

Jahrespressekonferenz Geschäftsjahr 2014
**Geschäftsjahresausblick erreicht –
Umsetzung der „Vision 2020“ hat begonnen**

Joe Kaeser
Vorstandsvorsitzender der Siemens AG

Ralf P. Thomas
Finanzvorstand der Siemens AG

Lisa Davis
Mitglied des Vorstands der Siemens AG

Joe Kaeser:

Wir blicken heute auf ein Jahr des Aufbruchs für unser Unternehmen zurück – und ein Jahr des Umbruchs in der globalen Wirtschaft und Politik. Und wir werden auch einen Blick nach vorn werfen auf das neue Geschäftsjahr und das „Neue Siemens“.

Rund 40 Krisenherde zählt die Welt 2014, so viele wie seit Jahrzehnten nicht mehr. Die Nachrichten werden bestimmt von Schlagzeilen zu Syrien, Irak, Ukraine, Ebola. Hier in Europa spüren wir die damit verbundenen Unsicherheiten aufgrund unserer geografischen Lage ganz besonders. Parallel hierzu sahen wir eine heterogene wirtschaftliche Entwicklung. Von den großen Wirtschaftsräumen überzeugte nur Nordamerika mit dynamischem Wachstum. In Asien wuchs die Wirtschaft in diesem Jahr stabil, Europa hingegen enttäuschte. Nach wie vor fehlen hier die Wachstumsimpulse.

Die globalen Rahmenbedingungen in unserer Branche waren im abgelaufenen Geschäftsjahr also nicht einfach. Siemens musste darüber hinaus Rückschläge hinnehmen, die wir selbst zu verantworten haben – allen voran die hohen Sonderbelastungen aus Legacy-Projekten. Sonderbelastungen sind nicht, wofür Siemens steht – wir können es besser! Wir arbeiten hart daran, unser Risikomanagement zu verbessern und gehen davon aus, dass wir hier im kommenden Jahr Verbesserungen sehen.

Ziele für das Geschäftsjahr 2014 erreicht

Trotz alledem hat Siemens als Ganzes zuverlässig geliefert: Im vergangenen Geschäftsjahr stieg unser Auftragseingang aus fortgeführten Geschäften auf vergleichbarer Basis um ein Prozent auf 78,4 Milliarden Euro. Der Auftragsbestand des Unternehmens belief sich zum 30. September 2014 auf 100 Milliarden Euro. Der Umsatz stieg ebenfalls auf vergleichbarer Basis um ein Prozent auf 71,9 Milliarden Euro. Das Book-to-Bill-Verhältnis, also das Verhältnis zwischen Auftragseingang und Umsatz, lag bei guten 1,09. Der Gewinn nach Steuern stieg auf 5,5 Milliarden Euro an. Das unverwässerte Ergebnis pro Aktie wuchs um 25 Prozent auf 6,37 Euro.

Das bedeutet: Wir haben die ursprünglich versprochenen Ziele für das Geschäftsjahr 2014 erreicht, in der Gewinnentwicklung übertroffen und dabei erhebliche Fortschritte bei der Stärkung unseres Portfolios gemacht. Die Vision 2020 gibt eine klare

strategische Richtung für die Zukunft vor.

One Siemens Cockpit

Wenn wir auf das One Siemens Cockpit blicken, dann können wir hier weitgehend zufrieden sein. Allerdings lagen wir beim Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2014 deutlich hinter den Wettbewerbern zurück. Und das ist nur zum Teil damit erklärt, dass unsere Wettbewerber bei M&A aktiver waren und deutliche Währungseffekte wirkten. Wir hinken beim Wachstum hinterher und hier müssen wir besser werden. Mit der Vision 2020 werden wir jedoch wieder zum Wettbewerb aufschließen.

Zu den Margen: Die Sektoren Industry und Infrastructure and Cities liegen in ihren Margenbändern, und die Gesundheitstechnik liegt sogar ein Stück weit über ihrem Margenband. Der Sektor Energy hat jedoch deutlich Nachholbedarf. Lisa wird später über diese Herausforderungen, aber auch die großen Chancen in unseren Energie-Geschäften sprechen.

Bei der Kapitaleffizienz (ROCE) haben wir uns gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert und mit 17,2 Prozent das Zielband erreicht. Die Kapitalstruktur liegt noch immer unter dem Zielband. Mit unserem fortlaufenden Aktienrückkauf-Programm bzw. den angekündigten Akquisitionen wird sich dies ändern.

Vision 2020 als Wachstumsagenda

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir die Weichen gestellt für die Zukunft unseres Unternehmens. Viele von Ihnen waren am 7. Mai hier in der Mosaikhalle, als wir Ihnen unser Unternehmenskonzept Vision 2020 vorstellten. Mit der Vision 2020 haben wir auch eine langfristige Wachstumsagenda für Siemens definiert. Wir positionieren unser Unternehmen in attraktiven Wachstumsfeldern.

Während wir uns für die Ausarbeitung der Vision 2020 die notwendige Zeit genommen haben, ist die Umsetzung im Rekordtempo erfolgt. Nicht viele Unternehmen dieser Größe wären dazu in der Lage gewesen. Seit dem 1. Oktober arbeiten wir wie geplant in unserer neuen Organisation. Cluster und Sektoren gehören der Vergangenheit an, die Zahl der Divisionen haben wir von 16 auf 9 verringert. Wir führen das Unternehmen straffer durch effiziente Konzernleitfunktionen. Und wir haben die Regionen deutlich gestärkt. Wir haben zudem unser Portfolio durch gezielte Aktivitäten gestärkt. Ich komme später darauf zurück.

Unsere strategischen Entscheidungen treffen wir konzentriert, besonnen und ver-

antwortungsvoll. Das gilt auch für mögliche strukturell bedingte Personalanpassungen, die in den vergangenen Wochen in der Öffentlichkeit viel diskutiert wurden.

Wenn Maßnahmen notwendig sind, besprechen wir sie zuerst mit den Arbeitnehmervertretern und den Betroffenen. Wir reden mit den Menschen – und nicht über sie! Eines ist aber auch klar: Auf strukturelle wirtschaftliche Veränderungen, die unsere Geschäfte betreffen, müssen wir reagieren. Und wir müssen unsere Ressourcen darauf ausrichten, wo Bedarf ist. Wir folgen den Märkten. Und am Ende entscheidet nicht der Vorstand oder das Management, sondern der Kunde.

Die Vision 2020 ist kein Restrukturierungs-Programm. Sie ist ein Zukunfts- und vor allem ein Wachstumsprogramm. Dabei richten wir Siemens entlang der Wertschöpfungskette der Elektrifizierung aus. E-A-D – Elektrifizierung, Automatisierung, Digitalisierung: Dafür steht das neue Siemens! Und während viele viel über Industrie 4.0 oder das „Internet der Dinge“ reden, schaffen wir Tatsachen: Mit unserer neuen Division „Digitale Fabrik“!

Mit dieser klaren Ausrichtung schaffen wir auch Perspektiven für weltweit 357.000 Mitarbeiter. Das zeigen auch die Neueinstellungen: 33.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind im abgelaufenen Geschäftsjahr neu zu uns gekommen.

Blicken wir nun auf die Geschäfte der Sektoren im vierten Quartal 2014. Dazu ein Hinweis: Wir berichten heute letztmalig über die Sektoren. Fortan weisen wir die Geschäfte der Divisionen aus.

Sektor Healthcare

Healthcare macht uns weiter große Freude. Seit mehreren Quartalen liefert die Medizintechnik kontinuierlich sehr gute Ergebnisse. Am beachtlichen Ergebnisbeitrag des Sektors von 611 Millionen Euro zeigt sich nicht zuletzt der dauerhafte Erfolg der „Agenda 2013“.

Es ist ja derzeit einiges über die Zukunft von Healthcare zu lesen und zu hören. Daher möchte ich eines klarstellen: Healthcare ist nicht „immer noch“ bei Siemens. Healthcare ist auch nicht „weiter“ bei Siemens. Healthcare ist Siemens! Und zwar als „Unternehmen im Unternehmen“.

Um die Erfolgsgeschichte der Medizintechnik bei Siemens fortzuschreiben und ihr in Zukunft weitere Handlungsspielräume und Perspektiven zu schaffen, soll Healthcare nun auch in Deutschland in eine eigene rechtliche Einheit überführt werden. Wir

orientieren uns hier an dem Beispiel USA, wo dies schon seit Jahren der Fall ist. Zeitgleich laufen die Vorkehrungen zur rechtlichen Verselbständigung in einer Vielzahl weiterer Länder. Healthcare wird als eigenständige Einheit effizienter auf die Trends und die zu erwartenden Paradigmenwechsel in der Branche reagieren können.

Sektor Industry

Ich komme nun zum Industry-Sektor. Industry zeigte im vierten Quartal eine starke Performance und lieferte mit einem Gewinn von rund 700 Millionen Euro den größten Beitrag zum Ergebnis Summe Sektoren. Der Umsatz stieg auf vergleichbarer Basis um vier Prozent, während der Auftragseingang um fünf Prozent abnahm, vor allem wegen eines geringeren Eingangs an Großaufträgen in den langzyklischen Geschäften von Drive Technologies.

Besonders mit der Neuaufstellung der Industrie-Geschäfte in den Divisionen „Digital Factory“ und „Process Industries and Drives“ steht Siemens wie kein anderes Unternehmen für Industrie 4.0. Mit Know-How und unserer Innovationskraft treiben wir die Vierte Industrielle Revolution voran. Industrie 4.0 bietet nicht nur Siemens, sondern der deutschen Wirtschaft insgesamt eine hervorragende Perspektive, in einem dynamischen Zukunftsmarkt weltweit die Maßstäbe zu setzen.

Sektor Infrastructure and Cities

Einzelne Kommentatoren hatten unsere Infrastruktur- und Städte-Geschäfte bereits als margenschwach und perspektivlos abgestempelt. Vereinzelt war auch von „Res-terampe“ zu lesen. Wir haben uns davon nicht irritieren lassen und sind konsequent und konzentriert geblieben. Die Geschäfte des Sektors Infrastructure and Cities haben wir so Schritt für Schritt verbessert. Und das beginnt sich nun auszuzahlen. Infrastructure and Cities lieferte ein überzeugendes Sektor-Ergebnis von 482 Millionen Euro.

Transportation and Logistics leistete den größten Beitrag zur Ergebnisverbesserung, dank der soliden Abarbeitung von Großaufträgen für Schienenfahrzeuge. Großaufträge für Nahverkehrs- und Regionalzüge in Großbritannien sowie Stadtbahnen für San Francisco für 483 Millionen Euro trieben den Auftragseingang im vierten Quartal. Nun gilt es dranzubleiben und den Turnaround bei unserem Infrastrukturge-schäft zu festigen.

Über den Energy-Sektor wird nun Lisa Davis berichten. Lisa ist heute auf den Tag genau 98 Tage bei Siemens. Auch wenn man eigentlich jedem 100 Tage gibt, um sich einen Überblick zu verschaffen, wird Lisa schon heute eine erste Zwischenbilanz ziehen.

Lisa Davis:

Sektor Energy

Die letzten 98 Tage waren für mich sehr spannend, und ich freue mich wirklich sehr auf die Aufgaben, die in diesem großartigen Unternehmen vor mir liegen. Gründe dafür sind die gewaltigen Veränderungen, das Wachstum und die Transformation, die sich im Energiemarkt vollziehen. Ein weiterer Grund sind die vielen neuen Herausforderungen und Chancen, die für Siemens aus diesen Veränderungen im Energiesektor entstehen. Natürlich müssen wir hart arbeiten, um uns den Erfolg in diesem Geschäftsumfeld heute und morgen zu sichern. Ich werde gleich auf unsere Pläne dazu eingehen.

Zunächst zu unserer Performance: Unsere Ergebnisse im vierten Quartal zeigen deutlich, dass wir einiges an Arbeit vor uns haben. Im Vergleich zum Vorjahresquartal haben wir aufgrund des sehr wettbewerbsintensiven Umfeldes im Sektor Energy einen Rückgang von fünf Prozent im Auftragseingang zu verzeichnen. Trotzdem liegt unser Auftragsbestand bei 58 Milliarden Euro, die Auftragsbücher sind also recht gut gefüllt. Beim Umsatz für das vierte Quartal haben wir einen leichten Rückgang von zwei Prozent zu verzeichnen, wobei unser Ergebnis deutlich um 28 Prozent zurückgegangen ist.

Wesentlich für das ausgewiesene Ergebnis von Power Generation war unser robustes Servicegeschäft, das die anhaltende Stärke dieses Geschäftsmodells untermauert. Dennoch ist die Performance im vierten Quartal für uns ein deutliches Zeichen dafür, dass die Herausforderungen im Power-Generation-Geschäft wachsen.

In den Divisionen Wind Power und Power Transmission sind die Herausforderungen ganz anderer Natur. Wachstum ist hier nicht das Problem. Vielmehr ist es uns nicht gelungen, dieses Wachstum mit der notwendigen Qualität zu erzielen, was erneut zu Sonderbelastungen geführt hat.

Wind Power hat einen Verlust von 66 Millionen Euro gegenüber einem Gewinn von 179 Millionen Euro im Vorjahresquartal zu verzeichnen. Diese Veränderung ist auf Belastungen in Höhe von insgesamt 223 Millionen Euro zurückzuführen.

Im Einzelnen sind dies: Kosten für Inspektion und Ersatz von Hauptlagern wegen frühzeitigen Verschleißes bei einem bestimmten Onshore-Windturbinentyp. Die Probleme liegen anscheinend bei einigen jüngeren Lagerchargen, und wir sind hier in enger Abstimmung mit unserem Lieferanten. Und Reparaturkosten für Rotorblätter aufgrund extremer Wetterbedingungen sowohl bei Offshore- als auch bei Onshore-Anlagen. Dieses Thema erleben wir in der gesamten Branche. Wir haben in unseren Fertigungsstätten bereits erfolgreich eine Designänderung zum Schutz der Vorderkanten implementiert, und eine ähnliche Lösung steht für betroffene Standorte vor dem Rollout.

Power Transmission hat im vierten Quartal einen Verlust von 67 Millionen Euro zu verzeichnen. Das vierte Quartal wurde erneut durch außergewöhnliche Belastungen aus einem Hochspannungs-Gleichstrom-Projekt (HGÜ) in Großbritannien beeinträchtigt. Positiv anzumerken ist die Fertigstellung der vier Offshore-Netzanschlussprojekte in der Nordsee. Die Inbetriebnahme findet derzeit statt. Sie sehen also, wir reagieren auf die Herausforderungen.

Power Generation: Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit

Bei Power Generation arbeiten wir zügig an der Verbesserung unserer Wettbewerbsfähigkeit. Der Trend zu einer dezentralisierten Stromerzeugung hat Auswirkungen auf unser Geschäft mit großen Gasturbinen. Seit 2008 ist das Geschäft mit großen Gasturbinen konstant rückläufig. Alle Hersteller müssen mit erheblichen Überkapazitäten in der Fertigung zurechtkommen. Dadurch geht die aktuelle Nachfrage mit einem hohen Preis- und Margendruck einher. Insofern müssen wir unseren Fokus stärker auf höhere Effizienz und das Erfüllen von Kundenanforderungen legen.

Vor diesem geschäftlichen Hintergrund konzentrieren wir unsere Anstrengungen darauf, unsere Wettbewerbsfähigkeit und das Wachstum in drei Bereichen zu stärken: Erstens: Wir werden Forschung und Entwicklung intensivieren, um die Innovationszyklen zu verkürzen, und neue Technologien wie Datenanalyse nutzen, um durch unser Service-Geschäft Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen. Dazu sind allerdings erhebliche Zusatzinvestitionen notwendig.

Zweitens: Wir werden unseren Go-to-Market-Ansatz verändern, und zwar mit einer Struktur, die näher am Kunden ist. Mit der Integration von Rolls-Royce ADGT und Dresser-Rand vergrößern wir nicht nur unsere Kundenbasis, sondern verbreitern auch unser Portfolio. Die Nachfrage nach kleinen Gasturbinen steigt in fast allen Regionen der Welt. Die dezentrale Stromerzeugung ist kontinuierlich auf dem Vormarsch. Durch die Akquisition des Rolls-Royce-Geschäfts mit kleinen und mittleren Gasturbinen und die angekündigte Übernahme von Dresser-Rand haben wir wichtige Schritte unternommen, um unser Portfolio zu stärken und optimal von diesem Trend zur Dezentralisierung zu profitieren.

Und drittens werden wir unsere Kostenbasis weiter der tatsächlichen Nachfrage anpassen. Darüber hinaus arbeiten wir weiter an der Verbesserung der Flexibilität und an der Optimierung unserer Fertigungsstandorte entsprechend den Marktanforderungen.

Wind Power: Herausforderungen in einem Wachstumsmarkt

Das Windkraftgeschäft ist ein hoch attraktiver Markt. Hier eröffnen sich durch unsere starke Position im schnell wachsenden Offshore-Segment und unser sich schnell entwickelndes Servicegeschäft hervorragende Chancen. Allerdings erleben wir in unserem Windkraftgeschäft gerade den Übergang von der Manufaktur-Fertigung zur industriellen Produktion. Das bedeutet eine enorme Veränderung für die gesamte Wertschöpfungskette. Wir verstehen diese Herausforderungen und packen sie jetzt an.

Erstens haben wir zusätzliche Ressourcen geschaffen und so einen stärkeren Fokus auf Forschung und Entwicklung und unsere Produktionskernprozesse gelegt. Zweitens arbeiten wir weiter an der Industrialisierung unserer Produktionsprozesse, um die Kosten für Windenergie zu senken. Drittens fokussieren wir uns auf die Markteinführung neuer Produkte, darunter leistungsstärkere Turbinen. Darüber hinaus werden wir unser Servicegeschäft rasch ausbauen.

Nach meinen ersten 98 Tagen und vielen Treffen mit Kunden und Mitarbeitern kann ich ihnen versichern, dass unsere Teams diese Herausforderungen direkt angehen. Wir sind hoch motiviert, die Dinge in Ordnung zu bringen, die nicht gut laufen. Wir werden unsere führende Stellung in dieser Branche behaupten und zurückerobern – und noch stärker werden als in der Vergangenheit.

Ralf P. Thomas:

Lisa Davis hat anschaulich erläutert, wie wir uns den Herausforderungen im Energiebereich stellen werden. Mit gleicher Aufmerksamkeit widmen wir uns dem Thema Risiko-Management, auf das ich gleich noch zu sprechen kommen werde.

Geschäft außerhalb der Sektoren

Lassen Sie mich aber zunächst auf das Ergebnis außerhalb der Sektoren eingehen. Unsere Unternehmensbeteiligungen erzielten im vierten Quartal ein solides Ergebnis von 65 Millionen Euro, was vor allem der Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH zu verdanken ist. Financial Services verzeichnete ein starkes Wachstum und erzielte einen hervorragenden Return on Equity von 18,3 Prozent sowie ein Ergebnis von 120 Millionen Euro. Die zentral gesteuerten Portfolioaktivitäten trugen im vierten Quartal 72 Millionen Euro zum Konzernergebnis bei. Das gute Ergebnis außerhalb der Sektoren half dem Konzernergebnis insgesamt. Wir können jedoch nicht damit rechnen, dass sich dieser Effekt in den kommenden Quartalen auf vergleichbarem Niveau wiederholt. Umso wichtiger ist es, dass wir in unseren Kerngeschäften stärker werden.

Ein Schlüssel dafür ist die nachhaltige Verringerung der Sonderbelastungen. Auch wenn die Belastungen nach wie vor deutlich zu hoch sind und wir sie dauerhaft senken müssen, haben wir im vergangenen Jahr bereits deutliche Verbesserungen beim Risiko-Management erzielt. Dennoch wird dieses Thema auch weiterhin einer unserer Arbeitsschwerpunkte sein.

Erlauben Sie mir an dieser Stelle einen Hinweis: Wie Joe Kaeser vorhin schon sagte, werden wir unsere Finanzberichterstattung zukünftig an die neue Unternehmensstruktur anpassen, in der wir unser Geschäft seit dem 1. Oktober führen. Wir werden Ihnen Mitte November die Zahlen für das Geschäftsjahr und die Quartale 2014 in der neuen Divisionsstruktur zur Verfügung stellen. Die organisatorischen Änderungen sind damit für Sie transparent und leicht nachvollziehbar, und wir können uns im Januar bei der Zahlenvorlage für das erste Quartal auf die aktuellen Entwicklungen des Geschäftsjahrs 2015 fokussieren.

Free Cash Flow

Hinsichtlich des Free Cash Flow möchte ich die sehr starke Entwicklung im abgelaufenen Quartal hervorheben. „Cash is King“, heißt es ja gemeinhin. Und das ist auch richtig. In diesem Sinne war das vierte Quartal gewissermaßen eine kleine „Krö-

nung“ des Geschäftsjahres. „All-in“ erreichten wir 5,2 Milliarden Euro für das Geschäftsjahr 2014, ein Wert nur knapp unter dem des extrem starken Vorjahres. Über das gesamte Geschäftsjahr 2014 hinweg haben wir einen etwas gleichmäßigeren Cashflow erzielt als im Vorjahr. Hier können wir uns aber sicher noch weiter verbessern.

Dividenden-Ausschüttung

Siemens ist und bleibt ein lohnendes Investment für unsere Anleger. Dafür stehen wir mit einer verlässlichen und attraktiven Dividendenpolitik – das gilt auch für das abgelaufene Geschäftsjahr. Auf der kommenden Hauptversammlung im Januar werden wir unseren Aktionären daher eine Dividende von 3,30 Euro je Aktie vorschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 49 Prozent.

Aktienrückkauf-Programm

Wert für unsere Aktionäre schaffen wir auch durch das laufende Aktienrückkauf-Programm, das im vergangenen Mai begonnen hat. Bis Ende Oktober haben wir knapp 1,5 Milliarden Euro ausgegeben, um 16 Millionen Siemens Aktien zu erwerben.

Mit liquiden Mitteln von knapp 9 Milliarden Euro zum Ende des vergangenen Geschäftsjahrs sind wir weiterhin hervorragend aufgestellt. Wir erwarten außerdem substanzielle Erlöse aus den anstehenden Veräußerungen von Geschäften. Damit sind wir bestens gerüstet für die geplanten Akquisitionen und für die Fortsetzung unseres Aktienrückkaufprogramms. Siemens ist also zum Start der Umsetzung von Vision 2020 ein finanzstarkes Unternehmen.

Joe Kaeser:

Vision 2020: Wertsteigerung und Kulturwandel

Den Wert unseres Unternehmens wollen wir langfristig durch die Vision 2020 steigern. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir wichtige Meilensteine erreicht. Wir haben das Unternehmensprogramm Siemens 2014 abgeschlossen; wir sind mit der neuen Organisation zum 1. Oktober gestartet; wir haben ein neues System für die Vorstandsvergütung eingeführt – dazu gleich mehr – und wir stärken die Marke Siemens Schritt für Schritt. Wir werden es auch weiter so halten, dass wir Sie über unsere Fortschritte bei der Vision 2020 regelmäßig informieren.

Unser Vorgehen für die nachhaltige und langfristige Wertsteigerung des Unternehmens folgt einem klaren Fahrplan: Wir haben 2014 dazu genutzt, unsere strategische Richtung festzulegen und unsere Organisation darauf einzustellen. 2015 folgt die operative Konsolidierung. Und wir tätigen zusätzliche Investitionen in Forschung und Entwicklung und in unsere Go-to-Market-Aktivitäten in ausgewählten Bereichen. Insgesamt sind zusätzliche Investitionen in Innovation und Wachstum von bis zu 800 Millionen Euro vorgesehen. Die operativen Verbesserungen daraus werden bereits 2016 sichtbar sein, aber auch dann werden wir unser Unternehmen weiter Schritt für Schritt strukturell optimieren. All diese Maßnahmen werden durch beschleunigtes Wachstum und stärkere Kosteneffizienz ab Anfang 2017 Früchte tragen.

Wir müssen bei der Profitabilität und beim Wachstum stärker werden. Es geht dabei nicht um Gier. Wir investieren zielgerichtet in Innovation und Wachstum, um nachhaltig Wert für unsere Stakeholder zu schaffen.

Vision 2020: Stärkung des Kerngeschäfts

Zur Neuausrichtung gehört auch die Fokussierung unseres Portfolios. Im Geschäftsjahr 2014 sind wir dabei wirklich gut vorangekommen. Unsere M&A-Abteilung hat mehr als 150 Projekte betreut und mehr als 50 M&A-Projekte zur Unterschrift oder zum Closing gebracht.

Auf der einen Seite verstärken wir uns mit gezielten Akquisitionen in unseren Wachstumsfeldern wie durch das Geschäft mit aero-derivativen Gasturbinen von Rolls-Royce und den Kompressor-Hersteller Dresser-Rand. Auf der anderen Seite haben wir für Water Technologies, Metals Technologies, Mikrobiologie und das Geschäft mit Krankenhausinformationssystemen gute Lösungen gefunden. Das gilt auch für BSH. BSH wird bei Bosch als neuem Alleineigentümer in besten Händen sein. Gleichzeitig bleibt die Marke Siemens in den Haushalten der Endverbraucher präsent.

Heute können wir den Verkauf unserer Hörgerätesparte an die Beteiligungsgesellschaft EQT und die deutsche Unternehmerfamilie Strüngmann für 2,15 Milliarden Euro verkünden. Siemens erhält zusätzlich einen Besserungsschein mit einer Auszahlung in Abhängigkeit künftiger Wertsteigerung. Die Transaktion ist nicht nur aus finanzieller Sicht exzellent, wir sind auch überzeugt, dass die Investoren das Hörgeräte-Geschäft mit einer klaren Wachstumsstrategie langfristig weiterentwickeln wer-

den. Siemens wird sich über Vorzugskapital mit 200 Millionen Euro am Eigenkapital des Hörgerätegeschäfts beteiligen und damit an künftigen Geschäftserfolgen partizipieren. Außerdem erhält Siemens einen Sitz im Kontroll-Gremium der Käufergruppe. Unter den neuen Eigentümern kann die Produktmarke Siemens für das Hörgerätegeschäft mittelfristig weiter genutzt werden.

Vision 2020: Vereinfachtes, transparentes Vergütungssystem

Wir gehen bei der Optimierung unseres Portfolios konzentriert und mit größtmöglicher Sorgfalt vor. Dieses Vorgehen ist charakteristisch für die Vision 2020. Und es ist auch die Herangehensweise bei unserem neuen Vergütungssystem, das im neuen Geschäftsjahr in Kraft getreten ist. Hier gilt: Transparenz durch Vereinfachung.

Die Vergütung setzt sich zukünftig zu je einem Drittel aus einer festen Grundvergütung, einem variablen Jahresbonus, und einer variablen, langfristigen aktienbasierten Komponente zusammen. Bewährte Regelungen, wie zum Beispiel die Verpflichtung zum Halten einer bestimmten Menge von Siemens-Aktien, haben wir fortgeführt. Das neue System wird sowohl für Vorstandsmitglieder als auch für alle darunterliegenden Management-Ebenen gelten und ist über alle Ebenen hinweg konsistent ausgerichtet.

Prioritäten für 2015

Für das neue Geschäftsjahr haben wir uns einiges vorgenommen: Erstens, wir ergreifen Wachstumschancen, die sich bieten, durch eine marktorientierte Organisation. Damit gleichen wir die Umsatzeinbußen bei Power and Gas aus. Zweitens, wir vereinfachen die Abläufe im Unternehmen und arbeiten daran, die Projektbelastungen erheblich besser in den Griff zu bekommen. Drittens, wir verbessern unser Portfolio und integrieren unsere strategischen Akquisitionen – allen voran Dresser-Rand und das Geschäft mit kleinen und mittleren Gasturbinen von Rolls-Royce. Viertens optimieren wir unsere Kapitalzuteilung, indem wir die richtigen Prioritäten setzen. Denn darauf kommt es an: zu priorisieren und zu fokussieren.

Last but not least, wir unterlegen unsere Strategie mit der richtigen Unternehmenskultur. Ich bin zuversichtlich, dass wir diesen Kulturwandel hin zu einer lebendigen Eigentümerkultur schaffen. Vor einigen Wochen hatte ich Mitarbeiter und Führungskräfte gefragt, welches Wort sie mit „Eigentümer-Kultur“ verbinden. Die große Mehrheit in beiden Gruppen wählte den Begriff „Verantwortung“. Und genau darum geht

es: uns der Verantwortung bewusst zu sein, der nächsten Generation ein besseres Unternehmen zu übergeben.

Annahmen für das Geschäftsjahr 2015

Bevor wir zu unserem Ausblick für das Geschäftsjahr 2015 kommen, möchte ich Ihnen unsere Annahmen erläutern. Wie eingangs erwähnt, erwarten wir angesichts der geopolitischen Entwicklungen weiterhin komplexe Marktbedingungen. In den kurzzyklischen Geschäften rechnen wir daher nur mit einem moderaten Wachstum. Das Book-to-Bill-Verhältnis wird unseren Annahmen nach über 1 liegen, getrieben von den Divisionen Energy Management und Power und Gas.

Wir erwarten einerseits einen Preisverfall von rund 2,5 Prozent für unsere Produkte; auf der anderen Seite Produktivitätsgewinne von drei bis vier Prozent der Kostenbasis.

Wie bereits erwähnt wollen wir in sorgfältig ausgewählten Bereichen bis zu 800 Millionen Euro in Innovation und Vertrieb investieren. Aus Portfolioverkäufen erwarten wir uns erhebliche Gewinne, die die Restrukturierungskosten decken und das unverwässerte Ergebnis je Aktie ansteigen lassen werden. Darüber hinaus rechnen wir mit gemäßigttem Rückenwind aus Währungseffekten.

Ausblick Geschäftsjahr 2015

Nun zu unserem Ausblick für das Geschäftsjahr 2015: Wir gehen davon aus, dass unser Geschäftsumfeld im Geschäftsjahr 2015 unter anderem wegen geopolitischer Spannungen komplex sein wird. Wir erwarten, dass die Umsatzerlöse auf organischer Basis auf dem Vorjahresniveau bleiben und wir mit einem über den Umsatzerlösen liegenden Auftragseingang ein Book-to-Bill-Verhältnis von über 1 erreichen werden.

Außerdem erwarten wir, dass Veräußerungsgewinne uns in die Lage versetzen, das unverwässerte Ergebnis je Aktie (für den Gewinn nach Steuern) um mindestens 15 Prozent gegenüber dem Wert des Geschäftsjahrs 2014 von 6,37 Euro zu steigern. Für unser Industrielles Geschäft erwarten wir eine Ergebnismarge von 10 bis 11 Prozent.

Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir die inneren Strukturen von Siemens gestärkt. Die Richtung ist klar, der Teamgeist im Unternehmen wächst. Wir haben al-

len Grund, mit Selbstbewusstsein in die Zukunft zu blicken. Denn wir kennen unsere Herausforderungen und wissen, wie wir sie meistern können.

Vor einem Jahr habe ich gefordert: Siemens muss bei Siemens wieder über allem stehen! Heute kann ich Ihnen sagen: Siemens steht bei Siemens wieder über allem! Wir sind stolz auf dieses Unternehmen und gehen mit Schwung ins nächste Jahr.