

1969 richtet Siemens die Unternehmensstruktur neu aus. Damit will man der voranschreitenden Globalisierung der Märkte Rechnung tragen und die Herausforderungen des technologischen Fortschritts meistern.

Die Neuordnung des Hauses, die mit der Gründung der Siemens AG im Oktober 1966 eingeleitet wird und drei Jahre später in Kraft tritt, soll das Elektrounternehmen auf die Zukunft vorbereiten. Die sogenannte Grundordnung folgt dem damaligen Trend zur Spartenbildung und Dezentralisierung: Das Unternehmen soll an den Märkten, die immer rascher globalisiert werden, schneller und flexibler auf Wünsche und Anforderungen seiner Kunden reagieren können. Entsprechend werden die Kernarbeitsgebiete in sechs weitgehend selbstständige Unternehmensbereiche gegliedert: Die Bereiche Bauelemente und Datentechnik gehen nahezu unverändert aus der bisherigen Struktur hervor. Neu entstehen die Bereiche Energie-, Installations- und Nachrichtentechnik. Die Siemens-Reiniger-Werke firmieren fortan als Bereich Medizinische Technik. Flankiert wird diese Bereichsstruktur von fünf übergeordneten Zentralabteilungen, die eine geschlossene Führung des Konzerns sicherstellen sollen. Hinzu kommen 14 inländische Niederlassungen und 38 Auslandsgesellschaften. Die Grundordnung definiert auch die Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit sämtlicher Unternehmensteile.



Neue Unternehmensstruktur – das Unternehmen kann flexibler auf Kundenwünsche und die Herausforderungen eines zunehmend globalen Wettbewerbs reagieren.

1966-1988



Ein globales Siemens-»Gesicht« – mit neuer Corporate Identity zur Weltmarke

Parallel zur Gründung der Siemens AG wird an einer neuen Corporate Identity gearbeitet. Die bestehenden Firmenmarken werden durch ein einziges Markenzeichen ersetzt. Die künftige Dachmarke setzt sich wie gehabt aus der Wortmarke Siemens und dem seit 1899 verwendeten S&H-Monogramm zusammen, das nun nicht länger für die Firma Siemens & Halske, sondern für das »Haus Siemens« steht. Dank der neuen Unternehmensstruktur und der Dachmarkenstrategie sieht sich Siemens gut für die Zukunft gerüstet. Die höhere unternehmerische Flexibilität und der einheitliche Markenauftritt zielen vor allem auf das Bestehen im zunehmenden Wettbewerb am Weltmarkt ab. In den 1960er-Jahren ist Siemens mit rund 45 Prozent seiner Produkte an den globalen Märkten vertreten, 25 Jahre später sind es bereits über 80 Prozent. Und auch die Umsatzentwicklung in diesem Zeitraum bestätigt die unternehmerische Entscheidung hin zu einer stärkeren Weltmarktorientierung: Liegt der Exportanteil im Geschäftsjahr 1969/70 noch bei 41 Prozent, macht er 1985/86 mehr als die Hälfte des damaligen Gesamtumsatzes in Höhe von 47 Milliarden DM aus.



Motorenfertigung in Indien – der Aufbau ausländischer Fertigungsstandorte stärkt die Weltmarktposition von Siemens.

Stärkung der Weltmarktposition – Aufbau internationaler Produktions- und Forschungsstandorte

Eine führende Position am Welt-Elektromarkt lässt sich jedoch nicht allein über Exporte und den Aufbau ausländischer Vertriebsgesellschaften erzielen. Entsprechend beginnt Siemens 1960, schrittweise Produktionsstätten im Ausland aufzubauen. Das Hauptaugenmerk liegt zunächst auf Westeuropa, doch schon bald kommen Fertigungsstandorte in Übersee hinzu: In Südafrika beginnt 1961 die Herstellung von Nachrichten- und Schalttechnik. In Indien, wo man bereits seit 1957 produziert, geht fünf Jahre später in Kalwa eine große Drehstrommotorenfabrik in Betrieb. Es folgen zusätzliche Werke in Südamerika, Afrika und Asien. Bis 1985 etabliert das Unternehmen insgesamt 154 Fertigungsstandorte in 54 Ländern.



Ab den 1970er-Jahren geht Siemens angesichts der fortschreitenden Globalisierung noch einen Schritt weiter und gibt den Grundsatz, die Entwicklung von Produkten immer dort anzusiedeln, wo sich die Firmenzentrale und der Schwerpunkt der Fertigung befinden, auf. Nach und nach werden auch Forschungsund Entwicklungsaktivitäten im Ausland aufgebaut. Zu Beginn der 1980er-Jahre unterhält Siemens Forschungsstandorte in der Schweiz und in Österreich, in Skandinavien und den USA. Siemens entwickelt sich mehr und mehr zu einem Global Player.

Vom Elektro- zum Elektronikkonzern – Datentechnik wird zum Siemens-Kerngebiet

Auch die Bedeutung der einzelnen Geschäftsfelder wandelt sich. Werden seit den späten 1960er-Jahren vor allem Produkte und Lösungen aus den Bereichen Energie-, Nachrichten-, Installationsund Datentechnik ins Ausland exportiert, gewinnt in den 1980er-Jahren die elektronische Datenverarbeitung stark an Gewicht und sorat für kontinuierliches Wachstum. Früh entwickelt sich die Mikroelektronik zur Schlüsseltechnologie für Siemens. Das Unternehmen wandelt sich zusehends vom Elektro- zum Elektronikkonzern, die Datentechnik wird zum Kerngebiet des Unternehmens. Dies zieht verstärkte Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten nach sich, und die Forschungsaufwendungen steigen von etwa 600 Millionen DM im Jahr 1968 bis Ende der 1980er-Jahre auf über sechs Milliarden DM. Zwischen 1975 und 1984 errichtet Siemens in München-Perlach eine »Denkfabrik für die Datentechnik«. Mit einem Investitionsvolumen von mehr als einer Milliarde DM wird der neue Standort im Südosten der bayerischen Landeshauptstadt zu einem zentralen Forschungszentrum für die Entwicklung von Mikrochips.

Der rasche Fortschritt auf dem Gebiet der Mikroelektronik erweitert das Produktportfolio von Siemens. Die Möglichkeit, große Datenmengen digital schnell verarbeiten zu können, beeinflusst in besonderem Maße die Nachrichten- und Kommunikationstechnik und führt hier zu zahlreichen Innovationen. 1980 steigt Siemens mit dem Elektronischen Wählsystem (EWSD) in die



Digitalisierung der Telefontechnik – mit dem Kommunikationssystem HICOM positioniert sich Siemens erfolgreich am Telefonmarkt.



Digitalisierung der Telefontechnik ein. Das System entwickelt sich bald zum weltweit meistverkauften Festnetz-Vermittlungssystem. Damit eröffnen sich völlig neue Perspektiven für den Telefonmarkt, an dem sich Siemens während der 1980er-Jahre mit Produkten wie dem digitalen Kommunikationssystem HICOM und der ISDN-Technik erfolgreich positioniert.

Ende der 1980er-Jahre sind seit der bislang letzten Neuorganisation des Hauses 20 Jahre vergangen – eine Zeit, in der sich sowohl die Märkte als auch das Unternehmen selbst beständig weiterentwickelt haben. Die Globalisierung ist unvermindert vorangeschritten, die nationalen und internationalen Verflechtungen fordern immer größere Investitionen. Zwischen 1969 und 1987 vervierfacht sich der Umsatz der Siemens AG auf mehr als 51 Milliarden DM. Die Zahl der Geschäftsfelder ist mit dem Kraftwerksbau und der Halbleitertechnik auf acht gestiegen, und eine effiziente Steuerung des Unternehmens scheint nicht mehr gewährleistet; es besteht Reformbedarf.

Weitere Informationen

siemens.com/geschichte/1966-1988