

Gersfelder Positionspapier 2

Im April 2004 haben der Gesamtbetriebsrat der Siemens AG und der Konzernbetriebsrat des Siemens-Konzerns ein Positionspapier zur Strategie des Konzerns veröffentlicht. Diese Forderungen sind heute aktueller denn je:

1. Oberste Priorität für Arbeitsplatzsicherung
2. Die Ent-Industrialisierung Deutschlands muß gestoppt werden
3. Keine staatliche Förderung von Arbeitsplatzverlagerung
4. Deutschland als integrierten Industriestandort erhalten
5. Soziale Errungenschaften erhalten nicht preisgeben
6. Sozial Kriterien für Investitionsentscheidungen
7. Standortentscheidungen langfristig treffen
8. Herausforderungen kreativ bewältigen
9. Mit Innovation und Kundennähe Marktanteile gewinnen
10. Qualifikation der Mitarbeiter fördern
11. Gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen.

Im Juni 2006 haben Betriebsräte aus ganz Deutschland in Gersfeld (Röhn) in diesem Lichte die Situation des Geschäftsbereiches COM analysiert und Vorschläge für ein zukunftsorientiertes Produkt- und Servicekonzept für COM entwickelt.

Noch im gleichen Monat haben Vorstand und Aufsichtsrat der Siemens AG die Aufgabe des Geschäftsbereiches COM beschlossen.

Wir als Betriebsräte aus Werken und Niederlassungen der Siemens AG in Deutschland, müssen im Januar 2007 feststellen, daß unsere Vorschläge für Innovation und Nachhaltigkeit nicht aufgenommen wurden.

Die neue Strategie des Siemens Vorstands, die Orientierung an "Profitablem Wachstum" (Profit and Growth) und sogenannten Megatrends ist nichts anderes als ein an relativ kurzfristigen Renditen orientiertes Portfolio-Management. Innovative Geschäfte werden dazu gekauft, was sich nicht rechnet, wird abgestoßen.

Diese Strategie gefährdet nicht nur zahlreiche Arbeitsplätze bei Siemens und Zulieferern sondern die Position von Siemens als Technologiekonzern, weil damit das Innovationspotential kurzfristigen Rein-Raus-Entscheidungen unterworfen wird.

Damit wird eine über 160-jährige, erfolgreiche Technologietradition nachhaltig gefährdet. Das hat nicht nur negative Auswirkungen auf den Bestand des Unternehmens, sondern die kurzfristige, an maximaler Rendite orientierte Ausrichtung großer Unternehmen gefährden die europäische Sozialkultur, wie schon 2004 GBR und KBR festgestellt haben.

Wir sind nicht bereit, diesem Ausverkauf der von der Siemensbelegschaft in Jahrzehnten aufgebauten Innovations- und Technologiekultur weiterhin zuzusehen.

Wir fordern eine auf wirkliche Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensstrategie. Darüber hinaus muß die neue Strategie der Megatrends um eine Strategie zur Ausweitung des Geschäfts und Sicherung der Arbeitsplätze in Deutschland (regionale Trends) ergänzt werden. Wir wollen eine konkrete Perspektive und sichere Arbeitsplätze für die Beschäftigten in Deutschland, in den Werken, den Niederlassungen, in Verwaltung und Entwicklung. Nur das sichert auch den langfristigen Bestand des Unternehmens. Die hektischen Portfoliomaßnahmen der letzten Jahre lassen eine nachhaltige Strategie des Vorstandes nicht überall erkennen.

- „Wo Klugheit fehlt, hilft oft schlechte Erfahrung“ -

Eine Sicherung oder gar der Ausbau von Arbeitsplätzen in der Hochlohnregion Europa kann nur gelingen, wenn ein stabiles und auf die Zukunft ausgerichtet Innovationsklima gefördert und ausgebaut wird. Das erfordert:

- Erhalt der durchgängigen Integration von Forschung, Entwicklung, Fertigung und Service in Europa, um eine angemessene Innovationsgeschwindigkeit zu erreichen. Das Beispiel COM hat die Schwächen des Siemens-Managements in dieser Hinsicht aufgezeigt.
- Eine vorausschauende Personalentwicklungsplanung mit ständiger Qualifizierung der MitarbeiterInnen (fachliche und sozial-kulturelle Kompetenz) ist die Voraussetzung für eine langfristige Sicherung der Marktpräsenz.
- Einen auf langfristig auf wirtschaftlichen Erfolg ausgerichteten Entscheidungsprozeß durch Beteiligung von Experten, Personalverantwortlichen und Betriebsräten an unternehmerischen Entscheidungen
- Eine Integration in die europäischen Sozialstaaten mit ihren Institutionen in Wissenschaft und Kultur ist Voraussetzung für nachhaltige Innovation und kein Kostennachteil!

Dieses „Framework of Innovation“ ©IGM erst bietet die Voraussetzungen für eine strategische Ausrichtung von Siemens als Technologiekonzern. Portfoliotransaktionen können eigene Innovation stärken, aber nicht ersetzen.

- Wir wollen einen offenen Kommunikationsprozeß zu diesen Fragen zwischen Beschäftigten, Management und IG Metall und werden dies nach Kräften fördern.
- Wir wollen uns in die Diskussion um Technologie und Marktstrategie einbringen, denn das Know How sitzt in den Köpfen der Mitarbeitern.
- Wir fordern alle Beschäftigten und Betriebsräte auf, sich in Diskussionsrunden und Innovationszirkeln einzubringen und eigene Positionen zu formulieren.
- Wir erwarten, daß das Management diesen Prozeß unterstützt und seine Ergebnisse annimmt.

Für die Teilnehmer aus Augsburg, Berlin, Braunschweig, Bremen, Bielefeld, Erlangen, Hamburg, Hannover, Kassel, Kiel, Leipzig, München, Regensburg und Saarbrücken.

gez
Klaus Hannemann
BR Erlangen G

gez.
Rüdiger Skrobarczyk
BR Hamburg NL