

Verein von  
Belegschafts-  
aktionären



**WIR für SIEMENS**

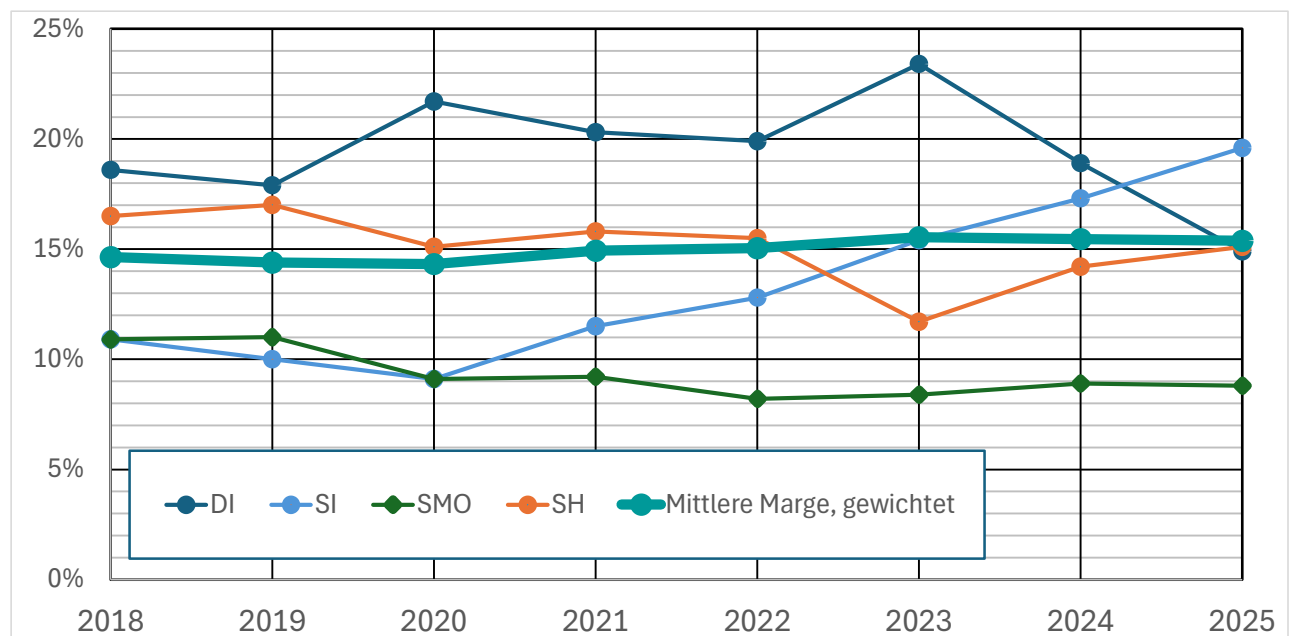
## Fragen und Überlegungen zur aktuellen Strategie des Siemens-Konzerns

Die Hauptversammlung 2026 der Siemens AG findet am 12.02.2026 – wie von den beiden Mitarbeiteraktionärsvereinen vehement gefordert – wieder in Präsenz in München statt. Die Zahlen für das Geschäftsjahr 2025 weisen wiederum ein neues Rekordergebnis von 10,4 Milliarden € aus (im Vorjahr 9,0 Milliarden €). Die geplante Dividende erhöht sich moderat um 15 ct von 5,20 auf 5,35 €/Aktie.

Es „läuft“ also bei der Siemens AG.

Die vom Vorstandsvorsitzenden Dr. Busch verkündete „ONE Tech Company – Strategie“ bewerten auch wir grundsätzlich positiv, sie ist geeignet bisheriges schädliches „Silo-Denken“ in den Geschäften zu überwinden. Das Rad muss nicht überall immer wieder neu erfunden werden. Der Siemens-Konzern steht gut da und verfolgt eine zukunftsfähige Strategie.

Aber auch angesichts der überaus positiven Lage der aktuellen Siemens-Geschäfte stellen wir uns die Frage, wie robust diese vor dem Hintergrund von Konjunktur-Zyklen und krisenhaften politischen Entwicklungen mittel- und langfristig sind?



Die Betrachtung der gewichteten „mittleren Marge“ (Ergebnismarge bezogen auf den jeweiligen Jahresumsatz) in der Entwicklung von 2018 bis 2025 zeigt, dass es gelungen ist, das Ergebnisniveau insgesamt stabil auf hohem Niveau zu halten bzw. tendenziell fast stetig leicht zu verbessern.

Die einzelnen Geschäfte zeigen darin aber zum Teil ganz unterschiedliche Entwicklungen. Wir folgern: Die Vielzahl der einzelnen Geschäfte ist geeignet, stabilisierend auf das Gesamtergebnis zu wirken.

Das ist auch der Hintergrund, warum die Mitarbeiteraktionärsvereine „Ausgliederitis“, das heißt, das Ausgliedern und Dekonsolidieren von Geschäftsbereichen als Geschäftsmodell



Verein von  
Belegschafts-  
aktionären



**WIR für SIEMENS**

als nicht nachhaltig ansehen und folglich ablehnen. Wir empfehlen stattdessen das Weiterentwickeln von Geschäften innerhalb des Konzerns mit Gewährung ausreichender Entscheidungsfreiheiten bei weitestmöglicher Bürokratievermeidung.

Nach wie vor halten wir es für einen falschen Weg, dass die Siemens AG sich vom wirtschaftlich überaus erfolgreichen Medizintechnikgeschäft trennen will. Der Marke Siemens tut es gut, dass sie in der weltweiten Öffentlichkeit mit Gesundheitstechnik in Verbindung gebracht wird.

### **Schluss mit der Ausgliederitis!**

Die Forderung nach Fortsetzung der „Ausgliederitis“ ist auch wieder bei der bevorstehenden Hauptversammlung der Siemens AG zu erwarten.

Vertreter von Anlageinstituten werden wieder vehement fordern, Mobility oder zumindest Teile davon, zu verkaufen und den Erlös daraus an die Aktionäre der Siemens AG auszuschütten. Im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung lehnen wir auch das entschieden ab.

Der Marke Siemens tut es gut, dass sie in der weltweiten Öffentlichkeit mit umweltschonender innovativer Verkehrstechnik in Verbindung gebracht wird. Mobility ist für uns ein Muster-Anwendungsbeispiel für die Kompetenz des Unternehmens Hardware und Software sowie reale Welt und virtuelle Welt zusammenzubringen und passende strategische Lösungen bereitzustellen. Mobility ist integraler Bestandteil der ONE Tech Company Strategie!

Nicht von ungefähr ist Siemens Mobility europaweit Marktführerin in der Bahnsparte. Mobility ist auch ein Musterbeispiel dafür, dass ein Geschäft auch innerhalb des Konzerns erfolgreich weiterentwickelt werden kann.

### **Abspaltungsforderungen sind nicht neu und werden durch Wiederholen nicht richtiger**

Zum Beispiel wurde vor 30 Jahren, kurz vor Platzen der Dotcom-Blase, von Siemens verlangt, sich auf Informations- und Kommunikationstechnik zu fokussieren und Energie- und Industriebereiche aufzugeben. Wenn der damalige Vorstand dem gefolgt wäre, gäbe es Siemens heute vielleicht nicht mehr.

Wir fordern, dass Siemens weiterhin kräftig in den gesamten Konzern, insbesondere am Standort Deutschland und Europa, investiert – nicht nur in den IT-/KI-Bereich, sondern vor allem auch im Bereich der bewährten und erfolgreichen Hardware. Das hebt die Siemens AG von anderen Digital-Unternehmen ab und macht den Konzern erfolgreich.

### **Es ist auch nicht verboten aus der Vergangenheit zu lernen**

Nach der früher bewährten Strategie des Siemens-Bereichs „Automation & Drives“ (A&D) wurden gerade in der Talsohle von Konjunktur-Zyklen Innovationen auf dem Markt platziert, damit konnten Marktanteile hinzugewonnen und im Hochlauf dann gehalten werden. Siemens kann seine Größe und Weitsicht ausspielen und sich selbstbewusst antizyklisch verhalten.



Verein von  
Belegschafts-  
aktionären



**WIR für SIEMENS**

Ja, strategisches Handeln liefert schwankende Erträge ab. Dies gleicht sich im Konzern aus, so dass eine stabile Ertragslage in Summe und strategisches Handeln, dass gerade im einzelnen Geschäftsgebiet zu schwankenden Erträgen führt, weiterhin ermöglicht wird.

### **Weitere Erfolgsfaktoren: Qualifizierung, Personalplanung, Flexibilität mit Weitblick**

Qualifizierung und strategische Personalplanung müssen über Konjunkturzyklen hinausreichen und einem möglichen Fachkräftemangel unter Berücksichtigung der ONE-Tech Company-Strategie entgegenwirken, gerade im Bereich Anwendung von KI-Technologien. Denn diese bieten, richtig genutzt, mehr Möglichkeiten als Risiken oder gar Verlust von Arbeitsplätzen.

Ergänzend zu den unternehmensinternen Lösungen sehen wir Chancen für unternehmensübergreifende Flexibilität, statt teurem und sozialpolitisch schädlichem Personalabbau. An den Standorten Berlin und Erlangen gibt es begrüßenswerte Praxisbeispiele, nach denen Beschäftigte mit Dienstzeitanrechnungen und passenden Beschäftigungsbedingungen von der Siemens AG nicht nur zur - leider wohl bald nicht mehr dem Siemens-Konzern angehörenden - Siemens Healthineers AG, zur Siemens Mobility GmbH, sondern auch zur eigenständigen Siemens Energy AG wechseln konnten!

Das ermöglicht den schnelleren Umbau des Konzerns und ist gut für den Namen Siemens und für die Motivation der Beschäftigten.

### **Wir fassen zusammen:**

Die Firmenstrategie ONE Tech-Company passt, aber wir hinterfragen, ob Bewährtes aus der Siemens Vergangenheit noch beachtet und weiterhin verfolgt wird. Wir fordern auch, dass vermehrt in den Hardware-Bereich investiert wird, damit der Anspruch und die Kompetenz, die reale Welt mit der virtuellen Welt verbinden zu können, nicht im „KI-Hype“ untergeht.

Last but not least:

Schluss mit der „Ausgliederitis“, insbesondere Mobility muss weiterhin komplett Teil des Siemens-Konzerns bleiben!

Olaf Bolduan  
WIR für SIEMENS e.V.

Alexander Heider  
Verein von Belegschaftsaktionären in der Siemens AG e.V.