

Telefonkonferenz

Zweites Quartal des Geschäftsjahres 2016

**Anhaltendes Wachstum bei Auftragseingang,
Umsatz und der Profitabilität**

Joe Kaeser

Vorstandsvorsitzender, Siemens AG

Meine sehr geehrten Damen und Herren, Ladies and Gentlemen,

Guten Morgen aus London und herzlich willkommen zu unserem Pressecall zum 2. Quartal des Geschäftsjahrs 2016. Bevor wir zu den Quartalszahlen kommen, möchte ich auf wesentliche Entwicklungen eingehen, die auch Siemens beschäftigen.

Vergangene Woche schaute die Welt nach Hannover, als Barack Obama auf Deutschland-Besuch war. Wir konnten den amerikanischen Präsidenten und Bundeskanzlerin Angela Merkel auf der Hannover Messe am Siemens-Stand begrüßen. Im Laufe der Woche kamen insgesamt rund 100.000 Kunden und Fachleute bei uns vorbei.

Die Hannover Messe war in vielerlei Hinsicht ein wichtiger Meilenstein. Es ist der Fachwelt, vielen Beobachtern, aber insbesondere auch unseren amerikanischen Freunden klar geworden, wer über Industrie 4.0 beziehungsweise das „Internet of Things“ redet und wer es wirklich kann. Das war sowohl auf den Messeständen als auch in den zahlreichen Podiums-Diskussionen deutlich sichtbar.

Die deutsche Wirtschaft hat ihre Führungsrolle in der Industrieautomatisierung und -digitalisierung deutlich gemacht, und manche in großen Reden und Gesten begabte Hersteller aus dem Gastland sind nachdenklicher geworden.

Für uns in Deutschland ist das kein Grund sich zurück zu lehnen, sondern bescheiden, konsequent und hart am Ausbau unseres Vorsprungs zu arbeiten.

Das gilt auch für uns bei Siemens. Wir arbeiten ganz konkret an Lösungen mit und für unsere Kunden – Lösungen für kürzere Time-to-market, höhere Effizienz und größere Flexibilität.

Einmal mehr hat Hannover gezeigt, dass Siemens Industrie 4.0 konkret vorantreibt und mit der „Digital Enterprise“ als einziger Hersteller der Branche den industriellen Kunden ein ganzheitliches System anbieten kann.

Zwei weitere große Themen spielten beim Besuch des US-Präsidenten eine Rolle: Erstens die Notwendigkeit, Europa als Einheit politisch und wirtschaftlich zu stärken.

Zweitens das Freihandelsabkommen TTIP, das Europa und Amerika zum weltweit

führenden Wirtschaftsraum machen kann. Siemens und auch einige andere große deutsche Unternehmen brauchen TTIP nicht, weil wir ohnehin starke lokale Wertschöpfung in den USA haben.

So erwirtschafteten wir im vergangenen Geschäftsjahr in den USA mit unseren mehr als 75 Werken und unseren 50.000 Mitarbeitern über 22 Milliarden US-Dollar Umsatz.

Aber viele Mittelständler und kleine Unternehmen haben diese lokalen Möglichkeiten nicht. Gerade für sie ist die Abschaffung von Handelsbarrieren entscheidend.

Auch bietet ein transatlantisches Handelsabkommen große Chancen, den Standard für den Welthandel zu setzen. Das ist besonders im Hinblick auf die globale Digitalisierung ganz besonders relevant. Diese Chance sollten wir uns nicht entgehen lassen.

Im Bereich der Digitalisierung beziehungsweise Industrie 4.0 verstärkt sich Siemens gezielt, durch eigene Innovationen, aber auch durch Zukäufe. Die Übernahme von CD-adapco, einem US-amerikanischen Spezialisten für Simulationssoftware, ist unser jüngster Schritt.

Wir konnten die Transaktion Anfang April abschließen und haben uns bereits gemeinsam hervorragend auf der Hannover Messe präsentiert.

Auch im Bereich Elektromobilität gehen wir gestärkt in die Zukunft. Mit dem neuen 50/50-Joint Venture mit unserem französischen Partner Valeo schaffen wir einen starken europäischen Anbieter im mittelfristig attraktiven, globalen Markt für elektrische Antriebe.

Darüber hinaus haben wir im zweiten Quartal die Divestments von Unify und Sivantos abgeschlossen.

Wie Sie sehen, fokussieren wir unser Portfolio weiter, und wir investieren auch in visionäre Innovation. Jüngstes Beispiel ist die Entwicklung von hybriden Flugzeugantrieben, die wir gemeinsam mit Airbus voranbringen.

Meine Damen und Herren,

Vor zwei Jahren habe ich Ihnen unser Unternehmenskonzept Vision 2020 erstmals vorgestellt. Dabei spielte das Gesamtsystem Elektrifizierung, Automatisierung, Digitalisierung, also E-A-D, das weltweit Maßstäbe setzt, eine entscheidende Rolle.

Dies sehen auch unsere Kunden so. Kein anderes Unternehmen der Branche kann dieses System ganzheitlich abbilden. Auch dies war auf der Hannover Messe unübersehbar.

Wir setzen dieses Unternehmenskonzept weiterhin konsequent um und sind voll auf Kurs.

Dazu gehört auch, dass wir Verantwortung und Eigeninitiative fördern, gemäß dem Leitsatz „Handle stets so, als wäre es dein eigenes Unternehmen“. Mit dieser Eigentümerkultur legen wir die Basis für den nachhaltigen Erfolg unserer Firma.

Nun aber zu den Kennzahlen des zweiten Quartals:

Wir haben auch im zweiten Quartal sowohl im Vergleich zum Vorjahr als auch zur Branche wieder eine überzeugende Leistung abgeliefert. Trotz anhaltender Herausforderungen im Marktumfeld werden wir unser profitables Wachstum konsequent fortsetzen.

Der Auftragseingang stieg auf 22,3 Milliarden Euro, das entspricht exklusive Währungseffekten einem starken Plus von rund 10 Prozent.

Großaufträge aus Ägypten und Großbritannien trugen dazu maßgeblich bei. Zum einen konnten wir 3,1 Milliarden Euro inklusive Service für die Großkraftwerke Burulus und New Capital in Ägypten buchen. Wir stellen alle notwendigen Ressourcen zur Verfügung, um den größten Auftrag in unserer Firmengeschichte, die Modernisierung des ägyptischen Energiesystems, erfolgreich und im Zeitplan abzuschließen.

Zum andern buchten wir den Großauftrag für das Offshore-Windprojekt East Anglia ONE vor der britischen Küste in Höhe von 1,2 Milliarden Euro inklusive Service.

Das ist der bislang größte Auftrag für unsere 7-Megawatt-Turbine mit Direktantrieb. Ab 2019 installieren wir insgesamt 102 Windräder für unseren Kunden Scottish-Power Renewables. Sie werden in unseren neuen Werken in Hull und Cuxhaven gefertigt werden.

Unter anderem durch diese Großaufträge, aber auch im Breitengeschäft ist unser Auftragsbestand auf den Rekordwert von 115 Milliarden Euro gestiegen.

Beim Umsatz setzte sich der bereits in den Vorquartalen erkennbare positive Trend fort. Bereinigt um Währungseffekte stiegen die Umsatzerlöse im abgelaufenen Quartal um sieben Prozent auf 19 Milliarden Euro.

Unser Book-to-Bill-Verhältnis, also das Verhältnis von Auftragseingang zu Umsatz, beträgt hervorragende 1,17.

Im Industriellen Geschäft konnten wir die Marge auf 10,9 Prozent steigern. Darin enthalten ist ein positiver Effekt von 60 Basispunkten im Zusammenhang mit der teilweisen Aufhebung der Iran-Sanktionen. Es geht dabei um die Anpassung der Bewertungen von langfristigen Verträgen.

Der Gewinn nach Steuern lag bei starken 1,5 Milliarden Euro. Nimmt man die Veräußerungsgewinne aus BSH und Audiologie in Höhe von 3 Milliarden Euro im Vorjahr heraus, legte der Gewinn nach Steuern im Jahresvergleich um über 60 Prozent zu. Positiv ist auch die Cashflow-Entwicklung von 800 Millionen Euro, eine Verbesserung von 1,1 Milliarden Euro gegenüber dem Vorjahresquartal.

Nun zu den einzelnen Geschäften der Divisionen:

Power and Gas verbessert konsequent seine Technologie- und Kostenposition in einem sehr wettbewerbsintensiven Umfeld und konzentriert sich auf die in Teilen der Welt attraktiven Chancen im Markt.

Vor allem die Ägypten-Projekte haben zu einem kräftigen Umsatzanstieg von insgesamt 15 Prozent geführt.

Daneben wirkten Buchungseffekte aus der teilweisen Aufhebung der Iran-Sanktionen mit 280 Basispunkten positiv auf die Marge.

Die Division Power and Gas hat eine starke Leistung abgeliefert, sowohl was den Ausbau der Marktanteile angeht als auch in der Profitabilität, wenngleich die Erträge durch einen positiven Einmaleffekt und einen günstigen Geschäftsmix mit beeinflusst wurden.

Ins Bild passen auch die gerade geschlossenen verbindlichen Vereinbarungen mit unserem Kunden Ende Andina S.A.M. in Bolivien. Wir werden dort die Kapazität

dreier bestehender Kraftwerke um mehr als ein Gigawatt erhöhen. Unsere Technologien für Gas- und Dampfkraftwerke werden so einen wesentlichen Beitrag für die Modernisierung des bolivianischen Energiesystems leisten. Davon wird das Land nachhaltig profitieren.

Bei Wind Power konnten wir uns ebenfalls über einen starken Auftragseingang freuen und über ein deutliches Wachstum beim Umsatz, da Aufträge aus dem großen Bestand von fast 15 Milliarden Euro nun erfolgreich umgesetzt werden, offshore wie onshore.

Wesentliche Fortschritte in unseren Bemühungen, uns operativ zu verbessern und Projekte erfolgreich abzuschließen, halfen dabei, die Marge auf ein außergewöhnlich hohes Niveau von 9,4 Prozent zu bringen.

Auch wenn dieses hohe Niveau in den kommenden Quartalen vermutlich so nicht zu halten sein wird, rechnen wir damit, dass die Marge im weiteren Verlauf des Geschäftsjahrs innerhalb des Zielbandes liegen wird.

Energy Management konnte seinen beeindruckenden Turnaround fortschreiben und nähert sich dem Margenkorridor von unten an, dank stärkerer Beiträge zur Profitabilität durch das Lösungsgeschäft, die Transformatoren und die Hochspannung. Im Geschäft mit Lösungen für die Stromübertragung steht die Auftragsqualität weiter klar im Fokus.

Building Technologies lieferte erneut verlässlich solide Zahlen, saisonal bedingt fallen sie eher niedrig aus.

Das Management Team baut das Service-Geschäft kontinuierlich aus und nutzt das starke Know-how unseres Unternehmens bei Automatisierung und Digitalisierung für die Geschäfte der Division.

Die Digital Factory managt die Herausforderungen durch die Marktzyklen gut. Sie profitiert von ihren strategischen Vorteilen insbesondere durch das Software-Geschäft.

Der Auftragseingang wurde getrieben durch das Geschäft mit PLM Software, während das kurzzyklische Geschäft wie erwartet aufgrund der Marktbedingungen zurückging. PLM verzeichnete zweistellige Wachstumsraten in Deutschland und ist exzellent in den USA positioniert.

Das kurzzyklische Geschäft hingegen wurde von einem deutlichen Rückgang in China, einem moderaten Rückgang in Deutschland, einer leicht negativen Entwicklung in den USA und einem flachen Verlauf in Italien beeinflusst.

Die Nachfrage durch die Autoindustrie wuchs weiter, auch wenn sie bereits auf hohem Niveau ist, während der Maschinenbau weiter an Dynamik verlor.

Ungeachtet dieser marktzyklischen Herausforderungen stieg die Profitabilität auf 15,1 Prozent, ein Anstieg um 100 Basispunkte gegenüber dem Vorjahresquartal.

Wir gehen davon aus, dass beim kurzzyklischen Geschäft die Bodenbildung erreicht ist. Wir erwarten jedoch in den kommenden Quartalen eher eine langsamere Erholung als substanzielles Wachstum.

Während sich das Automatisierungs- und das Niederspannungs-Geschäft also langsam erholen dürften, gehen wir davon aus, dass das Software-Geschäft sein gutes Umsatzwachstum fortsetzt. Unsere Digitalisierungs-Strategie wird dadurch bestätigt.

Die Division Process Industries and Drives sah sich weiterhin schwacher Nachfrage aus den rohstoffnahen Branchen gegenüber, die nur teilweise durch Wachstum des Auftragseingangs aus der Windkraftbranche ausgeglichen wird.

Wie Sie wissen, haben wir ein Restrukturierungsprogramm aufgesetzt mit dem Ziel, unsere Kapazitäten und unsere Aufstellung entsprechend der veränderten Nachfrage im Markt anzupassen.

Über die geplanten Stellenanpassungen hatten wir Sie bereits informiert. Wir sind uns dabei unserer sozialen Verantwortung für unsere Mitarbeiter bewusst und suchen im Dialog mit den Arbeitnehmervertretern nach fairen Lösungen.

Durch die Restrukturierungsmaßnahmen erwarten wir Belastungen von rund 200 bis 300 Millionen Euro, die voraussichtlich im vierten Quartal anfallen werden.

Unser Mobility-Geschäft zeigte erneut ein überzeugendes Quartal und bewegt sich weiterhin innerhalb des Margen-Korridors. Die starke vertikale Integration unseres Geschäfts kommt uns dabei zugute.

Kommen wir zuletzt zu Healthcare: Unsere Medizintechnik hat uns – wieder einmal – Freude bereitet und ein gutes Quartal abgeliefert. Unser Amerika-Geschäft treibt

das Wachstum und es gelingt uns dort, unsere ohnehin starke Position weiter auszubauen.

Im Rahmen der Vision 2020 haben wir Siemens Healthcare als „Firma in der Firma“, also als selbständige Einheit, aufgestellt. Die Medizintechnik von Siemens ist bestens gewappnet für den Wandel der Branche. Diese Botschaft wollen wir noch besser im Markt unterstreichen.

Die Kollegen von Healthcare stellen daher heute einen neuen Markenauftritt vor. Er ist ein weiterer Meilenstein auf dem Weg, den Kunden bei Siemens Healthcare noch mehr in den Mittelpunkt zu rücken, den Stolz der Mitarbeiter auf ihr Unternehmen zu zeigen und im Markt die Innovationskraft zu betonen.

Meine Damen und Herren,

Ich hoffe, es ist deutlich geworden, dass wir hart, gewissenhaft und erfolgreich arbeiten, um die Ziele unserer Vision 2020 zu erreichen. In den zwei Jahren seit Verkündung der Vision 2020 ist Siemens noch näher an den Kunden gerückt. Wir sind schlanker und straffer geworden. Wir haben unsere Innovationskraft verbessert. All das trägt Früchte: Wir sehen anhaltendes Wachstum bei Auftragseingang, Umsatz und der Profitabilität. Dennoch sind wir noch nicht am Ziel: Wir gehen unseren Weg weiter.

Lassen Sie mich nach dieser strategischen Einordnung mit unserem kurzfristigen Ausblick abschließen:

Wir bestätigen unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2016, obwohl sich – wie bereits erwähnt – das Marktumfeld unserer hochmargigen kurzzyklischen Geschäfte im zweiten Halbjahr möglicherweise nicht wesentlich beleben wird.

Herzlichen Dank! Herr Thomas und ich freuen uns nun auf Ihre Fragen.