

Jahrespressekonferenz Geschäftsjahr 2017

Ziele erreicht – ein weiteres herausragendes Jahr für Siemens

Joe Kaeser
Vorstandsvorsitzender, Siemens AG

Janina Kugel
Personalvorstand, Siemens AG

Ralf P. Thomas
Finanzvorstand, Siemens AG

[Joe Kaeser]

Guten Morgen und willkommen zu unserer Jahrespressekonferenz. Ich freue mich, dass Sie da sind, und möchte auch ganz herzlich diejenigen begrüßen, die sich eingewählt haben.

Vor genau einem Jahr gewann Donald Trump die Präsidentschaftswahl in den USA. Vielleicht erinnern Sie sich daran, dass ich auf unserer Jahrespressekonferenz damals Herrn Trump zur Wahl gratulierte.

Wenn auch nicht viel von dem umgesetzt wurde, was wir vorher gehört hatten, so hat sich in diesen zwölf Monaten doch einiges in der Welt verändert – vor allem die Rhetorik.

Auch diese zieht Teile der Mitte der Gesellschaft stärker an ihre Ränder. In der heutigen Zeit überwiegen die politischen und gesellschaftlichen Risiken deutlich die ökonomischen. Denken Sie an die Eskalation der Lage in Nordkorea, die Entwicklung in Katalonien oder auch an die Ergebnisse der Bundestagswahl in Deutschland.

Die großen Herausforderungen unserer Zeit werden diese Entwicklungen weiter prägen: der Klimawandel, die globale Migration, die Zunahme des Kurzfristdenkens in den Märkten, die Renaissance von Populismus und Nationalismus und ganz besonders auch der digitale Wandel.

Das wird uns allen Antworten abverlangen – auch globalen Unternehmen wie Siemens. Um sie überzeugend zu geben, muss eine wichtige Grundvoraussetzung erfüllt sein: langfristige wirtschaftliche Stärke unserer Geschäfte in einem an Kontur und Geschwindigkeit zunehmenden globalen Wettbewerb.

Nach einem sehr erfolgreichen Geschäftsjahr 2016 haben wir auch 2017 ein weiteres operatives Rekordjahr abgeliefert.

- Der Umsatz stieg um 4 Prozent auf 83 Milliarden Euro. Auf vergleichbarer Basis, also bereinigt um Währungsumrechnungs- und Portfolioeffekte, legte er um 3 Prozent zu. Der Wachstumstrend beim Umsatz hält wie versprochen an.

- Der Gewinn im Industriellen Geschäft erreichte 9,5 Milliarden Euro – ein Plus von 8 Prozent. Wie sehr sich das Niveau verändert hat, zeigt vor allem ein Blick zurück auf das Geschäftsjahr 2013, dem Aufsattpunkt unserer Unternehmensstrategie Vision 2020.
- Beim Gewinn nach Steuern erreichten wir 6,2 Milliarden Euro. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie (für den Gewinn nach Steuern) lag damit bei 7,44 Euro. Hier können wir sagen: Siemens wächst auch profitabel.

Wir haben damit unsere Prognose, die wir im Laufe des Jahres zwei Mal angehoben hatten, trotz der zunehmend widrigen Marktverhältnisse bei der Energieerzeugung, in jedem Punkt erfüllt.

Wir können also vier grüne Haken setzen! Wir haben auch in 2017 gehalten, was wir versprochen haben. Und das nunmehr im vierten Jahr in Folge.

Das ist eine großartige Leistung unseres globalen Teams von über 380.000 Kolleginnen und Kollegen [inklusive unserer Auszubildenden], die im Geschäftsjahr 2017 hervorragende Ergebnisse erzielt haben, die sogar über dem historischen Erfolg des letzten Jahres liegen.

Die meisten Geschäfte sind so stark wie noch nie und für das digitale Zeitalter bestens gerüstet. Im Namen des gesamten Managementteams möchte ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern herzlich für ihren großartigen Einsatz und ihre gute Arbeit danken!

Dennoch haben wir in einzelnen Geschäften strukturelle Marktveränderungen zu bewältigen. Für das Geschäftsjahr 2018 liegt sehr viel Arbeit vor uns.

Wir werden unsere Chancen im Markt nutzen und Herausforderungen umsichtig, verantwortungsvoll und konsequent angehen.

In den vergangenen zwölf Monaten haben wir strategische Weichenstellungen angekündigt und vorgenommen, die für das Siemens der nächsten Generation von herausragender Bedeutung sind: Drei davon betreffen die Zukunftsfelder Erneuerbare Energien, Mobilität und Gesundheit.

Zu den Erneuerbaren: Mit einer installierten Basis von insgesamt 83 Gigawatt ist Siemens Gamesa Renewable Energy (SGRE) das führende Unternehmen weltweit für Erneuerbare Energien.

Der Daten- und Informationsreichtum der installierten Basis bietet einem Unternehmen, das beste Voraussetzungen für die Digitalisierung mitbringt, hervorragende Chancen, daraus neue Service- und vielleicht sogar Geschäftsmodelle zu schaffen.

Über den etwas holprigen Start hatten wir ja schon gesprochen und das eine oder andere korrigiert, sofern es sich um interne Defizite handelte.

Die abrupten Marktveränderungen, beispielsweise in Indien, oder die Folgen des etwas eigenwilligen Umgangs einzelner Regierungen mit dem Klimawandel, sind allerdings Entwicklungen, die die ganze Branche spüren wird – sie wird sich deshalb strukturell anpassen müssen.

Wie Sie wissen, hat sich die SGRE das „Minimalziel“ gegeben, jährlich 230 Millionen Euro an Synergien zu heben, und das schon im dritten und nicht erst im vierten Jahr nach der Fusion. Diese Aufgabe gilt auch weiterhin.

Mobilität: Siemens hat das ertragsstärkste Mobility-Geschäft der Branche. Das war nicht immer so und ist das Verdienst eines starken Management-Teams der Division. Wir wollen, dass dies auch langfristig so bleibt, und legen deshalb die Mobility-Geschäfte von Siemens und Alstom zusammen.

So schaffen wir ein führendes Unternehmen für Mobilitätslösungen, das so vertikal integriert und so digital ist wie kein anderes Unternehmen.

Ein Unternehmen, das es mit einer dominanten Konkurrenz aus Asien auch langfristig aufnehmen und damit den Kunden verlässliche globale Alternativen erhalten kann.

Mit einem kombinierten Auftragsbestand von mehr als 60 Milliarden Euro und einem kombinierten Umsatz von über 15 Milliarden Euro wäre Siemens Alstom die klare Nummer 2 weltweit und führend in Europa. Wir rechnen mit jährlichen Synergien in Höhe von 470 Millionen Euro spätestens im vierten Jahr nach dem Closing, das wir für Ende 2018 erwarten. Wir sind sicher, dass Siemens Alstom die Zukunft der modernen Mobilität mit prägen wird.

Gesundheit: Wir gehen mit den Healthineers an die Börse, um die Gesundheitstechnik bei Siemens zu stärken. Hier sind wir exakt im Zeitplan.

Mein Kollege Michael Sen hat Ihnen ja die Grundzüge der Healthineers Strategy 2025 im dritten Quartal vorgestellt. Wir gehen unverändert davon aus, dass wir im ersten Halbjahr des kommenden Kalenderjahrs für ein Listing vorbereitet sind und je nach Marktbedingungen flexibel agieren können.

Wir haben im exogenen Bereich des Portfolios, also bei M&A, sehr viel getan. Aber wir investieren mehr denn je in unsere Kundenbeziehungen im Vertrieb und in die Modernisierung unserer Fertigungen. Wir investieren jedoch besonders in die Innovation und damit in die Zukunft von Siemens.

Im Geschäftsjahr 2017 haben wir 5,2 Milliarden Euro für Forschung und Entwicklung ausgegeben. Für 2018 gehen wir von 5,6 Milliarden Euro aus. Das sind 40 Prozent mehr als im Geschäftsjahr 2014. Ein Teil des Anstiegs ist auf die höhere FuE-Intensität im Software-Bereich, also zum Beispiel Mentor Graphics, zurückzuführen. Mehr als 3 Milliarden Euro unserer FuE-Ausgaben sind übrigens nach Deutschland geflossen.

Bei den Investitionen in Fertigungen und Sachanlagen waren es immerhin 34 Prozent der insgesamt 2,9 Milliarden Euro an Investitionen, also rund eine Milliarde Euro.

Wohin aber fließen unsere FuE-Mittel eigentlich? Siemens konzentriert sich auf definierte Innovationsfelder, die für unsere Kunden und damit den Erfolg unseres Hauses ausschlaggebend sind. So sorgen wir für eine Wert schaffende Ressourcenallokation.

Beispiele sind additive Fertigung – also der 3D-Druck –, Künstliche Intelligenz, Blockchain-Anwendungen und Energiespeicher-Technologien. Das sind Innovationsfelder, auf denen Siemens nicht scheitern darf und nicht scheitern wird! Denn hier geht es auch um die langfristige Zukunft unseres Hauses.

Einen genaueren Überblick über unsere Forschungsaktivitäten werden wir am 15. Dezember präsentieren. Da findet unser fast schon traditioneller Innovation Day hier in München statt. Ich lade Sie hiermit herzlich ein.

Innovation und Digitalisierung sind heute untrennbar miteinander verbunden und in direkter Wechselwirkung über die Wertschöpfungsketten hinweg. Innovation treibt die Digitalisierung, und die Digitalisierung treibt die Innovation.

Wir haben unseren Vorsprung in der Industriellen Digitalisierung weiter ausgebaut. Das zeigen auch die Zahlen: Insgesamt stieg unser Umsatz mit Software und digitalen Dienstleistungen im abgelaufenen Geschäftsjahr um ein Fünftel auf 5,2 Milliarden Euro.

Was viele nicht wissen: Siemens gehört schon heute zu den 10 größten Software-Unternehmen der Welt. Und mit fast 23.000 Software-Ingenieuren haben wir auch eine enorm starke Mannschaft.

Mit dem Ausbau unserer digitalen Plattformen, Applikationen und Dienstleistungen kommen wir gut voran. Wir erwarten, dass unsere Software und unsere digitalen Dienstleistungen weiterhin unser Wachstum voranbringen.

Ich möchte Ihnen einige Beispiele geben:

- Unsere Digital Enterprise ist weltweit unerreicht. Kunden in aller Welt nutzen unsere Software, um schneller, effizienter, flexibler und qualitativ hochwertiger zu fertigen – egal ob sie Turnschuhe herstellen, Autos bauen oder als „hidden champions“ und Mittelständler den Weltmarkt beherrschen.
- Mit gezielten Zukäufen wie Mentor Graphics haben wir unser Angebot bei industrieller Software komplettiert. Wir haben heute das weltbeste Portfolio für die Industrie: Keiner unserer Wettbewerber kann ganze Fabriken in einer virtuellen Welt entstehen lassen.
- Keiner kann die Abläufe und Prozesse von der Idee für ein Produkt über die Fertigung bis zum Service ganzheitlich als „digitalen Zwilling“ virtuell abbilden. Wir sind deutlich führend bei Industrie 4.0.
- 170.000 Kunden nutzen unsere PLM-Software, Tendenz stark steigend.
- 29 der 30 weltweit größten Autohersteller verwenden PLM-Software von Siemens,
- genauso wie 18 der größten 20 Luft- und Raumfahrtunternehmen und alle Top 20 Flugzeugmotorenhersteller. Hier geht es also um Branchen, in denen höchste Präzision gefragt ist. Und in denen ist Siemens gefragt!

- Und mit MindSphere – unserem cloudbasierten Betriebssystem für das Internet der Dinge – werden wir noch stärker. Damit können Kunden die Daten ihrer Anlagen erfassen, analysieren und neue Geschäftsmodelle entwickeln. MindSphere kommt bei unseren Kunden an! Wir wollen daher im laufenden Geschäftsjahr den Rollout forcieren, über alle Branchen hinweg.

Wir haben seit Vorstellung unseres Strategieprogramms Vision 2020 im Mai 2014 sehr hart gearbeitet – alle von uns. Das hat sich schon 2016 und nun auch im Geschäftsjahr 2017 zum Teil deutlich in den Zahlen, aber auch den anderen Indikatoren gezeigt.

2014 hatten wir uns 7 Ziele gesetzt.

Sie reichen von der stringenten Unternehmensführung über die Stärkung des Portfolios bis hin zu unternehmenskulturellen Komponenten, Stichwort Eigentümerkultur. Diese Ziele sind mit ganz konkreten Messgrößen hinterlegt. Heute können wir sagen, dass wir unsere Ziele der Vision 2020 in weiten Teilen bereits jetzt erreicht oder auf einen tragfähigen Weg gebracht haben. Und bei schwierigen, strukturellen Einzelthemen wie dem Geschäft mit der Energieerzeugung wissen wir, was zu tun ist.

Diese insgesamt erfolgreiche Entwicklung spiegelt sich auch an der Börse wider: Am 25. Juli 2013, dem Tag der letzten Gewinnwarnung, einige von Ihnen werden sich daran erinnern, lag der Siemens-Aktienkurs bei 78,62 Euro. Bis zum 30.09.2017 hat die Siemens-Aktie um 52 Prozent zugelegt – und die Marktkapitalisierung um mehr als 30 Milliarden Euro. Der Aktienkurs ist natürlich ein monetäres Barometer für den Erfolg und die Glaubwürdigkeit der Strategie eines Unternehmens.

Doch eigentlich geht es noch um mehr: Das Ansehen des Unternehmens auf der ganzen Welt. Dazu gehört, dass wir als Unternehmen überall dort, wo wir tätig sind, der Gesellschaft dienen – langfristig orientiert, leistungsstark, verantwortungsvoll, nachhaltig. Wie findet man das angesehenste Unternehmen der Welt? Forbes Magazine hat das versucht. Forbes hat 15.000 Menschen aus 60 Ländern befragt. 2.000 Firmen, die „Global 2000 companies“, standen zur Auswahl.

Die Kriterien waren Vertrauenswürdigkeit und Ehrlichkeit; soziales Engagement; Ansehen als Arbeitgeber; Qualität und Performance der Produkte und der Dienstleistungen. Siemens landete auf Rang 1 der Unternehmen mit der höchsten Reputation weltweit.

Sie können sich sicher vorstellen, dass ich mich darüber freue und auf mein weltweites Team sehr stolz bin. Besonders wenn es nicht so gut läuft, sind Vertrauenswürdigkeit und Transparenz gefragt.

Unsere Division Power and Gas kämpft seit längerem mit sehr schwierigen Marktverhältnissen und strukturellen Herausforderungen. Das haben wir bereits verschiedentlich kommuniziert.

Wenn dieses Geschäft eine Zukunft haben soll, dann müssen wir reagieren. Wir müssen die Kapazitäten anpassen, auch wenn das schmerzhaft Einschnitte bedeutet.

Bei Power and Gas erleben wir im Zeitraffertempo eine Verschiebung im Markt von Konventionellen hin zu Erneuerbaren und von zentral zu dezentral.

Damit Sie ein Gefühl für das Tempo und die Größenordnung der Veränderungen bekommen, möchte ich auf die Marktentwicklung bei Großen Gasturbinen, also solchen mit einer Leistung größer 100 Megawatt, eingehen. Dazu gehören Turbinen wie unsere H-Klasse, wie wir sie nach Ägypten geliefert haben.

2010 prognostizierten alle einen zukünftigen Markt auf einem Niveau von 300 Großen Gasturbinen – bestellt wurden 2013 weltweit 212. Dann ging es bergab: auf nur noch 122 in 2017.

Prognosen zufolge wird der Markt voraussichtlich in einer Größenordnung von ungefähr 110 verharren. Mit anderen Worten: Das Marktvolumen hat sich nahezu halbiert, die Überkapazitäten sind jedoch weiter dramatisch. Und das hat gravierende Folgen für unsere Fertigung und für unser Servicegeschäft.

Siemens Power and Gas inklusive Power Services beschäftigt derzeit 47.000 Mitarbeiter weltweit, darunter 16.000 in Deutschland.

Wie viele Große Gasturbinen, schätzen Sie, sind in den vergangenen drei Jahren in Deutschland bestellt worden? Ich sage es Ihnen: ganze zwei! [Berlin Lichterfelde und Berlin Marzahn]

Wir sind davon überzeugt, dass es weiterhin einen Weltmarkt für große Gasturbinen geben wird. Er wird aber deutlich kleiner sein, und die Nachfrage wird sich Richtung Asien, Lateinamerika und Afrika verschieben. Daher müssen wir jetzt handeln, unsere Kapazitäten anpassen und zugleich in innovative Zukunftstechnologien investieren. Und damit übergebe ich an unsere Arbeitsdirektorin Janina Kugel, die Ihnen einen Überblick gibt, wie wir die nächsten Schritte in Abstimmung mit den Arbeitnehmersvertretern angehen, und wie die Beschäftigungssituation bei Siemens insgesamt derzeit aussieht.

[Janina Kugel]

Wir haben eben gesehen: Der grundsätzliche Kurs unseres Unternehmens stimmt. Aber der Erfolg kommt nicht von ungefähr – sondern von harter Arbeit.

Zum einen haben wir uns in den vergangenen Jahren konsequent auf Wachstumsmärkte ausgerichtet. Und zum anderen sind wir Probleme systematisch angegangen, auch mit zum Teil deutlichen Einschnitten.

Nun stellt uns der Markt für große Turbinen seit einigen Jahren vor besondere Herausforderungen.

Um in diesem Geschäft wettbewerbsfähig zu bleiben – denn das ist unser Bestreben – haben wir 2015 das Programm PG2020 aufgesetzt. In den Handlungsfeldern Kundennähe, Innovation, Kosten und Organisationseffizienz haben wir in den vergangenen beiden Jahren gute Erfolge erzielt:

- Trotz harten Wettbewerbs sind wir im chinesischen Markt wieder präsent.
- Die nächste Turbinengeneration – die HL-Klasse – wird in gut anderthalb Jahren bei einem der größten Energieversorger der USA – Duke Energy – unter realen Bedingungen getestet und validiert.
- Die Produktkosten bei großen Gasturbinen haben wir massiv gesenkt – dabei wurden bereits moderat Kapazitäten angepasst.

All diese Maßnahmen haben uns geholfen – aber sie reichen leider nicht aus, um dem strukturellen, also langfristigen Wandel in der Branche erfolgreich zu begegnen.

Konjunkturelle Schwankungen in einzelnen Geschäften können wir üblicherweise ausgleichen. Bei strukturellen Veränderungen – wie wir sie bei PG sehen – müssen wir entsprechend reagieren.

Besonnen, umsichtig und fair – aber gleichzeitig schnell und entschlossen.

Defizitäre Geschäfte dauerhaft zu subventionieren, wäre verantwortungslos. Das würde über kurz oder lang dem gesamten Unternehmen schaden – und all unseren Mitarbeitern weltweit. Deshalb sind wir gezwungen, über weitere Schritte nachzudenken – übrigens weltweit. Und weil wir uns bewusst sind, welche Tragweite derartige Entscheidungen haben, prüfen wir alle Optionen mit der gebotenen Sorgfalt, bevor wir unsere Sozialpartner sowie unsere Mitarbeiter informieren. Und so haben wir das auch in der Vergangenheit immer gehandhabt.

In unserem Abkommen Radolfzell II haben Firmenseite, Gesamtbetriebsrat und IG Metall vereinbart, dass es möglichst keine Standortschließungen oder -verlagerungen sowie keine betriebsbedingten Kündigungen geben soll. Zur Wahrheit gehört aber auch: Radolfzell II sieht zwischen den Parteien ein klar geregeltes Verfahren vor, wenn Rahmenbedingungen sich wesentlich verändern.

Was bedeutet das für die aktuelle Situation bei PG?

Bereits vor zwei Wochen haben wir einen außerordentlichen Wirtschaftsausschuss einberufen. Das ist das Gremium, in dem wir unsere Arbeitnehmervertreter über die wirtschaftliche Lage des Unternehmens informieren. Genau das haben wir ausführlich getan und darauf verwiesen, dass wir noch dabei sind, ein Konzept zu erarbeiten, wie wir den Marktveränderungen konkret begegnen wollen. Wir gehen davon aus, dass wir den Arbeitnehmervertretern unsere konkreten Planungen am 16. November im Rahmen eines weiteren Sonder-Wirtschaftsausschusses vorstellen können.

Danach informieren wir die Beschäftigten an den betroffenen Standorten – und erst dann die Öffentlichkeit. Im Anschluss nehmen wir die Beratungen und Verhandlungen mit den Arbeitnehmervertretern auf. Dies möchten wir so zeitnah wie möglich angehen. Ich möchte den Blick nun wieder für das Gesamtbild öffnen. Denn die meisten Geschäfte bei Siemens entwickeln sich gut – oder sogar sehr gut.

Das sieht man auch an unserer Mitarbeiterzahl, die im Geschäftsjahr 2017 auf 372.000 gestiegen ist. Auch durch Akquisitionen wie die von Mentor Graphics, aber nicht nur. In Deutschland lagen wir bei 115.000 – auch das ist ein leichter Zuwachs.

Und mit weltweit 39.000 Einstellungen liegen wir auf dem höchsten Niveau seit Jahren. Es bewegt sich also viel zum Positiven.

Zudem investieren wir weiter stark in unseren Nachwuchs: In Deutschland sind wir mit rund 8.800 Auszubildenden und dual Studierenden nach wie vor einer der größten Ausbildungsbetriebe.

Und mit weltweit insgesamt 11.400 Auszubildenden und dual Studierenden tun wir viel dafür, Siemens überall auf der Welt zukunftsfähig zu machen. Insgesamt investieren wir jährlich mehr als eine halbe Milliarde Euro in die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter – und damit auch in die Zukunft unserer Firma.

Und damit übergebe ich an unseren Finanzvorstand Ralf Thomas, der einen Blick auf die Zahlen für das Geschäftsjahr und die Divisionen im Einzelnen wirft.

[Ralf P. Thomas]

Auch aus Sicht des Finanzvorstands kann man mit dem Geschäftsjahr 2017 insgesamt sehr zufrieden sein. Wir haben unseren Ausblick im Laufe des Geschäftsjahrs zweimal nach oben korrigiert und dennoch vollumfänglich geliefert.

Die Zahlen für das vierte Quartal entnehmen Sie bitte unserem Earnings Release.

Nur so viel dazu: Wir konnten einen starken Zuwachs beim Auftragseingang verzeichnen, und zwar quer über alle Geschäftsfelder, während der Umsatz leicht stieg.

Einer starken operativen Leistung bei Digital Factory, den Healthineers, Building Technologies, Mobility und Energy Management standen Power and Gas und Siemens Gamesa mit einem deutlichen Margenrückgang gegenüber.

Lassen Sie mich nun näher auf das Gesamtjahr eingehen, das nicht nur, aber doch überwiegend positive Momente geboten hat.

So stieg der Gewinn bei unserem Industriellen Geschäft auf 9,5 Milliarden Euro mit zweistelligem Wachstum bei Building Technologies, der Digital Factory, Mobility und Process Industries and Drives, und das trotz schwacher Entwicklung bei Power and Gas sowie Siemens Gamesa.

6 unserer 8 Divisionen des Industriellen Geschäfts konnten ihren Gewinn gegenüber dem Vorjahr steigern. Das ist Profitabilität auf breiter Basis.

Nun zu den einzelnen Divisionen:

Sie sehen jeweils die Ergebnismarge im Vergleich zum Vorjahr – und auch im Vergleich zum Margenkorridor, den wir für jedes Geschäft auf Basis der besten Wettbewerber festgelegt haben.

Janina und Joe hatten schon ausführlich erläutert, wie schwierig das Marktumfeld von Power and Gas ist.

Im Geschäftsjahr 2017 erreichte die Division eine Ergebnismarge von knapp über 10 Prozent – ein beachtliches Resultat angesichts der Rahmenbedingungen. Die Herausforderungen, vor denen wir stehen, zeigen sich im Volumen: Das Ägypten-Projekt hatte uns nur etwas Aufschub verschafft.

Im vierten Quartal ging der Umsatz um 17 Prozent auf vergleichbarer Basis zurück, der Auftragseingang im gesamten Geschäftsjahr sogar um 30 Prozent.

Wir müssen und werden auf diese strukturellen Herausforderungen reagieren.

Energy Management hat sich kontinuierlich verbessert und konnte so übers Jahr sowohl bei Auftragseingang als auch Umsatz ein moderates Wachstum verbuchen.

Die Division ist also auf einem guten Weg und – Stichwort Energiewende 2.0 – gut aufgestellt, die Zukunft der Energie maßgeblich mitzugestalten. Das gilt in besonderem Maße für die Offshore-Anbindungen in Deutschland. Hier konnten wir mit dem aktuellen DoWin6-Auftrag sechs der neun Vergaben für uns gewinnen.

Die Entwicklung bei Building Technologies ist weiterhin sehr erfreulich; die Division verzeichnete ihr bislang bestes Geschäftsjahr. Neuaufträge und Umsatz stiegen in allen Geschäftsbereichen und allen Regionen – besonders stark in den USA. Dieses Wachstum sowie weitere Produktivitätsfortschritte führen zu einer erfreulich hohen Marge von 12 Prozent. BT treibt erfolgreich die Automatisierung und Digitalisierung seiner Geschäfte voran; das wissen auch unsere Kunden sehr zu schätzen.

Mobility konnte einige bemerkenswerte Großaufträge aus Europa und Asien verbuchen. Umsatz und Auftragseingang haben sich gut entwickelt. Im vierten Quartal erzielte Mobility mit 2,2 Milliarden Euro Umsatz sogar ein Rekordquartal. Die weiterhin solide Projektabwicklung der Division sorgte im Geschäftsjahr 2017 für eine beachtliche Marge von 9,2 Prozent: ein Wert, der deutlich über dem Branchendurchschnitt liegt.

Das Geschäft hält sich nun seit vier Jahren in Folge innerhalb des Zielmargenbandes und baut kontinuierlich sein digitales Geschäft aus.

Damit ist Mobility sehr gut vorbereitet für eine gemeinsame Zukunft mit Alstom.

Bei der digitalen Fertigung führt kein Weg an Siemens vorbei: Die Division Digital Factory lieferte erneut ein exzellentes Geschäftsjahr ab. Insbesondere das kurzzyklische Geschäft wuchs stark – zum Beispiel in China im abgelaufenen Quartal um 27 Prozent. Wie bereits angekündigt, beeinträchtigten Sondereffekte in Verbindung mit der Akquisition von Mentor Graphics das ausgewiesene Ergebnis mit insgesamt 104 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017.

Mit einer berichteten Ergebnismarge von 18,8 Prozent war DF dennoch die margenstärkste Siemens-Division im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Process Industries and Drives ist auf einem anstrengenden, aber dennoch richtigen Weg. Sowohl im vierten Quartal als auch im gesamten Geschäftsjahr stiegen Auftragseingang und Ergebnis. Die eingeleiteten Maßnahmen beginnen also zu greifen.

Es ist aber noch zu früh, Entwarnung zu geben: Die Herausforderungen, insbesondere im Geschäft mit Large Drives, bleiben bestehen – und damit auch die Notwendigkeit, die strukturellen Anpassungen konsequent fortzusetzen. Auch die Entwicklung der Rohstoffindustrie in ihrer Gesamtheit werden wir im Auge behalten müssen.

Nun zu den Healthineers: Unsere Gesundheitstechnik setzt ihren erfolgreichen Kurs in beeindruckender Weise fort. Der Umsatz stieg in China, Europa, Russland und im Nahen und Mittleren Osten zweistellig. Das Geschäft mit diagnostischer Bildgebung sowie günstige Währungseinflüsse trugen zur beeindruckend starken Profitabilität bei.

Mit 2,5 Milliarden Euro erzielte das Geschäft den größten Ergebnisbeitrag aller Divisionen. Financial Services hat ein starkes Team, das unsere Geschäfte auch im Geschäftsjahr 2017 wieder exzellent unterstützt und ein Ergebnis vor Ertragsteuern von 639 Millionen Euro erwirtschaftet hat.

Und zuletzt zu Siemens Gamesa Renewable Energy: Hier kennen Sie die Situation. Wir sehen auf der einen Seite zwar erfreuliche Großaufträge, zum Beispiel aus den USA oder für die Offshore-Projekte „Borssele 1“ und „2“ in der Nordsee.

Allerdings machen beim Ergebnis schwächere Beiträge aus den USA und Indien, hohe Abschreibungen auf Vorräte sowie die wie erwartet gestiegenen Integrationskosten mächtig zu schaffen. Siemens Gamesa ist bisher deutlich unter seinen Möglichkeiten geblieben.

Unsere Erwartungen an dieser Stelle sind eindeutig: Führende Wettbewerbsposition im Weltmarkt sowie nachhaltige Wertsteigerung unserer Beteiligung. Es gibt also noch einiges zu tun!

Nun zum Free Cash Flow unseres Industriellen Geschäfts: Mit 7,5 Milliarden Euro konnten wir das Vorjahresniveau in etwa halten. Allerdings drückten die Entwicklungen bei Power and Gas und Siemens Gamesa auf den an sich erfreulichen Jahresverlauf.

Ganz entscheidend für den Erfolg von Siemens ist, dass wir uns auch weiterhin auf eine stringente Projektabwicklung konzentrieren und unsere Produktivitätsziele im Auge behalten. 2017 ist uns das gut gelungen.

Sie erinnern sich, dass im Geschäftsjahr 2012 noch Projektbelastungen in Höhe von 1,2 Milliarden Euro aufgelaufen waren. Im abgelaufenen Geschäftsjahr waren die Projektbelastungen deutlich unter 200 Millionen Euro. Die Intensivierung beim Risikomanagement hat sich also gelohnt! Konkret bedeutet das: Wir selektieren deutlich stärker schon in der Angebotsphase, indem wir Ausschreibungen einer sehr detaillierten und umfänglichen Risikoanalyse unterziehen.

Das gilt insbesondere auch für Projekte, bei denen wir technologisches Neuland betreten oder mit Partnern zusammenarbeiten. Auch bei unseren Produktivitätssteigerungen sind wir im Plan. Wir erreichten – wie schon im Geschäftsjahr 2016 – eine Steigerung bei der Kostenproduktivität von fünf Prozent und liegen damit am oberen Ende des Bereichs, den wir uns vorgenommen hatten.

Diese anspruchsvollen Produktivitätsziele, die wir uns jährlich setzen, sind kein Selbstzweck, sondern die Basis für den Erhalt und, wo möglich, sogar für die Verbesserung unserer Wettbewerbsfähigkeit.

Ich möchte Sie auch heute wieder über die aktuellen Entwicklungen unserer ertragsschwächeren Geschäfte informieren. Betrug im Geschäftsjahr 2013 die durchschnittliche Ergebnismarge dieser Geschäfte noch minus 4 Prozent, haben wir uns seither kontinuierlich und deutlich verbessert.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr lagen nun 80 Prozent dieser Geschäfte im Bereich von plus 6 Prozent Ergebnismarge. Die übrigen 20 Prozent dieser Geschäfte erfordern weiterhin eine besondere Aufmerksamkeit des Managements. Damit sind wir zwar etwas langsamer unterwegs als geplant. Dennoch können wir mit dem Zwischenergebnis insgesamt zufrieden sein. Es geht letztlich darum, diese Geschäfte beständig und nachhaltig „auf Augenhöhe“ mit dem Wettbewerb zu entwickeln. Und da sind wir noch nicht am Ziel: Die Zielgröße für 2020 liegt weiter bei mindestens 8 Prozent.

Leistung soll sich für alle lohnen – auch für unsere Aktionäre. Ich komme damit zur Dividende: Vor dem Hintergrund des starken Geschäftsjahrs 2017 wird Siemens den Aktionären auf der kommenden Hauptversammlung am 31. Januar 2018 eine Dividende von 3,70 Euro vorschlagen.

Das ist ein Plus von 10 Euro-Cent gegenüber dem Vorjahr und entspricht einer Ausschüttungsquote von 49 Prozent. Unsere Dividendenpolitik ist auf hohe Rentabilität, Langfristigkeit und Verlässlichkeit ausgerichtet; Siemens ist und bleibt eine lohnende Investition für seine Anteilseigner. Vom Unternehmenserfolg sollen aber auch unsere Siemens-Mitarbeiter direkt profitieren.

Daher haben wir im Geschäftsjahr 2015 das sogenannte Profit Sharing eingeführt. In besonders guten Jahren gibt Siemens eine bestimmte Summe in einen eigens dafür geschaffenen Pool. Erreicht diese Summe 400 Millionen Euro, kann sie an unsere Mitarbeiter „unterhalb des Managements“ ausgeschüttet werden.

Das ist nun der Fall:

Der Vorstand hat gestern entschieden, zusätzlich zu den bereits für den Profit Pool aufgelaufenen 300 Millionen Euro weitere 100 Millionen Euro zu dotieren.

Damit haben wir den festgelegten Zielbetrag erreicht: Das Profit Sharing ist sozusagen „zuteilungsreif“. Das bedeutet, dass im März 2018 insgesamt 400 Millionen Euro an unsere Mitarbeiter unterhalb des Senior-Managements ausgeschüttet werden – überwiegend in Form von Siemens-Aktien.

Damit möchten wir „Dankeschön“ sagen für das Engagement der Kolleginnen und Kollegen weltweit.

Und damit möchten wir unsere Mitarbeiter auch stärker an unser Unternehmen binden – als Mit-Eigentümer von Siemens! Aktuell sind bereits 165.000 Siemens-Mitarbeiter zugleich auch Aktionäre unseres Hauses. Bis 2020 sollen es mehr als 200.000 sein. Mit der Zuteilung der Profit-Sharing-Aktien im März 2018 werden wir einen großen Schritt in diese Richtung machen. Lassen Sie mich nun zum Ausblick für Siemens im Geschäftsjahr 2018 kommen.

Mit Blick auf unser Marktumfeld erwarten wir ein gemischtes Bild: Dieses reicht von robusten Märkten für unsere kurzzyklischen Geschäfte bis hin zu belastenden Entwicklungen in unseren Märkten für Stromerzeugung. Hinzu kommen geopolitische Unsicherheiten, die die Investitionsneigung eher bremsen.

Für das Geschäftsjahr 2018 erwarten wir ein leichtes Wachstum der Umsatzerlöse, bereinigt um Währungsumrechnungs- und Portfolioeffekte. Ferner gehen wir davon aus, mit einem über den Umsatzerlösen liegenden Auftragseingang ein Book-to-Bill-Verhältnis von über 1 zu erreichen. Was bedeutet das nun für die Ergebnissituation von Siemens? Wie schon gesagt, operieren manche Geschäfte in einem sehr schwierigen Marktumfeld.

Insofern wird es entsprechend starken Gegenwind für uns geben:

- Erstens, wir erwarten einen negativen Einfluss auf die Marge aufgrund eines schwächeren Geschäfts mit Neuausrüstungen bei Power and Gas.
- Zweitens, bei Siemens Gamesa wird Geschäft mit niedrigeren Margen einen größeren Volumensanteil ausmachen und auf die Ergebnismarge drücken.

Das Marktumfeld ist dort zudem herausfordernd.

Sie haben in diesem Zusammenhang sicherlich die Ankündigung eines Restrukturierungsplans von Siemens Gamesa am Montagabend gesehen. Alles in allem gehen wir für das Geschäftsjahr 2018 von erheblichen Aufwendungen für Personalrestrukturierung aus.

- Drittens: Wir erwarten auf Basis der aktuellen Währungsrelationen einen signifikanten negativen Effekt auf unser Ergebnis in Höhe eines mittleren dreistelligen Millionen-Euro-Betrags.

Soweit zu den Herausforderungen.

Dem steht gegenüber, dass die meisten unserer Geschäfte, wie Mobility, Building Technologies, Energy Management, Healthineers und Digital Factory sehr gut unterwegs sind.

Auf ihre Leistungskraft wird es ankommen, denn wir haben uns angesichts der Herausforderungen und des zu erwartenden Gegenwinds ambitionierte Ziele gesetzt.

Wir erwarten eine Ergebnismarge von 11,0 Prozent bis 12,0 Prozent für unser Industrielles Geschäft. Aufwendungen für Personalrestrukturierung sind dabei ausgeklammert. Dazu haben wir uns entschlossen, weil wir zum gegenwärtigen Zeitpunkt keine valide Aussage dazu treffen können, wie hoch diese Aufwendungen sein werden.

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie für den Gewinn nach Steuern erwarten wir innerhalb einer Bandbreite von 7,20 Euro bis 7,70 Euro. Auch hier gilt konsequenterweise: ohne Berücksichtigung von Aufwendungen für Personalrestrukturierung.

Ich möchte Ihnen auch noch eine Einordnung für den Ausblick für unser Ergebnis je Aktie geben. Sie sehen auf der Darstellung eine „Absprungbasis“ im Geschäftsjahr 2017 von 7,09 Euro. Darauf bezogen rechnen wir also mit einem Anstieg von zwei bis neun Prozent gegenüber dem Vorjahr. Weshalb ist der Vergleichswert für 2017 niedriger, als wir Ihnen heute berichtet haben?

Zunächst geht die Vorjahresbasis aus technischen Gründen zurück. Damit meine ich: Die Einführung des neuen Rechnungslegungsstandards zur Umsatzlegung IFRS 15 führt zu einer Anpassung der Vorjahreswerte. Daneben haben wir die Ihnen bekannten großen positiven Sondereffekte des Geschäftsjahrs 2017 für unsere Absprungbasis nicht berücksichtigt, da sie sich nicht wiederholen werden. Ebenso nicht berücksichtigt sind die in 2017 angefallenen Aufwendungen für Personalrestrukturierung. Anderenfalls ist ein Vergleich mit der eben dargestellten Zielsetzung – also ohne Berücksichtigung der Personalrestrukturierung in 2018 – nicht möglich. Die Details hierzu finden Sie im Folien-Backup – damit es für Sie transparent und nachvollziehbar ist.

Von diesem Ausblick sind Belastungen aus rechtlichen und regulatorischen Themen wie immer ausgenommen. Ebenso ausgenommen sind Auswirkungen auf das Ergebnis je Aktie in Zusammenhang mit Minderheitsanteilen an Siemens Healthineers im Zuge des geplanten Börsengangs sowie mögliche Auswirkungen, die sich aus der Ankündigung eines neuen strategischen Programms ergeben könnten.

[Joe Kaeser]

Wir behalten die Ziele der Vision 2020 fest im Blick.

Mit der Umsetzung dieses langfristig angelegten Strategiekonzepts haben wir Siemens deutlich stärker gemacht. An uns führt bei der Industriellen Digitalisierung kein Weg vorbei.

Wir sind ein Konglomerat, das die Zeichen der Zeit erkannt und proaktiv agiert hat.

Das sieht man auch an der Aktienkursentwicklung. Es gibt andere Konglomerate, die den strategischen Wandel weniger aktiv gestaltet haben. Auch das sieht man am Aktienkurs.

Unter den Konglomeraten sind wir also Spitze. Aber reicht das im Wettbewerb mit spezialisierten und fokussierten Firmen, die mit deutlich engerem Spektrum schneller und fokussierter sind?

Siemens schlägt sich zwar insgesamt gut, in manchen Geschäften sehr gut. Die Geschäftsentwicklung und die Marktbewertung geben jedoch den „Focus Players“, also den fokussierten Spezialisten, Recht.

Aber selbst deren Leistungskraft reicht nicht, mit denen mithalten, die die moderne industrielle Welt gestalten und vom Paradigmenwechsel profitieren.

Wir sind mit der Umsetzung der Vision 2020 sehr gut unterwegs – viele Ziele sind bereits erreicht, andere Aufgaben sind auf den Weg gebracht. Es wird Zeit, die Weichen über 2020 hinaus zu stellen. Worauf kommt es dabei an?

Zunächst gehen wir in unseren Überlegungen davon aus, dass nicht die größten und diversifiziertesten Unternehmen im digitalen Industriezeitalter erfolgreich sein werden, sondern diejenigen, die sich am besten an die sich rasant verändernden Umgebungsbedingungen anpassen. Und genau daran wollen wir weiter arbeiten.

Beim Siemens der nächsten Generation geht es deshalb vorrangig um die optimale Kombination dreier wichtiger Aspekte: die Werterhaltung der „Mega“-Marke Siemens; eine noch stärkere Fokussierung der einzelnen Geschäfte auf ihre jeweiligen kritischen Erfolgsfaktoren; und eine flexiblere und damit effizientere „Governance“.

Die Marke Siemens ist so stark wie die Marke weniger anderer Unternehmen. Sie steht für Innovation, Qualität, Vertrauen und Stabilität. Sie öffnet Türen in aller Welt. Siemens ist heute so angesehen wie noch nie. Das beweisen auch die Ergebnisse der Forbes-Umfrage, in der Siemens zum angesehensten Unternehmen der Welt gewählt wurde.

Wie sollten Siemens-Geschäfte in Zukunft ausgerichtet sein? Damit sind wir beim Geschäftsfokus. Ich bin davon überzeugt, dass unsere Geschäfte noch deutlich fokussierter sein müssen.

Sie müssen mit den Spezialisten der Branche mithalten können und mindestens so gut sein wie deren stärkster Wettbewerber.

Wie sollten diese Siemens-Geschäfte geführt werden? Mit so wenig administrativem Aufwand wie möglich und so viel administrativer Unterstützung wie nötig; mit Managementmodellen, die maßgeschneidert sind für die Bedürfnisse des jeweiligen Geschäfts; nicht mit Tausenden von allgemein gültigen Rundschreiben, sondern spezifisch und flexibel, und dennoch mit klaren Regeln.

Bei einem Thema werden wir keine Abstriche machen, nämlich bei Compliance. Hier gilt weiterhin null Toleranz für gesetzeswidriges Verhalten.

Diese Überlegungen werden die Grundprinzipien sein, mit denen wir unser Unternehmen über 2020 hinaus gestalten wollen. Unter dem Arbeitstitel Vision 2020+ werden wir unser Haus noch stärker machen und es für die digitale Zukunft zuverlässig vorbereiten.

Wir werden im Managementteam in den kommenden Monaten intensiv darüber sprechen und noch in 2018 zu Ergebnissen kommen.

Das Ziel von Vision 2020+ ist schon jetzt klar: Wir wollen Siemens noch besser für die Zukunft rüsten. Wir möchten die Chancen der Industriellen Digitalisierung für unsere Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre noch stärker als bisher nutzen. Und wir haben verstanden, dass Konglomerate alten Zuschnitts keine Zukunft haben.

Deshalb werden wir uns auf die Suche nach einer Unternehmensform moderner Prägung machen, in der die integrative Kraft der Marke sich mit der Beweglichkeit des Neuen verbindet und von einer adaptiven Governance unterstützt wird. Das ist die Aufgabe, mit deren Lösung wir uns nicht bis 2020 Zeit lassen!