

07.05.2014 - 20:45 Uhr

Wurzeln des Wachstums, Kommentar zu Siemens von Michael Flämig

Frankfurt (ots) -

Endlich. Nun wissen Investoren und Beschäftigte, wohin Vorstandschef Joe Kaeser das Unternehmen Siemens führen will. Es war höchste Zeit, denn schon seit August steht der Niederbayer an der Spitze des Konzerns. Die nun vorgestellte "Vision 2020" enthält eine Vielzahl von Weichenstellungen - wer die Details erfahren will, muss sich durch ein halbes Dutzend Dokumente lesen. Doch eine Frage bleibt: Geht der Wurf weit genug, um sich das Adjektiv "groß" zu verdienen? Klar ist: Kaeser stellt den Konzern auf den Kopf, indem er neue Divisionen schneidert. Es gibt kaum einen Beschäftigten, der von den Änderungen nicht betroffen sein wird. Im Kern allerdings machen der Vorstandsvorsitzende und sein Team das Gleiche wie Dutzende andere neue CEOs vor ihm. Erstens definieren sie Wachstumsfelder. Zweitens stellen sie ihre Firma schlanker auf, indem sie Sparpotenziale identifizieren.

Dass sich dieses Muster auch im Fall Siemens wiederfindet, ist per se weder schlecht noch gut. Es ist nur logisch. Denn die Welt lässt sich eben nicht neu erfinden, nur weil man Kaeser heißt. Der Siemens-Chef selbst weiß das gut genug. Er hat zwar "Vision 2020" über seine Präsentation schreiben lassen, ordnet die Ideen aber wiederholt wohlthuend zurückhaltend als "Unternehmenskonzept" ein.

Erfreulich für die Investoren ist: Dieses Konzept ist in vielen Einzelheiten sehr smart. Ein Beispiel: das Herausstellen der Medizintechnik. Dieser Schritt allein wird zu einer Höherbewertung der Aktivitäten durch den Kapitalmarkt führen - und dies pusht den Konzernwert ohne operative Veränderungen. Die Fantasie eines Börsengangs der Medizintechnik gibt weiteren Rückenwind. Der Aktienkurs wird zusätzlich dadurch gestützt, dass Kaeser den Aktionären einen höheren Anteil am Gewinn in Aussicht stellt. Mittelfristig allerdings wird Siemens nur wertvoller, wenn der Konzern die Wettbewerber aussticht. Wie soll das überproportionale Wachstum gelingen? Kaeser schafft hierfür die Voraussetzungen, indem er Hierarchieebenen streicht und Siemens so näher am Markt platziert. Doch dies ist zwar eine Voraussetzung für den Erfolg, aber noch lange keine Garantie. Dafür bräuchte Siemens mehr vermarktbar Innovationen. Es ist ein Rätsel, warum dies seit Jahren nicht ausreichend gelingt. Weil Siemens keine Premiumpreise mehr am Markt erzielen kann, kommt die Bruttomarge nicht vom Fleck. Die Conclusio lautet: Der Wurf, den Kaeser und sein Team am Mittwoch wagten, ist richtig. Ob er groß wird, entscheidet sich erst in jahrelanger operativer und innovativer Kärnerarbeit.

Kontakt:

Börsen-Zeitung
Redaktion

Telefon: 069--2732-0
www.boersen-zeitung.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014783/100755607> abgerufen werden.