



Offensiv und innovativ aus der Krise herauskommen

1. Die Krise der Weltwirtschaft

Das Siemens Europe Committee ist über die weltweite Wirtschaftskrise sehr besorgt und kommt zu folgender Bewertung:

Die kapitalistische Weltwirtschaft hat einen Systeminfarkt. In unregulierten Finanzmärkten wurden ständig wachsende Risiken in völliger Intransparenz aufgehäuft. Die Folge ist ein vollständiger Kontroll- und Steuerungsverlust auf den Finanzmärkten.

Die Unternehmen wurden am Prinzip des Shareholder-Value, also allein an den Interessen kurzfristiger Aktienspekulation ausgerichtet und nicht an einer langfristigen und nachhaltigen Unternehmensentwicklung. Langfristige Investitionen wurden vernachlässigt, um kurzfristige Gewinnmaximierung zu erreichen. Über Boni und andere Vergütungssysteme wurde das Management auf diese Kurzfristorientierung und Ausschüttungsmaximierung verpflichtet.

Die Weltwirtschaft ist aus der Balance. Europa zahlt mit einer drastischen Reduktion seines Absatzes auf den Weltmärkten heute den Preis seiner ungesunden Export- und Wettbewerbsorientierung. Die Weltwirtschaft ist so destabilisiert, dass es zu einem weltweiten Rückgang der Wirtschaftsleistung kommt.

Die Tiefe und Komplexität der Krise kann nicht von heute auf morgen überwunden werden. Wir befinden uns heute in einer Dreifach-Krise: Finanzmarkt-, Konjunktur- und Strukturkrise verstärken sich gegenseitig.

2. Die Krise trifft auch Siemens

Siemens wird durch seine weltweite Aufstellung und sein differenziertes Portfolio nicht in allen Sektoren zeitgleich und unterschiedlich stark von der Krise getroffen. Die von Analysten häufig kritisierte Bandbreite des Portfolios ist in der Krise von großem Vorteil.

Aufgrund einer konservativen Finanzpolitik steht Siemens finanziell gut da. Durch die Aufnahme zusätzlicher finanzieller Mittel wurden zukünftige Projekte gesichert.

Doch immer mehr Mitarbeiter des Siemens Konzerns in Europa sind von Beschäftigungsproblemen betroffen. Es zeichnet sich ab, dass die Krise mittelfristig auch die Siemensbereiche mit längeren, mehrjährigen Auftragszyklen erreichen wird. Dramatisch ist die Geschwindigkeit der Beschäftigungseinbrüche.

Derzeit am stärksten betroffen ist - bedingt durch den Rückgang der Autoindustrie, Werkzeugbau und Automatisierung - der Sektor Industry, einer der wichtigsten Ergebnisbringer. Nur ein verschwindend kleiner Teil ist derzeit in Healthcare betroffen. Energy und Healthcare laufen zwar noch geradeaus, allerdings gibt es bereits Auftragsverschiebungen und Tausende Leiharbeiter sind auch in diesen Sektoren bereits abgebaut worden.

Wir fordern den Vorstand auf, das Ergebnisziel noch mal zu überdenken und die EBIT-Margenzielbänder für die Divisionen auf ein in der Krise realistisches Niveau zu korrigieren, um damit Beschäftigung in Europa zu sichern.

3. Sicherung der Arbeitsplätze in Europa

Oberstes Ziel des SEC ist der Erhalt der Arbeitsplätze und Standorte.

Organisations- und konzernübergreifender Personalausgleich, Abbau von Zeitkonten und Anwendung von Arbeitszeitverkürzung, wie z. B. Kurzarbeit, sind gegenüber Betriebsschließungen vorzuziehen.

Wir müssen die Debatte über Arbeitszeiten neu führen. Vertrauensarbeitszeit und endlose Ausdehnung von Mehrarbeit müssen auf den Prüfstand gestellt werden.

In der derzeitigen Situation ist Arbeitszeitverkürzung (z. B. Kurzarbeit in Deutschland) das am besten geeignete Mittel zur Arbeitsplatzsicherung.

Wir brauchen neue und verbesserte Möglichkeiten für Teilzeit und Altersteilzeit.

4. Qualifizierung und Ausbildung fördern

Auch in der Krise muss in Weiterbildung investiert werden. Beschäftigungsarme Zeiten müssen für Qualifizierung genutzt werden. In den Betrieben müssen, ausgerichtet an zukünftige Entwicklungen, Qualifizierungspläne für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erstellt und umgesetzt werden. Bestehende Qualifizierungsplanungen dürfen nicht Sparmaßnahmen geopfert werden.

Auch in der Krise muss weiter ausgebildet werden und junge Menschen müssen übernommen werden. Nur eine ausgewogene Beschäftigtenstruktur von jungen und erfahrenen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen sichert die Zukunft des Unternehmens.

5. Mitbestimmung für die Arbeitnehmervertreter

Wir brauchen Mitspracherechte bei strategischen Investitionen. Standortverlagerungen und Standortschließungen dürfen nicht mehr gegen den Willen der Interessenvertretungen der europäischen Arbeitnehmer in den jeweiligen Ländern beschlossen werden.

6. Eine nachhaltige Unternehmensentwicklung fördern

Die Unterordnung unter die Finanzmärkte hat uns in diese Krise geführt. Siemens muss die Lehren ziehen aus der gefährlichen Shareholder-Orientierung.

Wir fordern, dass die Unternehmensstrategie stärker auf langfristige Ziele ausgerichtet wird, unter Wahrung nachhaltiger, sozialer und ökologischer Kriterien sowie der Sicherung von Arbeitsplätzen.

Kostensparprogramme werden zu sehr in den Vordergrund gestellt. Reine Sparkonzepte sind kurzfristig wirksam, aber sichern den Unternehmenserfolg nicht langfristig.

Zur nachhaltigen Unternehmensentwicklung und Sicherung der Arbeitsplätze gehört der Ausbau der internen Wertschöpfung, das heißt „In sourcing“ statt „Outsourcing“.

7. Innovationsführerschaft erhalten und ausbauen

Das Modell des integrierten Technologiekonzerns muss auch in der Krise durch Sektor- und Divisionsübergreifende Technologiekooperation umgesetzt und gestärkt werden.

Innovationskennziffern sind als zumindest gleichberechtigte Managementzielvorgaben neben Finanzmarktkennziffern aufzunehmen.

8. Vermeidung von Verlagerungen

Prozesse, die nicht den Kunden direkt betreffen, werden rigoros zusammengestrichen. Hier wird gespart ohne Ende, egal ob es den Mitarbeitern Belastungen und Probleme bringt. Hauptsache die Kostenstatistik stimmt. Kern dieser Sparmaßnahmen ist die Verlagerung nach außerhalb Europas.

Hiermit muss endlich Schluss sein! Keine weiteren Verlagerungen ins Ausland auf Kosten der Belegschaften der einzelnen europäischen Länder!

9. Mit Kundennähe und Innovationen Marktanteile gewinnen

Siemens definiert sich nicht durch möglichst billige Produkte, sondern durch Spitzentechnologie, durch innovative Produkte, Lösungen und Service nahe am Kunden. Eine flächendeckende Vertriebs- und Serviceorganisation ist der Garant für einen nachhaltigen Geschäftserfolg aller Sektoren und Divisionen. Das Modell „Siemens One“ muss gestärkt und aktiv umgesetzt werden. Das muss in der Aufstellung von Vertrieb und Service berücksichtigt werden.

Gerade in der Krise darf nicht am falschen Ende gespart werden, nämlich am Frontend! Der Vertrieb ist auch in der Krise zu stärken.

Siemens als Global Player braucht einen starken europäischen Heimatmarkt. Das kann nur mit dem Sicherstellen und dem Erhalt der gesamten Wertschöpfungskette im jeweiligen Land gelingen, von Entwicklung, Produktion und Vertrieb bis hin zum Service.

10. Herausforderungen kreativ bewältigen

Siemens muss einen eigenen Beitrag dazu leisten, die Wirtschaftskrise zu überwinden. Alte Lösungsmuster funktionieren nicht mehr. Unkonventionelle Modelle z.B. für Arbeitszeiten, für die Gestaltung von variablen Einkommensbestandteilen, für die Beteiligung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind gefragt. Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen müssen stärker in die Gestaltung von Prozessabläufen einbezogen werden. Innovationen kommen in der Regel nicht vom Top-Management, sondern von den Beschäftigten an der Basis. Ziel muss sein, statt Angst und Misstrauen ein Klima der Kreativität und Innovationen zu schaffen.

11. Gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen

Soziale Leistungen für Arbeitnehmer werden den kurzfristigen Ebitzielen geopfert.

Leiharbeiter, die teilweise schon viele Jahre bei Siemens tätig waren, sind die ersten, die die Krise traf.

Doch auch und gerade in der Krise muss das Unternehmen Siemens gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen.

Wir fordern europaweit zusätzliche Ausbildungsplätze für benachteiligte Jugendliche zu schaffen und Verhandlungen für die Verbesserung der Beschäftigung von Schwerbehinderten, für unbefristete Arbeitsverträge und für eine Welt-Betriebsvereinbarung aufzunehmen.

Diese Vereinbarungen wären wegweisend fürs Unternehmen, besonders in der Krise.

Unser Ziel ist es, dass Siemens Benchmarks setzt, in der Frage der sozialen Standards und der Beschäftigungsbedingungen – und zwar in Europa und weltweit!

Der von Siemens propagierte Ansatz, mehr Diversity im Unternehmen zu erreichen, also auch die Karrierechancen für Frauen zu verbessern, muss vom Oberen Management auf alle Ebenen ausgedehnt werden. Das ist nicht nur gesellschaftliche Verantwortung sondern auch betriebswirtschaftliche Notwendigkeit. Die Krise darf nicht dazu führen, dass der Anteil an weiblichen Beschäftigten in den einzelnen Unternehmenseinheiten sinkt.

12. Gemeinsame Lösungen zur Überwindung der Krise

Der Interessengegensatz zwischen Kapital und Arbeit ist systemimmanent und grundsätzlich unauflöslich. Wir müssen und wollen jedoch im Unternehmen damit umgehen und gemeinsame Lösungen fürs Unternehmen und die Beschäftigten zur Überwindung der Krise finden.

Wir brauchen einen „New Deal“ in der Zusammenarbeit zwischen der Firmenleitung und den Arbeitnehmersvertreterorganisationen in Europa. Dieser New Deal für Siemens heißt, alte Rituale und Rollenmuster müssen überwunden werden. Er heißt offene und ehrliche Kommunikation, frühzeitige Einbeziehung von Gewerkschaften und lokalen Arbeitnehmersvertretungen, noch bevor Firmenentscheidungen getroffen sind.

Eine klare und einheitliche Orientierung für die Sektoren in Bezug auf strategische Entscheidungen und Vorgehensweisen, insbesondere was die Personalstrategie und -umsetzung betrifft, ist erforderlich.

Es sind die Menschen, die das Unternehmen Siemens ausmachen. Die Ideen, Wünsche, Erfahrungen und Leistungen der Menschen, sind der Mittelpunkt des Unternehmens.

Wirtschaft ist kein Naturprozess, sondern wird von Menschen gesteuert und beeinflusst. Wirtschaft hat den Bedürfnissen der Menschen zu dienen. Das ist unsere Leitlinie und auf dieser Grundlage wird es uns gelingen, offensiv aus der Krise herauszukommen.

gez.

Werner Mönius

(Vorsitzender des Siemens Europe Committee)