

München, 21. Juni 2011

Deutschland geht neue Wege – mit Antworten von Siemens

Konzern startet in die nächste Runde der „Answers“-Kampagne

Deutschland steht an der Schwelle in ein neues Zeitalter: Wind und Sonne werden als Energieträger der Zukunft stärker in den Mittelpunkt rücken. Städte, Unternehmen und Privathaushalte müssen ihren Energie- und Ressourcenverbrauch senken. Der demografische Wandel stellt das Gesundheitswesen vor neue Herausforderungen. Kurz: Deutschland geht in vieler Hinsicht neue Wege. Und Siemens liefert schon heute die Antworten für die Welt von morgen: von energiesparender Gebäudetechnik über moderne Züge bis hin zu bezahlbarer Spitzen-Technik für das Gesundheitswesen. Die neue Runde der „Answers-Kampagne“, die an diesem Mittwoch bundesweit starten wird, zeigt mit Motiven aus Deutschland, wie Nachhaltigkeits-Lösungen von Siemens beitragen zur Gestaltung der öffentlichen und privaten Infrastruktur Deutschlands.

„Wir wollen mit der landesspezifischen ‚Answers-Kampagne‘ zeigen: Deutschland geht neue Wege, und Siemens hat Antworten auf die wichtigen Zukunftsfragen“, sagte Stephan Heimbach, Kommunikationschef von Siemens. „Unsere Motive zeigen an konkreten Beispielen: Deutschland ist als hochentwickelter Markt und Standort gut aufgestellt und setzt mit der Entwicklung und Realisierung von nachhaltigen Technologien international beachtete Beispiele.“

Thematische Schwerpunkte der Kampagne sind eine nachhaltige Stadtentwicklung, Energieeffizienz in der Stromerzeugung, in Stromnetzen, im Verkehr und in Gebäuden, Ressourceneffizienz in industriellen Prozessen und ein kostengünstiges, bezahlbares und hochwertiges Gesundheitswesen. „Es geht bei unserer Kampagne um Lebensqualität und Lebensfreude in einer nachhaltigen Welt, und um eine starke Stellung Deutschlands im internationalen Wettbewerb.“

Mit der deutschen „Answers“-Kampagne baut Siemens auf die seit 2007 laufende internationale „Answers Campaign“ von Ogilvy&Mather auf. Diese wurde mittlerweile mit lokalen Motiven bereits in vielen Ländern wie beispielsweise in China, dem Nahen Osten und den USA ausgerollt. „Unsere

1 / 2

lokale Verankerung und Präsenz in über 190 Ländern ist eine unserer besonderen Stärken. Diesen Trumpf spielen wir auch bei der Wahl unserer Motive, indem wir mit konkreten Beispielen aus den jeweiligen Ländern belegen, dass die Antworten für die Welt von morgen dank unserer 350.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bereits heute verfügbar sind.“

Zum Auftakt der neuen Deutschlandkampagne werden in den kommenden Wochen in überregionalen Tageszeitungen und Magazinen mehrseitige Anzeigenstrecken erscheinen. Damit unterstreicht Siemens seine Pionierrolle bei der Bewältigung der Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Nach dem Kampagnenstart werden die Themen in Einzelmotiven aufgegriffen und weitergeführt. Verstärkt wird der Printauftritt durch umfassende Online-Aktivitäten, die Internetnutzern die Möglichkeit bieten, tief in den Siemens-Kosmos und das Thema Nachhaltigkeit einzutauchen, wie beispielsweise unter www.siemens.com/answers.

Die **Siemens AG** (Berlin und München) ist ein weltweit führendes Unternehmen der Elektronik und Elektrotechnik. Der Konzern ist auf den Gebieten Industrie und Energie sowie im Gesundheitssektor tätig. Siemens steht seit über 160 Jahren für technische Leistungsfähigkeit, Innovation, Qualität, Zuverlässigkeit und Internationalität. Siemens ist außerdem weltweit einer der größten Anbieter umweltfreundlicher Technologien. Mehr als ein Drittel des Konzernumsatzes entfällt auf grüne Produkte und Lösungen. Insgesamt erzielte Siemens im vergangenen Geschäftsjahr, das am 30. September 2010 endete, auf fortgeführter Basis (ohne Osram und Siemens IT Solutions and Services) einen Umsatz von 69 Milliarden Euro und einen Gewinn nach Steuern von 4,3 Milliarden Euro. Ende September 2010 hatte das Unternehmen auf dieser fortgeführten Basis weltweit rund 336.000 Beschäftigte. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.siemens.com.