernbilanz

Um den Rückblick auf 2020 abzuschließen, ein paar Worte zur Konzernbilanz der Nemetschek Group. Vieler Worte bedarf es ohnehin nicht: Denn unser Konzern verfügt unverändert über eine sehr solide Vermögens- und Finanzstruktur – das ist gerade in diesen Zeiten ein unschätzbare Vorteil.

Die Bilanzsumme nahm um rund 33 Mio. Euro auf 890 Mio. Euro zu, insbesondere getrieben durch unsere getätigten Akquisitionen. Die Eigenkapitalquote stieg innerhalb des Jahres von 41% auf 47%. Zum Jahresende 2020 verfügte die Nemetschek Group über liquide Mittel in Höhe von 139 Mio. Euro. Wir haben also weiterhin ausreichend Handlungsspielraum, um weiter zu wachsen – organisch und über Akquisitionen.

Slide 10: Dividendenvorschlag

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Eng verbunden mit unserer soliden Finanzausstattung ist unsere nachhaltige Ausschüttungspolitik. Unsere Finanzkraft zusammen mit

unserer positiven Geschäftsentwicklung 2020 erlauben uns, Sie als Aktionäre und Aktionärinnen angemessen am Erfolg der Nemetschek Group teilhaben zu lassen.

Für das Geschäftsjahr 2020 schlagen wir Ihnen daher heute unter Punkt 2 der Tagesordnung eine um 7% erhöhte Dividende gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 30 Eurocent je Aktie vor. Die Ausschüttungssumme bei insgesamt 115,5 Mio. Aktien würde auf 34,7 Mio. Euro steigen.

Dank der finanziellen Stärke, die sich unsere Gruppe in den vergangenen Jahren erarbeitet hat, können wir uns diese Ausschüttung leisten, ohne dass wir die notwendigen Investitionen in organisches und anorganisches Wachstum vernachlässigen müssen.

Slide 11: *Nachhaltigkeit und Marktchancen*

Meine Damen und Herren,

kommen wir nun zu den Chancen und Herausforderungen, die für unsere Branche und damit auch für die Nemetschek Group bestehen.

Slide 12: Herausforderungen in der Bauindustrie

Unsere Branche ist ein Phänomen. Auf der einen Seite gehört die AECO-Industrie zu den Schlüsselbranchen jeder Volkswirtschaft. Das Volumen der Baubranche wird weltweit auf rund 10 Billionen Euro geschätzt. Die Nachfrage nach Bauleistungen ist hoch und wird unserer Ansicht nach auch hoch bleiben. Andererseits hinkt die Branche in Bezug auf Produktivität, Digitalisierung und Nachhaltigkeit jedoch vielen anderen wichtigen Industrien hinterher.

Betrachtet man die Produktivität – wie hier auf dem Chart dargestellt –, könnten Bauprojekte um mindestens 20% effizienter abwickelt werden. Der Großteil der Projekte – kleine wie große – überschreitet die geplanten Kosten, wird später als geplant vollendet, und es kommt zu massiven Materialverschwendungen, zu zeitlichen Leerläufen und zu vermeidbaren Nachbesserungen im Bauprozess.

Das zeigt, dass wir starke Nachholeffekte in unserer Industrie zu erwarten haben, um die Produktivität und Effizienz zu erhöhen, aber auch um dem immer wichtigeren Thema Nachhaltigkeit nachzukommen.

Slide 13: *Großes Wachstumspotenzial*

Wir adressieren also einen großen, und, in Bezug auf Digitalisierung, unterentwickelten Markt mit enormen Wachstumspotenzial. Auf der linken Seite des Charts sehen Sie, dass unsere Industrie – die Baubranche – am niedrigsten digitalisiert ist im Vergleich zu anderen Industrien. Auf der rechten Seite sehen Sie die drei Marktsegmente entlang des Baulebenszyklus, die Nemetschek adressiert: Alle drei weisen eine niedrige Marktpenetration auf, ein großes Marktvolumen und im Durchschnitt ein gesundes Wachstum von rund 10% pro Jahr. Der Kuchen ist also groß, und er wächst beständig. Für Anbieter von führenden Softwarelösungen wie Nemetschek, die den Digitalisierungstrend unterstützen und prägen, sind die Chancen dementsprechend großartig.

Slide 14: *Nachhaltigkeit*

Meine Damen und Herren,

es ist eine Tatsache, dass das Thema „Nachhaltigkeit“ gerade für unsere Zielindustrie eine große Herausforderung ist. Denn die Baubranche gehört nach wie vor zu den ressourcenintensivsten Industrien und Treibern von

CO₂-Emissionen. Weil die Nachfrage nach Wohnraum und auch nach Infrastruktur stetig zunimmt, ist die Branche heute umso mehr gefordert, effizienter zu werden und nachhaltiger zu bauen. Das wurde in der Vergangenheit, höflich ausgedrückt, eher vernachlässigt. Im Vergleich zu anderen Industrien entwickelt sich die Produktivität und die damit einhergehende Ressourcenschonung der Baubranche leider nur sehr langsam weiter. So überrascht es nicht, dass der Gebäudesektor im Jahr 2020 als einziger Bereich die Klimaziele in Deutschland verpasst hat.

Unser Produktportfolio ist ein großer Hebel für ökologische Nachhaltigkeit, denn ohne digitale Lösungen wird es nicht gehen. Ohnehin muss nachhaltiges Bauen heute deutlich breiter definiert werden. Es darf nicht nur auf die Verwendung umweltfreundlicher Materialien und auf Energiesparkonzepte reduziert werden. Nicht das Bauwerk allein ist entscheidend für die Klimabilanz, sondern der gesamte Bauprozess. Was nützt ein energieoptimiertes Haus, wenn während des Bauens erhebliche Materialmengen verschwendet wurden, weil falsch geplant oder weil nicht oder zu wenig zwischen den Beteiligten kommuniziert wurde?

Mit unseren Softwarelösungen werden die Bauplanung, der Bauprozess und die Verwaltung einer Immobilie effizienter. Architekten, Bauingenieure, Bauunternehmer und Gebäudemanager können mit

digitalen Lösungen den Ressourceneinsatz wesentlich genauer und nachhaltiger planen, bauen und verwalten. Auf diese Weise leisten sie einen wichtigen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz. Das ist für uns das zentrale Thema unseres Corporate-Social-Responsibility-Ansatzes. Unsere Ziele und Maßnahmen zeigen wir in unserem sogenannten CSR-Report, den Sie auch auf unserer Website finden. Wir werden diesen Weg konsequent verfolgen und Möglichkeiten zur Nachhaltigkeit im Bauprozess aufzuzeigen und umsetzen.

Slide 15: Q1-2021 & Ausblick

Sehr geehrte Damen und Herren,

kommen wir nun zum laufenden Geschäftsjahr. Insgesamt hatten wir einen sehr gelungenen Start in das Jahr 2021.

Slide 16: Kennzahlen Q1-2021

Wir sind in einem freundlichen Markt hervorragend ins neue Jahr gestartet und konnten in einem sich verbessernden Umfeld in allen Segmenten

deutlich wachsen. Unsere strategischen Initiativen sind voll auf Kurs. Dabei bilden die weitere Internationalisierung, der Ausbau der wiederkehrenden Umsätze, die Reduzierung der Konzernkomplexität, die Weiterentwicklung der Softwarelösungen sowie die Gewinnung neuer Kunden, unsere Schwerpunkte.

- Der **Konzernumsatz** stieg im ersten Quartal gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum prozentual zweistellig, und zwar währungsbereinigt um rund 12% auf 158,4 Mio. Euro.
- Klarer Wachstumstreiber sind unverändert die **wiederkehrenden Umsätze** aus Software-Serviceverträgen und Mietmodellen, die sich währungsbereinigt um rund 16% auf 96 Mio. Euro erhöhten. Allein der darin enthaltene Umsatz aus **Subskription + Software-as-a-Service** erhöhte sich um fast 50% auf 28,3 Mio. Euro.
- Erfreulich ist auch, dass das operative **Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, das EBITDA**, überproportional zum Umsatz um währungsbereinigte 26,5% auf rund 50 Mio. Euro stieg, sodass die EBITDA-Marge sich auf 31,3% verbesserte. Diese überdurchschnittlich hohe Marge ist nicht nur auf die starke Umsatzentwicklung zurückzuführen. Auch Einsparungen, beispielsweise durch geringere Reise- und Marketingkosten seit

Beginn der Corona-Pandemie, wirkten sich hierbei aus. Nemetschek plant, in den folgenden Quartalen wieder stärker zu investieren, um zukünftiges Wachstum sicherzustellen. Dadurch erwarten wir auch eine leicht steigende Kostenbasis.

Der **Jahresüberschuss** stieg im Q1 deutlich um 37,5% auf 29,4 Mio. Euro. Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich demnach auf 25 Eurocent.

- Unsere **Cash-Conversion-Rate** liegt bei über 100%, und auch unsere Netto-Cash-Position per Ende März konnten wir auf nahezu 65 Mio. Euro ausbauen.

Zusammenfassend kann man sagen: Mit dem ersten Quartal haben wir eine sehr gute Grundlage geschaffen, um unsere Ziele für das Gesamtjahr 2021 zu erreichen.

Slide 17: *Ausblick 2021 und Ambition 2023*

Meine Damen und Herren,

damit sind wir beim Ausblick. Nach dem sehr erfolgreichen Jahresauftakt und angesichts des freundlichen Marktumfelds blicken wir positiv in das

Jahr 2021. Wir erwarten ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum im mindestens hohen einstelligen Prozentbereich. Dabei werden wir unseren Anteil an wiederkehrenden Umsätzen weiter steigern. Das Konzern-EBITDA sehen wir weiterhin in der hohen Zielspanne von 27% bis 29%. Diese Erwartungen unterstellen, dass sich das Konjunkturmilieu, gerade mit Blick auf den Fortgang der Covid-19-Pandemie, weiter verbessert.

Wenn wir den Blick noch weiter nach vorne wagen, so erwarten wir für das Jahr 2022 ein Wachstum des Konzernumsatzes in ähnlicher Größenordnung wie für 2021, und dies bei sogar noch stärkerer Umstellung auf Subskriptions- und Software-as-a-Service-Modelle. Denn die sukzessive Umstellung auf Subskription und Cloud wird zur eigenen Wertschöpfung beitragen und unser Wachstum zukünftig deutlich beschleunigen.

Daher sind wir optimistisch, ab dem Jahr 2023 wieder ein deutlich beschleunigtes Umsatzwachstum im zweistelligen Prozentbereich zu schaffen, und zwar aus eigener Kraft und nachhaltig. Dann sollten nach unseren Erwartungen bereits rund 75% unserer Umsätze wiederkehrend sein. Den darin enthaltenen Umsatzanteil aus Mietmodellen sehen wir 2023 bei rund 45%.

Slide 18: Gute Positionierung

Meine Damen und Herren,

wir stehen somit am Beginn einer neuen Wachstumsphase der Nemetschek Group. Viele Gründe sprechen für uns:

- Wir bewegen uns in einem strukturell langfristig wachsenden Markt mit einem noch sehr niedrigen Digitalisierungsgrad. Zusätzlich wird die Digitalisierung durch staatliche Regulierungen beschleunigt.
- Wir gehören bereits heute zu den weltweit führenden Anbietern von Softwarelösungen entlang des gesamten Lebenszyklus von Bauwerken und bieten Best-in-Class-Lösungen für unsere Kunden.
- Unser Geschäftsmodell ist geprägt von einer hohen Profitabilität, hohen wiederkehrenden Umsätzen und einer starken Cash-Generierung.
- Zudem haben wir sehr solide Bilanzkennzahlen mit einer hohen Eigenkapitalquote, die uns erlaubt, weiterhin in organisches Wachstum und wertsteigernde Akquisitionen sowie Start-ups zu investieren.

- Und was uns auch von anderen Unternehmen unterscheidet und uns Sicherheit gerade in diesen Zeiten gibt, ist unser stabiler Aktionärskreis. Wir sind nach wie vor ein familiengeprägtes Unternehmen, das langfristig denkt und agiert.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

alle diese Fakten sprechen meiner Meinung nach für Ihr Unternehmen. Die Nemetschek Group ist heute stark und gut positioniert. Sie ist ein Netz von weltweit starken Marken mit einem umfassenden Know-how in Zukunftstechnologien und intelligenten Lösungen. Wir haben alle Chancen, dass die Erfolgsgeschichte weitergeht. Dafür werde ich weiterhin, und zusammen mit meinen Kollegen im Vorstand und allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, mit Engagement und Leidenschaft arbeiten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!