

**SIEMENS HAUPTVERSAMMLUNG 2022**

**„EIN SEHR ERFOLGREICHER START  
ALS FOKUSSIERTES  
TECHNOLOGIEUNTERNEHMEN“**

Dr. Roland Busch

Vorstandsvorsitzender der Siemens AG

München, 10. Februar 2022

Es gilt das gesprochene Wort.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,  
liebe Aktionärinnen und Aktionäre!

Herzlich willkommen zu unserer Hauptversammlung.

Gemeinsam blicken wir heute auf ein außerordentliches Geschäftsjahr zurück. Ein Umsatzplus von 11,5 Prozent und ein neuer Rekord bei unserem Free Cashflow sprechen für sich. Es war das erste Jahr für Siemens als fokussiertes Technologieunternehmen. Als ein Unternehmen, das wie kein anderes die realen mit den digitalen Welten verbindet.

Denn wir können Hardware und Software – und wir beherrschen ihr Zusammenspiel. Wir arbeiten mit unseren Kunden und Partnern in starken Ökosystemen.

Und unsere Transformation geht weiter! Wir orientieren uns dabei an unseren vier strategischen Prioritäten:

Erstens: Wir helfen unseren Kunden, ihre eigene nachhaltige und digitale Transformation zu beschleunigen. Wir können das, weil wir über tiefes Branchenwissen verfügen, über Top-Technologien und ein starkes Ökosystem.

Zweitens: Mit diesen Technologien können unsere Kunden schneller mehr erreichen – und das bei geringerem Einsatz von Ressourcen. Denn nur durch nachhaltiges Wachstum können wir künftig die Lebensqualität und den Alltag von Milliarden Menschen weltweit verbessern.

Einige Beispiele, die ich Ihnen heute vorstellen werde:

- die nachhaltige Automobilfertigung der Zukunft;
- die beschleunigte Produktion von Covid-Impfstoff;
- eine Stadt in der Wüste, die grün, nachhaltig und lebenswert ist;
- neue Technologien, zur Unterstützung im Kampf gegen Krebs.

Drittens: Wir bestärken und befähigen Menschen, Dinge selbst in die Hand zu nehmen. Bei Siemens sprechen wir von „Empowerment“.

Und Viertens: Wir sind bereit, uns zu verändern, aus Fehlern zu lernen, uns ständig weiterzuentwickeln und zu wachsen. Bei Siemens nennen wir das „Growth Mindset“.

Es heißt, dass schwierige Zeiten nicht den Charakter formen, sondern, dass sie ihn offenbaren. An Herausforderungen hat es im vergangenen Jahr nicht gemangelt. Durch die anhaltende Pandemie. Lieferengpässe. Politische Spannungen. Und starke, teilweise neue Wettbewerber.

Der Charakter von Siemens, der sich in dieser Zeit offenbart hat, gefällt mir sehr!

Die Kolleginnen und Kollegen haben mit vollem Einsatz gearbeitet. Sie haben Eigenverantwortung und Veränderungsbereitschaft gezeigt. Sie haben das Leben anderer Menschen geschützt und den Betrieb unserer Kunden am Laufen gehalten. Sie haben Außergewöhnliches geleistet.

Und sie haben Neues ausprobiert. Ein starkes Beispiel kommt aus Marburg:

Sie erinnern sich an das Rennen nach dem ersten Covid-Impfstoff? Es gab zwar endlich einen Impfstoff, aber längst nicht genug davon. Unser Partner und langjähriger Kunde BioNTech wollte deshalb in Marburg ein Werk komplett umrüsten, um eine neue Produktion für Covid-Impfstoff aufzubauen. Und das so schnell wie möglich.

Normalerweise dauert so etwas 1 bis 1 ½ Jahre. Andreas Möhle und seine Kollegen haben es gemeinsam mit dem Kunden in nur fünf Monaten geschafft. Millionen Menschen konnten so früher geimpft werden. Ihre Arbeit hat dazu beigetragen, Menschenleben zu retten.

Fünf Monate statt 18. Wie hat er das geschafft? Indem Andreas und sein Team neue Arbeitsweisen ausprobiert haben.

Man muss wissen, komplexe Pharma-Projekte werden meistens sequenziell abgearbeitet – also ein Schritt nach dem anderen. Und das dauert eben seine Zeit.

BioNTech hatte keine Zeit. Deshalb hat das Team mit agilen Arbeitsmethoden die Aufgaben parallel abgearbeitet, wo immer das ging. Und im Zusammenspiel der realen und digitalen Welten konnte die Fertigung in Rekordzeit hochgefahren werden.

Der Erfolg in Marburg ist ein gutes Beispiel dafür, was wir mit Growth Mindset meinen, mit Empowerment, mit Kundenfokus und wie wir unsere Spitzentechnologie einsetzen, zum Nutzen aller.

Es sind meine 300.000 Kolleginnen und Kollegen, die unsere strategischen Prioritäten Tag für Tag in Erfolge umsetzen. Sie schaffen Wert für unsere Kunden. Für Gesellschaft und Umwelt. Und für Sie, meine Damen und Herren – die Eigentümerinnen und Eigentümer unserer Firma. Dafür bedanke ich mich bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, auch im Namen des gesamten Vorstandes!

Sie haben ganz Besonderes geleistet.

Vielen Dank!

Diese Erfolge spiegeln sich in den Zahlen wider:

Insgesamt konnten wir im vergangenen Geschäftsjahr viermal unsere Prognose nach oben anpassen.

- Wir haben den Umsatz auf vergleichbarer Basis um 11,5 Prozent gesteigert – auf 62,3 Milliarden Euro.
- Der Auftragseingang legte um 21 Prozent zu, auf 71,4 Milliarden Euro.
- Der Gewinn stieg nach Steuern um 59 Prozent auf 6,7 Milliarden Euro.
- und wir erzielten den höchsten Free Cashflow unserer Geschichte: 8,2 Milliarden Euro!

Von diesem herausragenden Ergebnis profitieren Sie, die Aktionärinnen und Aktionäre. Sie erinnern sich an unser Versprechen einer progressiven Dividendenpolitik? Wir schlagen Ihnen heute eine Dividende von 4,00 Euro je Aktie vor. Eine deutliche Erhöhung um 50 Cent je Aktie!

Auch der Aktienkurs hat sich seit der Abspaltung von Siemens Energy sehr erfreulich entwickelt. Unsere Wertsteigerung lag deutlich über der vergleichbarer Branchen-Indizes. Ihre Aktienrendite für ein Jahr mit dem neuen Siemens: Plus 45 Prozent!

Zu diesem Erfolg haben alle unsere Geschäfte und Regionen einen Beitrag geleistet!

Gerade in unseren Schlüsselmärkten sind wir im Vergleich zum Vorjahr massiv gewachsen: In Indien ist der Umsatz auf vergleichbarer Basis um 31 Prozent, in China um 21 Prozent gestiegen. In Deutschland um 16 Prozent. In den USA um 9 Prozent.

In allen Geschäften ist der Umsatz heute deutlich höher als vor dem Ausbruch der Pandemie – auf vergleichbarer Basis um 5 bis 6 Prozent über dem Niveau von 2019. Bei Siemens Healthineers sind es sogar 19 Prozent.

Und wir haben nicht nur unseren Umsatz gesteigert, sondern auch unsere Profitabilität:

Die Ergebnismarge, also die angepasste EBITA-Marge, lag in den industriellen Geschäften bei 15 Prozent. Sie hat sich damit um 2,4 Prozentpunkte verbessert, bereinigt um Sondererträge aus dem Vorjahr. Konkret waren das der Verkauf von HUBA Control und der Zugewinn durch unsere Beteiligung bei Bentley.

Schauen wir kurz auf die einzelnen Geschäfte:

Bei Digital Industries haben wir den Umsatz um fast 13 Prozent gesteigert – und damit unser Wachstumsziel sogar noch übertroffen. Die Ergebnismarge konnten wir von 16,6 Prozent auf 20,4 Prozent steigern, angepasst um den Sonderertrag durch Bentley.

Smart Infrastructure: Die Umsatzerlöse sind um 8 Prozent gestiegen. Die Profitabilität legte von 8 Prozent auf 11,6 Prozent zu. Auch hier bereinigt um den außerordentlichen Ertrag aus dem Verkauf von HUBA im Vorjahr.

Mobility ist in einem schwierigen Marktumfeld um 3 Prozent gewachsen. Extrem erfreulich ist der Auftragseingang: Hier konnten wir mit 12,7 Milliarden Euro eine Steigerung von 41 Prozent erreichen! Bei der Profitabilität hat Mobility mit 9,3 Prozent das ambitionierte Margenziel fast erreicht. Den weltweiten Spitzenplatz bei Profitabilität und Technologie haben wir verteidigt. Die Margen, die wir heute erzielen, plant ein großer Wettbewerber erst für 2024 - 2025.

Auch Siemens Healthineers hat ein sehr erfolgreiches Jahr hinter sich. Der Umsatz ist um 19 Prozent gestiegen – und hat mit 18 Milliarden Euro einen neuen Rekord erreicht. Das komplett neue Geschäft mit Corona-Schnelltests hat einen wesentlichen Beitrag geleistet: von Null auf 1,1 Milliarden Euro. Aber auch ohne Schnelltests wäre der Umsatz um beeindruckende 12 Prozent gestiegen. Auch bei der Profitabilität hat sich Siemens Healthineers um 0,7 Prozentpunkte auf 15,8 Prozent verbessert.

Mehr darüber erfahren Sie auf der Hauptversammlung von Siemens Healthineers.

Unsere Kunden vertrauen uns. Das lesen wir an unserem starken Ergebnis ab, und das bestätigen auch unsere Kundenumfragen. Der Anteil unserer Kunden, die Siemens weiterempfehlen, ist gestiegen. Das macht sich auch im Auftragseingang bemerkbar: Dieser lag um 15 Prozent über den Umsatzerlösen des letzten Geschäftsjahres; ein Verhältnis von Auftragseingang zu Umsatz von 1,15.

Nun geht es darum, diese Aufträge abzuarbeiten. Aufgrund der Pandemie sind Lieferketten weltweit geschwächt und zum Teil sogar zusammengebrochen. Wir arbeiten intensiv daran – in enger Abstimmung mit allen unseren Kunden und Lieferanten – die anhaltenden Verzögerungen zu überwinden.

Aber wir sind mehr als nur ein Lieferant für unsere Kunden. Siemens ist Partner. Wir helfen unseren Kunden dabei:

- ihre digitale und nachhaltige Transformation zu beschleunigen;
- ihr Unternehmen und ganze Industrien neu zu erfinden;
- und wir helfen ihnen dabei, ihre Position im Wettbewerb zu stärken.

Was bedeutet das konkret? Was genau tun wir, um Industrie, Infrastruktur, Mobilität und das Gesundheitswesen in eine neue Zeit zu führen? Und wie schaffen wir dadurch nachhaltigen Wert?

Nehmen wir zum Beispiel Siemens Healthineers. Das Unternehmen arbeitet an digitalen Zwillingen einzelner Organe. Diese virtuellen Doppelgänger erleichtern Diagnosen und Behandlungen. Erste Lösungen sind bereits auf dem Markt.

Oder unser Mobilitätsgeschäft: Verkehrsdienstleister in aller Welt kaufen unsere Züge, weil sie besonders umwelt- und klimafreundlich sind; weil wir mit digitalen Technologien, mit künstlicher Intelligenz und vorausschauender Wartung eine extrem hohe Verfügbarkeit garantieren. Amtrak in den USA hat bei uns zum Beispiel für 3,4 Milliarden US-Dollar 73 Züge bestellt. Diese senken im Vergleich zur bisherigen Flotte die CO<sub>2</sub> Emissionen um 70 Prozent.

Noch umfassender ist der Auftrag, den wir aus Ägypten erhalten haben. Hier werden wir ein komplett neues Bahnnetz bauen: einen Suez-Kanal auf Schienen. Insgesamt plant das Land mit uns neue Bahnstrecken über 1.800 Kilometer. Wir liefern Hochgeschwindigkeits- und Regionalzüge, Lokomotiven und Bahninfrastruktur und wir werden die Züge instandhalten. Die Verträge für eine erste 660 Kilometer lange Strecke sind unterschrieben, ein Auftrag in Höhe von 3 Milliarden US-Dollar.

Oder schauen Sie in die Vereinigten Arabischen Emirate, zur EXPO 2020. Wir haben auf dem EXPO-Gelände 130 Gebäude – mit mehr als 200.000 Datenpunkten – auf unserer IoT-Plattform verknüpft, also über das Internet der Dinge. So kann unser Partner unter anderem den Energie- und Wasserverbrauch kontrollieren und senken. Von Siemens Energy kam der allererste Speicher für grünen Wasserstoff in den Emiraten.

Ich habe mich deshalb sehr gefreut, als ich im Namen von Siemens dort das Tor zur Weltausstellung öffnen durfte. Aber die eigentlichen Türöffner sind die Kolleginnen und Kollegen vor Ort. Menschen wie Emily Feavel.

Sie fing nach ihrem Wirtschafts-Studium bei Siemens an. Sie hat dabei geholfen, die Beiträge unserer Geschäfte zu koordinieren, und sie hat mit dem EXPO-Team verhandelt. Im Rückblick sagt sie: „Wir hatten ein klares Ziel: Den Beweis erbringen, dass nachhaltige Städte möglich sind, in der Wüste und überall auf der Welt.“ Das war die Motivation.

Verwirklichen ließ sich der Anspruch nur in Partnerschaften – mit der EXPO, mit anderen Unternehmen und im Zusammenspiel der Siemens-Geschäfte.

Das ist auch das Erfolgsrezept für andere große Vorhaben, zum Beispiel mit Mercedes-Benz. Gemeinsam wollen wir die Automobilproduktion der Zukunft entwickeln. Digital Industries, Smart Infrastructure und Siemens Advanta bringen hier ihre Stärken ein.

Aber lassen Sie uns einfach hören was Ola Källenius, CEO der Mercedes-Benz Group, auf unserem Kapitalmarkttag dazu gesagt hat:

[Video: „Wir arbeiten seit mehr als 120 Jahren zusammen. Mit Blick auf die Zukunft wird diese Partnerschaft jedoch an Bedeutung gewinnen, wenn wir an einigen der grundlegendsten Transformationen unseres Geschäfts arbeiten. Dazu gehört unsere neue Partnerschaft in Berlin, wo wir die digitale Fertigung und effiziente Automatisierung in unserer Automobilproduktion vorantreiben wollen, indem wir nachhaltigere und energieeffizientere Produktionsmethoden in unseren Mercedes-Benz-Werken einsetzen. Eines ist sicher: Siemens als Partner an unserer Seite zu haben, ist ein wichtiger Vorteil, um ein noch besseres, vollständig digitales und ganzheitlich nachhaltiges Unternehmen zu werden.“]

In Berlin-Marienfelde steht eines der ältesten Mercedes Werke. Wir arbeiten gemeinsam daran, es in eines der modernsten zu verwandeln. Unsere Kolleginnen und Kollegen helfen dabei, die CO2-Bilanz der Fabrikgebäude zu verbessern. Sie digitalisieren Produktionsprozesse. Und sie helfen bei der Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. All das bekommt Mercedes aus einer Hand – von Siemens.

All diese Beispiele zeigen, wie die Welt digitaler und nachhaltiger wird. Und wie Siemens davon profitiert. Wir haben diese Megatrends frühzeitig erkannt und uns strategisch aufgestellt.

Seit 2007 haben wir für 12 Milliarden Euro in passgenaue Zukäufe von Softwareunternehmen investiert. Das stärkt uns in unserer Position als Technologieführer für Industriesoftware.

Und wir haben frühzeitig angefangen, unseren Kunden Lösungen anzubieten, mit denen sie Emissionen senken und Ressourcen sparen können. Dazu gleich noch mehr.

Wichtig ist: Wir haben auf die richtigen Trends gesetzt und wir beschleunigen unser wertsteigerndes Wachstum durch:

- passgenaue Akquisitionen
- neue Technologien und Geschäftsmodelle
- und durch starke Partnerschaften in unserem Ökosystem

Lassen Sie uns erst mal einen Blick auf die gezielten Zukäufe werfen:

Supplyframe betreibt einen digitalen Marktplatz und bringt dort Angebot und Nachfrage für elektronische Bauteile zusammen. Hersteller, Zulieferer und Abnehmer arbeiten in diesem digitalen Ökosystem zusammen und optimieren ihre Entwicklung, Beschaffung oder auch Vermarktung. Der Zukauf stärkt unsere Strategie für einen eigenen digitalen Marktplatz.

Mit der Akquisition von Sqills unterstützen wir die digitale Strategie von Siemens Mobility. Sqills erlaubt es Zug- und Busunternehmen, ihre bestehenden Systeme durch ein einziges digitales Buchungssystem zu ersetzen.

Zusätzlichen Wert haben wir auch mit zwei Minderheitsbeteiligungen geschaffen. Fluence Energy, einem führenden Energiespeicherunternehmen mit Anwendungen für Energienetze. Und Thoughtworks, einem Unternehmen, das Beratungsleistungen für das Internet der Dinge anbietet. Beide Firmen sind im vergangenen Jahr erfolgreich an der Börse gestartet.

Ein sehr großer Schritt war schließlich der erfolgreiche Abschluss der Akquisition von Varian durch Siemens Healthineers. Mit 16,4 Milliarden US-Dollar der größte Zukauf in der Geschichte von Siemens! Damit ist ein weltweit führendes Unternehmen bei der Krebstherapie entstanden. Das kombinierte Unternehmen bietet ein einzigartiges, hoch integriertes Portfolio aus Bildgebung, Labordiagnostik, künstlicher Intelligenz und Behandlung.

Bisher hatten unsere Märkte ein Volumen von etwa 440 Milliarden Euro. Mit den gerade genannten Akquisitionen und neuen Angeboten machen wir uns zusätzliche, angrenzende Märkte zugänglich – vor allem solche mit hoch attraktiven Wachstumsraten, wie etwa Beratungsleistungen zur digitalen Transformation. Das gesamte Volumen dieser zusätzlichen Märkte beträgt rund 120 Milliarden Euro.

Es geht natürlich nicht nur um Wachstum und Größe allein, sondern auch um Fokus. Deshalb haben wir uns von Geschäften getrennt. Geschäfte, die nicht mehr so gut zu uns passen – und die, umgekehrt, von einem passenderen Eigentümer profitieren. Auch so haben wir unseren Unternehmenswert gesteigert.

Ein starkes Beispiel dafür ist der Verkauf von Flender. Wir haben dieses Geschäft über die vergangenen Jahre auf Wachstumskurs gebracht, in Innovationen investiert und die Profitabilität gesteigert. Jetzt haben wir einen neuen Eigentümer gefunden, der diese Geschichte weiterschreiben möchte. Durch den Verkauf haben wir 2 Milliarden Euro Erlöst.

Noch ein Blick auf das laufende Jahr: Wir wollen unser Straßenverkehrsgeschäft Yunex Traffic an Atlantia verkaufen. Außerdem veräußern wir unser Post- und Paketgeschäft an die Körber AG, sowie unseren 50 Prozent-Anteil an „Valeo Siemens eAutomotive“ an Valeo. So finden auch diese Geschäfte ihren passenden Eigentümer.

Also Wachstum und Wertsteigerung, erstens durch Akquisitionen und mehr Fokus.

Zweitens: Wachstum durch neue Technologien. Technologien, die reale Probleme lösen.

Dafür haben wir im vergangenen Jahr 4,9 Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung investiert. Das entspricht 7,8 Prozent unseres Umsatzes – mehr als bei jedem unserer direkten Wettbewerber! In diesem Jahr planen wir mit rund 5,5 Milliarden Euro. Das wären dann sogar etwa 8 Prozent unseres erwarteten Umsatzes.

Wofür genau geben wir das Geld aus? Und wie unterstützt das unsere Geschäfte?

Ein paar Beispiele:

Wir haben im vergangenen Jahr unseren ersten industriellen 5G-Router auf den Markt gebracht. Denn das Internet der Dinge funktioniert nur, wenn wir große Mengen an Daten schnell und zuverlässig übermitteln können.

Einen großen Sprung haben wir auch in der Leistungselektronik gemacht. Wir haben die Leistungsdichte unserer Konverter verdoppelt. Damit können wir Antriebe für Maschinen und Züge kompakter und effizienter machen.

Im vergangenen Jahr haben wir auch eine neue, leistungsstarke Ladesäule vorgestellt – die bis zu fünf Elektrofahrzeuge gleichzeitig laden kann.

In Hamburg haben wir die erste automatisierte S-Bahn der Welt aufs Gleis gebracht. Dadurch kann die Stadt bis zu 30 Prozent mehr Kapazität auf die Strecke bringen und gleichzeitig Verspätungen um 15 Prozent reduzieren. Die Technologie ist bereits zugelassen. Betreiber weltweit können sie sofort für alle Zugtypen einsetzen.

Stolz sind wir auch auf eine Innovation von Siemens Healthineers. Den ersten quantenzählenden Computertomographen. Ein Quantensprung in der Bildqualität: Stellen Sie sich einen pixeligen, rauschenden Monitor vor, aus der Frühzeit des Fernsehens – und stellen Sie einen hochauflösenden, gestochen scharfen Fernseher aus dem Jahr 2022 dagegen. Eine von drei Erfindungen, die in diesem Jahr für den deutschen Zukunftspreis des Bundespräsidenten nominiert waren.

An diesen und vielen anderen Innovationen arbeiten mehr als 42.000 Kolleginnen und Kollegen. Unter ihnen De-Niang Maria Peymandar. Sie entwickelt Wasserstoffantriebe für Eisenbahnen.

[Video: „Mein Name ist De-Niang Maria Peymandar, ich bin promovierte Chemikerin und als Konstruktionsverantwortliche bei Siemens Mobility in Krefeld tätig. Im Projekt mit der Deutschen Bahn testen wir erstmals den Einsatz von Wasserstoff für die Schiene. Konkret geht es darum, ein völlig neues Gesamtkonzept, bestehend aus wasserstoffbetriebenem Zug und einer neu konzipierten Tankstelle, zu erproben. Bei der Deutschen Bahn testen wir das Zusammenspiel zwischen Wasserstoff und Batterie-Komponenten, um daraus dann eine möglichst hohe Reichweite zu erreichen.“]

Menschen wie De-Niang Maria machen Siemens zu einem der innovativsten Unternehmen der Welt. Übrigens, fast zwei Drittel unserer Kolleginnen und Kollegen in der Forschung und Entwicklung tüfteln an digitalen Technologien. Aktuell halten wir rund 43.000 Patente und es werden mehr. An jedem Arbeitstag melden wir intern im Schnitt 20 neue Erfindungen.

Wir entwickeln neue Technologien – und wir arbeiten intensiv daran, Innovationen für Kunden einfacher und schneller zugänglich zu machen.

Darum stellen wir beispielsweise große Teile unseres Software-Geschäfts um. Statt eine Lizenz zu kaufen, können unsere Kunden heute viele Programme online, über die Cloud nutzen, wie in einem Abonnement. So haben sie auch unverzüglich Zugriff auf neue Anwendungen und Innovation. Man spricht hier von Software-as-a-Service.

Das gibt unseren Kunden mehr Flexibilität und es ist für neue Kunden hochinteressant, insbesondere kleinere Unternehmen.

So wie Rurok. Die Firma baut Mountainbikes, die Extremlastungen Stand halten, zum Beispiel bei Profi-Rennen. Die Teams sitzen verteilt in den USA und Asien und nutzen Siemens Designsoftware als Service.

Statt, wie früher, technische Zeichnungen per E-Mail zu verschicken, können sie jetzt mit dem Laptop an einer Rennstrecke im philippinischen Dschungel Änderungen in die Designsoftware eingeben und ihr Team in Las Vegas kann die Vorschläge in Echtzeit nachverfolgen und sofort reagieren.

Das Unternehmen kann komplexere Software-Funktionen flexibel dazubuchen oder wieder abbestellen. Ganz nach Bedarf. Und statt für eine Softwarelizenz viel Geld auf einmal hinzulegen, überweist uns Rurok monatlich eine Servicegebühr.

Gut 500 Unternehmen haben bereits auf Software-as-a-Service umgestellt. Kleine, so wie Rurok – und große, wie die Liebherr AG. Wir liegen bei der Umstellung unseres Geschäfts damit im Plan.

Das gilt auch für den Umsatz. Bei Software-as-a-Service ist besonders der jährlich wiederkehrende Umsatz wichtig, der sogenannte „ARR“, oder „annual recurring revenue“. Dieser Indikator ist im vergangenen Geschäftsjahr um 10 Prozent, auf 2,9 Milliarden Euro gestiegen.

Für unser gesamtes digitales Geschäftsportfolio haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt. Ausgehend von 5,3 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2020 wollen wir über die nächsten fünf Jahre durchschnittlich um 10 Prozent pro Jahr wachsen. So schafft neue Technologie Werte, auch für Sie, die Eigentümerinnen und Eigentümer.

Der dritte, wichtige Baustein in unserer Wachstumsstrategie, neben Technologie und gezielten Zukäufen: unsere Fähigkeit, Partnerschaften einzugehen.

Denn die Welt ist komplexer geworden. Im Zeitalter der Digitalisierung kommt niemand allein ans Ziel. In einem Ökosystem mit starken Mitspielern bringen wir Innovation schneller zu unseren Kunden – und liefern, was sie wirklich weiterbringt.

So arbeiten wir mit SAP und Accenture, mit Amazon Web Services und Google, mit Alibaba und Microsoft – aber auch mit mittelständischen Unternehmen, mit Start-ups, Universitäten und Forschungseinrichtungen.

Ein gutes Beispiel für den Erfolg in Ökosystemen ist Mendix, unsere Plattform für Web-Entwickler. Mit Mendix können sie schneller neue Anwendungen bauen, ohne eine komplexe Programmiersprache lernen zu müssen. So kann in kürzester Zeit etwa ein neues Bestellportal für externe Kunden entstehen, oder ein internes Portal für Reisekosten.

Der Automobilzulieferer Continental hat mithilfe von Mendix den Bestellprozess für Maschinen und Investitionsgüter neu programmiert. Früher dauerten diese internen Anfragen bis zu einer Stunde. Heute geht das in Minuten. Das neue System lief auf Antrieb und stabil.

Mendix ist in den letzten drei Jahren um sagenhafte 200 Prozent gewachsen. Das hat auch mit dem lebhaften Ökosystem zu tun. Über 250.000 Nutzer entwickeln mithilfe von Mendix nicht nur ihre Software, sie tauschen sich auch in offenen Foren aus: ein soziales Netzwerk für Entwickler. In einem starken Ökosystem gibt es viele Gewinner!

Wir sprechen heute viel über Wachstum. Gut so. Denn wir brauchen Wachstum, auch um mehr Menschen weltweit ein besseres Leben zu ermöglichen. Aber Wachstum muss nachhaltig sein. Wir wollen mehr erreichen, und dabei weniger Ressourcen verbrauchen. Das geht – aber nur mit dem Einsatz neuer Technologien.

Dank unserer Technologien haben unsere Kunden allein im letzten Jahr fast 90 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart. Das ist das 1½-fache der gesamten Emissionen aus Industrieprozessen in Deutschland! Nachhaltigkeit ist ein gutes Geschäft für Siemens. Aber, noch wichtiger: Ein gutes Geschäft ist nachhaltig. Deshalb investieren wir in unsere eigene Nachhaltigkeit. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir uns ein neues, umfassendes Rahmenwerk gegeben, mit ambitionierten Zielen in den Bereichen Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung. Wir nennen es: DEGREE.

Damit machen wir Nachhaltigkeit zu einem zentralen Kriterium bei all unseren Investitionsentscheidungen. Wir stehen zu unseren Werten. Immer und überall. Wir nehmen unsere Verantwortung wahr – und wir verpflichten alle unsere Geschäftspartner und Lieferanten auf unseren Verhaltenskodex. Die Einhaltung kontrollieren wir systematisch.

Und selbstverständlich ist für uns auch: Wir verhalten uns verantwortungsbewusst und integer. Das unterstützen wir unter anderem mit einem starken, übergreifenden Compliance-System.

Eines der wichtigsten Nachhaltigkeitsziele, natürlich: Siemens wird klimaneutral – bis spätestens 2030. Das haben wir 2015 als eines der weltweit ersten großen Unternehmen versprochen. Seither haben wir unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß bereits um mehr als die Hälfte gesenkt.

Wie schaffen wir das? Wir steigen so schnell wie möglich auf regenerative Energien um. Und wir nutzen unsere eigenen Technologien, um effizienter zu werden.

32 unserer Fabriken arbeiten inzwischen komplett CO<sub>2</sub>-neutral. Fast doppelt so viele wie im vergangenen Jahr!

Und wir helfen unseren Lieferanten dabei, CO2 zu vermeiden. Bis 2030 werden wir die Emissionen in unserer Lieferkette um mindestens 20 Prozent reduzieren.

Unsere Kolleginnen und Kollegen in China arbeiten deshalb zum Beispiel mit mehr als 500 wichtigen Zulieferern und über 10.000 Kunden zusammen, um deren Energieeffizienz zu verbessern.

Bis 2030 wollen wir uns aber auch in Richtung Kreislaufwirtschaft weiterentwickeln und möglichst keine Abfälle mehr auf Deponien entsorgen.

Siemens setzt damit Standards. Das sagen nicht nur wir selbst: Seit 21 Jahren stehen wir in unserer Branche auf einem der Spitzenplätze des Dow Jones Sustainability-Index. Aktuell – wieder – auf Platz 1.

Wir schaffen bei Siemens Nutzen für unsere Kunden, nachhaltiges Wachstum für Gesellschaft und Umwelt – und Wert für Sie, die Aktionärinnen und Aktionäre.

Daran arbeiten weltweit 300.000 Kolleginnen und Kollegen.

Menschen, die sich weiterentwickeln und weiter wachsen wollen. Menschen, die ermutigt und befähigt werden, Verantwortung zu übernehmen.

Menschen wie Sara Elkady.

Sie leitet seit knapp zwei Jahren unser Geschäft für die Instandhaltung und Wartung von Zügen im Mittleren Osten und Afrika. Als sie erfuhr, dass Siemens in ihrem Heimatland Ägypten ein neues Bahnnetz bauen will – da wollte sie unbedingt mit dabei sein, auch aus persönlichen Gründen:

Nach der Schule war sie sich zunächst unsicher gewesen, was sie studieren sollte. Ihr Vater gab ihr den Rat: „Denk an die Zukunft und die nächsten Jahrzehnte. Was kannst Du mit Deinem Leben bewirken? Du bist gut in Mathematik, kannst knifflige Aufgaben schnell lösen. Als Ingenieurin kannst Du eines Tages Ägypten verändern.“

Sara hat sich entschieden, eine Schlüsselrolle in diesem Projekt zu übernehmen. Sie arbeitete sich schnell ein, lernte Neues, verhandelte mit unseren Kunden – und sah zu, wie am 1. September 2021 der Vertrag unterschrieben wurde.

Das ging nur, weil ihre Führungskräfte sie ermutigt hatten. Weil ihr ein großartiges Team den Rücken freigehalten und ihr Aufgaben aus dem Tagesgeschäft abgenommen hat. So sind auch Saras Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an neuen Herausforderungen gewachsen.

Die Dinge selbst in die Hand nehmen, weiter wachsen, lernen, einander bestärken und befähigen. Diese Kultur, diese Einstellung fördern und unterstützen wir im Unternehmen. Bei den Kolleginnen und Kollegen an den Maschinen, in den Fabriken, genauso wie bei denen, die direkt am Computer oder mit Kunden arbeiten.

Weltweit schaffen wir die bisherigen, starren Leistungsbewertungen für Kolleginnen und Kollegen ab. Stattdessen gibt es individuelle und regelmäßige Gespräche zur beruflichen und persönlichen Entwicklung. Dass wir mit großer Unterstützung durch die Betriebsräte auch in Deutschland diese Neuerung schnell einführen können, das freut mich sehr.

Im vergangenen Jahr haben wir mehr als 300 Millionen Euro in die Aus- und Weiterbildung investiert. Unsere Kolleginnen und Kollegen haben die Lernangebote intensiv genutzt – über sechs Millionen Lernstunden. Ein Viertel mehr als im Vorjahr.

Wir überlassen die Zukunft unserer Kolleginnen und Kollegen nicht dem Zufall. Vor allem auch in unseren Fabriken. Denn wir brauchen neue Technologie. Aber wir brauchen auch die Menschen, die sie beherrschen.

Wie Tobias Wühr. Er war Lehrling in Amberg, bildete sich zum Maschinenbautechniker weiter und arbeitet dort in der Werkstatt. In seiner Freizeit experimentiert er mit 3D-Druckern. Ihm kam die Idee, Ersatzteile für Maschinen in der Fabrik zu drucken, damit sie schneller wieder einsatzfähig sind. Tobias hat seinen Chef überzeugt, in einen Metalldrucker zu investieren. Heute werden Ersatzteile über Nacht gedruckt, und die Maschine kann am nächsten Tag repariert werden.

Tobias sagt: „Wer den Willen hat, sich weiterzubilden, kann richtig was erreichen bei uns.“

Weiterbildung ist wichtig – aber auch eine neue Kultur des Arbeitens.

Die Art, wie wir arbeiten, verändert sich. Durch die Pandemie noch schneller als zuvor. Weltweit waren wir eines der ersten großen Unternehmen, das auf eine andere, flexiblere Kultur der Arbeit gesetzt hat. Wo immer möglich, können die Kolleginnen und Kollegen zwei bis drei Tage in der Woche mobil arbeiten. Denn es kommt darauf an, was man leistet – nicht, wie lange man am Schreibtisch sitzt!

Dass wir bei Siemens gemeinsam – mit den Führungskräften, den Betriebsräten, den Kolleginnen und Kollegen – diese neue Kultur leben: Das macht mich sehr stolz.

Sie erinnern sich an meine Kollegin Emily Feavel, die am EXPO-Projekt in Dubai mitgearbeitet hat? Nach ihrem erfolgreichen Studium hatte sie alle Möglichkeiten. Sie hat sich für Siemens entschieden. Was hat den Ausschlag gegeben? Das ist ihre Antwort:

„Ich habe in einem Ort gelebt, wo es keine stabile Stromversorgung gab. Mit meiner Arbeit möchte ich einen konkreten Beitrag dazu leisten, den Alltag der Menschen zu verbessern. Deshalb habe ich mich für Siemens entschieden.“

Siemens wurde vor bald 175 Jahren gegründet. Das feiern wir dieses Jahr!

Anfangs waren wir eine Garagenfirma in einem Berliner Hinterhof. Ein Technologie-Startup, wie man heute sagen würde.

Das Siemens, das Sie heute mitbesitzen, ist ein fokussiertes Technologieunternehmen.

- Wir verbinden die realen mit den digitalen Welten wie kein anderes Unternehmen.
- Kunden auf der ganzen Welt vertrauen uns.
- Wir helfen ihnen dabei, ihre digitale und nachhaltige Transformation zu beschleunigen.
- Wir heben unsere Potentiale.
- Wir wachsen weiter.

So schaffen wir nachhaltigen Wert und Nutzen für unsere Kunden; für Umwelt und Gesellschaft; für die Menschen, die bei Siemens arbeiten.

Und natürlich für Sie, die Aktionärinnen und Aktionäre.

Aber was bedeutet das für Sie konkret?

Wachstum. Nachhaltiges Wachstum. Wir erschließen uns neue Märkte – und wir wollen, auf vergleichbarer Basis, über den Geschäftszyklus jährlich um 5 bis 7 Prozent wachsen.

Das bedeutet auch: höhere Profitabilität – und im Ergebnis ein höherer Cashflow und mehr Rendite. Denn wir bauen unser Geschäftsportfolio in profitablen Märkten weiter aus. Wir erschließen neue, digitale Geschäftsmodelle mit wiederkehrenden Umsätzen und höheren Margen. Und wir hebeln damit auch höheres Wachstum in unseren hochattraktiven Produkt- und Servicegeschäften.

Wie schaffen wir das alles?

Mit der richtigen Strategie. Den richtigen Technologien. Zur richtigen Zeit.

Und natürlich mit dem richtigen Team. Mit Menschen wie Emily Feavel, Andreas Möhle, Sara Elkady, De-Niang Maria Peymandar, Tobias Wühr – und ihren 300.000 Kolleginnen und Kollegen.

Vielen Dank!

\* \* \*