



DER ÜBERSEE-CLUB e.V.

JOE KAESER

Vorsitzender des Vorstands Siemens AG

Führen im digitalen Zeitalter: Aufbruch in eine neue Gründerzeit



JOE KAESER

Joe Kaeser wurde 1957 in Arnbruck (Niederbayern) geboren. Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule Regensburg.

Joe Kaeser ist Vorsitzender des Vorstands der Siemens AG, eines weltweit führenden Unternehmens der Elektronik und Elektrotechnik. Er ist der dreizehnte Vorstandsvorsitzende in der mehr als 165-jährigen Geschichte des Unternehmens. Er hat mehr als 30 Jahre Erfahrung bei Siemens, wo er eine Vielzahl leitender Management-Positionen im Finanzwesen und in der Strategie im In- und Ausland innehatte. Bis unmittelbar vor seiner Berufung zum Vorstandsvorsitzenden im August 2013 war er sieben Jahre lang Chief Financial Officer der Siemens AG.

Joe Kaeser begann seine Karriere bei Siemens 1980 im Bereich der Bauelemente und Halbleiter und arbeitete hier unter anderem in Malaysia und in den USA. 1999 wechselte er in die Zentralabteilung Finanzen der Siemens AG. Dort bereitete er Teile des Börsengangs von Siemens an der Wall Street in New York vor und stellte das Siemens-Accounting auf den Standard US GAAP um. 2001 wurde er Chief Financial Officer des Unternehmensbereichs „Information and Communication Mobile“. Von 2004 bis 2006 war er Chief Strategy Officer der Siemens AG und lenkte die langfristige strategische Ausrichtung des Unternehmens auf globale Megatrends.

Joe Kaeser ist Mitglied des Aufsichtsrates von Daimler AG, Allianz Deutschland AG und NXP Semiconductors N.V.

VORTRAG AM 18. OKTOBER 2016

Es gilt das gesprochene Wort



Ich freue mich sehr, hier zu sein – in einer Stadt, deren Anspruch es ist: „... im Geiste des Friedens eine Mittlerin zwischen allen Erdteilen und Völkern der Welt zu sein“. So steht es in der Verfassung der Freien und Hansestadt Hamburg. Ich denke, besser kann man kaum Hamburgs Rolle in Deutschland und der Welt und die Weltoffenheit Ihrer Stadt ausdrücken. Hier kommen Besucher und Zuwanderer in Deutschland an. Viele bleiben. Mehr als 500.000 Hamburger sind Zuwanderer oder deren Nachfahren. Das allein beweist, dass Menschen aus aller Welt sich in Hamburg wohlfühlen. Und von Hamburg aus werden in Deutschland produzierte Güter in alle Welt verschifft.

Meine Damen und Herren, in meiner Rede geht es um die große, weite Welt und um unser Land – genauer gesagt, wie sich Deutschland und Europa in dieser Welt behaupten. Und ich möchte mit einer Frage beginnen, die uns alle betrifft – ja, eine Frage, die schon fast eine Schicksalsfrage ist: „Sind deutsche Unternehmen zukünftig in der Lage, sich an die Veränderungen, die vor uns liegen, anzupassen? Sind wir für die Zukunft gewappnet? Haben wir denn überhaupt das Zeug dazu, in dieser Zukunft auch zu bestehen und – viel besser noch – sie zu gestalten?“ Das ist eine Fragestellung, die mich täglich beschäftigt, und damit ein Unternehmen, das weltweit fast 370.000 Mitarbeiter beschäftigt, davon etwa ein Drittel in Deutschland. Denn es ist unsere Aufgabe als Führungsteam, Siemens fit für die Zukunft zu machen und der nächsten Generation ein besseres Unternehmen zu übergeben. Dabei geht es neben Kundennähe und Innovation auch um die Geisteshaltung.

Denn es sind eben nicht diese großen Unternehmen, diese riesigen Tanker, um in der Sprache der Seefahrt zu sprechen, die überleben. Es sind im Übrigen, glaube ich, auch nicht diejenigen, die ganz besonders schnell unterwegs sind, die Schnellboote sozusagen, weil die Schnellen oft nicht wissen, wohin sie fahren, und eigentlich nur schneller auf Grund laufen. Wer ist denn eigentlich am Ende erfolgreich?

Meine Damen und Herren, es ist meine feste Überzeugung, dass es die Unternehmen sein werden, die sich am besten anpassen – an die Veränderungen, an die Unsicherheit, die vor uns liegt – und die langfristig damit auch erfolgreich umgehen können. Nicht ohne Grund sagt auch Karl Lagerfeld – ich habe mir sagen lassen, er ist auch in Hamburg geboren: „Veränderung ist die gesündeste Art zu überleben.“ Er muss es wissen. Mode ist wohl eine der schnelllebigsten Branchen. Damit gilt im Umkehrschluss: Wer sich nicht anpasst, verschwindet – vielleicht langsam, aber sicher. Das gilt umso mehr im digitalen Zeitalter – und nicht nur für einzelne Unternehmen, sondern für ganze Branchen, für Volkswirtschaften, für ganze Wirtschaftsräume.

Dazu eine wahre Geschichte – eine Geschichte, die unser Haus hautnah miterlebt hat: Im Jahr 1980 stellte Siemens die zweite Generation elektronischer Wählsysteme für öffentliche Telefonnetze vor. Das System hieß EWSD – Elektronisches Wählsystem Digital. Ja, schon damals gab es die Digitalisierung. Manche Leute glauben ja, die wäre erst letztes Jahr erfunden worden. Die erste Anlage wurde übrigens hier in Hamburg in Betrieb genommen. Mit diesem System wurde Siemens in weniger als einem Jahrzehnt der unangefochtene globale Marktführer in Vermittlungssystemen für das öffentliche Telefonnetz. EWSD war ein riesiger Erfolg.

Aber schon Ende der 1980er-Jahre kamen ein paar junge Männer aus dem Silicon Valley zu Siemens in die Hofmannstraße in München. Das war damals das „Telecom Valley“ der Welt. Sie stellten unseren Leuten hoffnungsvoll die Frage, ob wir in ihr Start-up investieren wollten. Sie hatten eine für die damalige Zeit revolutionäre Idee: Telefonieren über das Internet.

Unsere Leute, die ja nun hinreichend mit Telekommunikation Erfahrung hatten, hörten den jungen Männern eher kurz und flüchtig zu. Und dann ist überliefert, dass man hinterher sagte: „Also, na ja, das Telefonieren über das Internet geht niemals. Und selbst wenn das ginge, hätten wir es doch schon längst selbst erfunden.“ – Die Besucher aus dem Silicon Valley waren natürlich etwas enttäuscht, packten ihre Sachen und verabschiedeten sich – ob freundlich oder nicht, ist nicht überliefert. Aber auf alle Fälle sind sie nach Hause geflogen. Nun, aus dem Start-up, das die jungen Männer vertraten, wurde ein „Big Player“ in der Telekommunikation: Cisco. Heute ist Cisco ein Unternehmen mit einem jährlichen Umsatz von fast 50 Milliarden Dollar.

Siemens hingegen musste schon bald erkennen, dass der Zug der Zeit ein für alle Mal die Station Hofmannstraße verlassen hatte. Wir mussten in einer – das muss man sagen – unrühmlichen Weise ein Geschäft aufgeben, das vorher mehr als ein Viertel des Gesamtumsatzes ausmachte und Hunderttausende Menschen beschäftigte. Weil wir all das miterlebt haben, kann ich Ihnen sagen: Das war eine bittere Lektion, einen so großen und traditionsreichen Teil des Unternehmens wegbrechen zu sehen, eine Lektion, die Spuren hinterließ – im Unternehmen und auch bei den vielen Menschen, die ihre Arbeitsplätze verloren haben. Es war für Siemens ein Reputationsverlust in der Gesellschaft.

Die Moral der Geschichte ist klar: Sei nie überheblich, nie zu bequem, sonst verschläfst du den nächsten großen Paradigmenwechsel. Und wenn man als „Incumbent“ auch noch sehr erfolgreich ist, ist man für Überheblichkeit besonders anfällig. Denn der Feind des Besseren ist das Gute.

Ich erzähle diese Geschichte, weil die Paradigmen heute noch schneller wechseln – im Zeitraffertempo. Der digitale Wandel erfasst alle Lebensbereiche und alle Branchen. Und die Geschwindigkeit nimmt zu! In einer schon fast rücksichtslosen Weise. Das spürt man überall.

Der US-Aktienindex Standard & Poor's 500 (S&P 500) umfasst die Aktien von 500 der größten amerikanischen börsennotierten Unternehmen. Er ist damit ein Spiegelbild der amerikanischen Wirtschaft und eine Art „Elite-Barometer“, aber auch ein Tachometer für die Geschwindigkeit der Veränderung.

Wir sehen heute eine durchschnittliche Verweildauer von Unternehmen im S&P 500 von rund 16 Jahren. In den 60er-Jahren waren es noch 60 Jahre! Bleibt es bei der derzeitigen Geschwindigkeit, werden im Jahr 2027 rund 75 Prozent der jetzt im Index gelisteten Unternehmen nicht mehr dort zu finden sein. Die Mehrzahl der Neuzugänge sind übrigens IT-Unternehmen. Noch deutlicher kann sich die Schnelligkeit der Veränderung kaum äußern.

- Denken Sie daran, wie Internethändler wie Amazon und Zalando den Einzelhandel verändern beziehungsweise schon längst beeinflusst haben.
- Denken Sie an die Musik-Industrie. Früher kaufte man im Musikladen um die Ecke Langspielplatten, CDs oder Kassetten. Also, als ich meine damalige Freundin, meine heutige Frau, damals noch im Auto spazieren fuhr, hatten wir einen Kassettenrekorder. Und immer da, wo die Musik am schönsten war, fing es an, schrecklich zu quietschen. Dann musste man mit einem Bleistift wieder die Kassette nachziehen und konnte dann nur hoffen, dass die Lieblingsstelle – der Lieblingschlager – keinen unwiederbringlichen Schaden genommen hatte. Heute aber steht praktisch das gesamte musikalische Vermächtnis der Menschheit im Internet als Download oder als Stream digital zur Verfügung.
- Denken Sie daran, wie Airbnb die Hotellerie verändert. Wenn Sie heute in Hamburg übernachten wollten, könnten Sie über Airbnb aus über 300 Privatunterkünften auswählen. Zu einem durchschnittlichen Preis von nur 57 Euro – wie Ihnen Airbnb ebenfalls verrät.

Was ist eigentlich passiert?

Nichts anderes, als dass das Internet in unser tägliches Leben Einzug gehalten hat. Wir dürfen uns hier nichts vormachen. Die Digitalisierung ist gnadenlos. „The Internet cuts out the middleman“: Unternehmen, die keinen Mehrwert in der Wertschöpfungskette liefern, fallen heraus. Das schwächste Glied wird eliminiert. Das sind die Spielregeln des digitalen Darwinismus.

Wenn Sie die Evolution der Natur erleben wollen, sollten Sie zu den Galapagos-Inseln fahren. Wenn Sie die Evolution der Wirtschaft sehen wollen, dann sollten Sie das Silicon Valley besuchen. Das ist nicht der Stoff der Träume, es ist ein gnadenloser Wettbewerb. Und es ist nicht übertrieben zu sagen, dass die Digitalisierung alles verändert und auch in Zukunft alles verändern wird. Und die großen Spieler in der digitalen Welt sind heute nicht in Europa zu Hause, sondern in den USA – in Silicon Valley.

Nun, die Frage ist, wie geht man damit um? Ist der Kampf verloren? Werden Google und Co. die Welt beherrschen, und wird die deutsche Wirtschaft sang- und klanglos zugezuckt?

Die Antwort ist „Nein“, das machen wir nicht. Wir respektieren die Innovationskraft von Silicon Valley und von anderen, aber wir wissen eben auch ganz genau, dass die deutsche Wirtschaft, wie keine Wirtschaft und kein Land der Welt, in der Lage ist, mit Ingenieurskunst und mit Innovation die Dinge nach vorne zu bringen. Das gilt insbesondere für eine Industrie, die in der Welt eine große Rolle spielt: die Fertigungsindustrie. In Deutschland macht diese Industrie 21,3 Prozent des Bruttoinlandsprodukts aus und beschäftigt 7,5 Millionen Menschen.

- Die Fertigungsindustrie ist für 70 Prozent des weltweiten Handels verantwortlich.
- Jeder Euro, der in die Fertigung investiert wird, generiert 1,40 Euro in anderen Branchen.
- Die Fertigung ist ein Jobmotor. Jeder Arbeitsplatz in der Fertigung schafft bis zu zwei Jobs in anderen Branchen. Es ist nicht nur eine Aufgabe, eine Verantwortung und eine Herausforderung, es ist auch eine große Ermutigung, diese Fertigungsindustrie, diese gewaltige Kraft, die hier in Deutschland und in Europa steckt, ins digitale Zeitalter zu führen.

Wir wissen, wie das geht. Wir können das. „Ja, wir können das“, das sagte ja jemand anders schon vor acht Jahren. Die deutsche Version heißt ja, „wir schaffen das“. Und ich glaube, die deutsche Wirtschaft muss einfach sagen „wir machen das“. Und das werden wir tun: behutsam, selbstbewusst, aber natürlich eben auch mit dem notwendigen Respekt. Es ist kein Wunder, dass sich IT- und Softwareunternehmen für die Fertigungsindustrie interessieren.

- Weltweit fließen schon jetzt gut drei Viertel (77 Prozent) der Ausgaben für Forschung und Entwicklung in die Fertigung, die Hälfte davon in industrielle Software.

Ich habe selbst fünf Jahre in Silicon Valley gelebt. Die Unternehmen dort sind schnell, sie sind kreativ und sie können extrem disruptiv sein! Sie akzeptieren keine Grenzen. Nichts ist unmöglich. Dieser Spruch kommt zwar aus Japan, aber gelebt wird er an der Westküste der USA. Tesla-Chef und SpaceX-Gründer Elon Musk will den Planeten Mars besiedeln. Gründer wie er denken groß. „Think big!“ ist dort das Motto. Ihnen geht es nicht darum, schnell reich zu werden. Etwas anderes treibt sie an. Sie wollen die Welt verändern. Sie haben eine Vision.

Jetzt weiß ich natürlich, dass ein sehr berühmter Sohn dieser Stadt einmal gesagt hat: „Wer Visionen hat, der sollte zum Arzt gehen.“ Das mag in vielerlei Hinsicht stimmen, aber, meine Damen und Herren, Visionen verändern die Welt.

John F. Kennedy hatte keine Ahnung, wie man auf den Mond kommt, aber er hat mit dieser Vision in seinem Land eine Mobilmachung ausgelöst, die bis heute noch sprichwörtlich ist. Er hat Menschen motiviert, diese Vision umzusetzen. Die Unternehmen aus dem Silicon Valley können groß denken, denn sie haben Zugang zu dem größten einheitlichen Binnenmarkt der Welt. Sie können viel schneller als europäische Unternehmen hochskalieren. Facebook ist dafür ein gutes Beispiel.

- Im Jahr 2008 nutzten „nur“ 100 Millionen Menschen jeden Monat Facebook. Heute, nur acht Jahre später, sind es etwa 1,8 Milliarden – oder mehr als ein Viertel der Weltbevölkerung!

Skalierbarkeit ist in der digitalen Welt der Schlüssel zu Wachstum und Erfolg.

Es gibt für uns aber auch gute Nachrichten. Deutschland kann in vielen Bereichen mit den Amerikanern mithalten. In manchen haben wir sogar die Nase vorn! Zum Beispiel im modernen Fertigungs- und Entwicklungsmanagement. Die deutsche Industrie hat schon seit Jahrzehnten industrielle Abläufe ständig weiterentwickelt und weiter automatisiert. Wir haben ein weltweit unübertroffenes industrielles Know-how. Unsere Fertigung ist technisch auf dem neuesten Stand. In den USA und in China hingegen besteht großer Nachholbedarf. Und es ist nicht so, dass es in Europa keine großen Software-Firmen gäbe. Eine davon ist – Sie ahnen es schon – Siemens. Weltweit beschäftigen wir etwa 21.000 Software-Ingenieure.

In Deutschland heißt die Digitalisierung der Industrie „Industrie 4.0“. In den USA nennt man es „Industrial Internet“ oder „Internet of Things“. Die Bezeichnungen sind zwar verschieden, aber es geht um das Gleiche: die Nutzung von digitalen Technologien, um reale Produkte zu fertigen.

Mit Hilfe dieser Technologien kann die ganze Wertschöpfungskette – vom Entwicklungslabor bis zur Fabrik, von der Verkaufsfläche bis zum Service – virtuell abgebildet werden. Wir nennen das „digitaler Zwilling“. Damit können wir komplexe Produkte komplett im virtuellen Raum entwickeln und testen – bevor der erste reale Prototyp gemacht wird, bevor die Fertigungsstraße aufgestellt wird, bevor die eigentliche Produktion startet. Und das ist nicht nur für große Firmen wie Siemens relevant. Gerade kleine und mittlere Unternehmen profitieren davon.

Als Kanzlerin Merkel und der amerikanische Präsident unseren Stand auf der Hannover Messe besuchten, überreichten wir beiden jeweils einen von der Firma Callaway „maßgedruckten“ Golfschläger. Callaway ist ein amerikanischer Golf-Ausrüster, der schon früh digitale Technologien einsetzte. Die Firma nutzt heute Siemens-Software, um Golfschläger zu entwickeln, zu testen und zu produzieren. So können Parameter genau auf die Vorgaben von Kunden eingestellt werden, zum Beispiel die Körpermaße. Das Ergebnis: Die Entwicklungszeit von Golfschlägern konnte von zwei bis drei Jahren auf 10 bis 16 Monate reduziert werden. Der Schläger ist leichter, die Schlaggeschwindigkeit höher, der Abschlag präziser. Herr Obama hat mit dem Schläger einige Testschwünge gemacht. Er sagte dann: „Industrie 4.0 macht mich zu einem besseren Golfspieler.“ Ich glaube, diesen Satz können wir uns alle merken. Vielleicht sollten wir uns aber auch merken, dass Industrie 4.0 auch die deutsche Wirtschaft besser machen kann. Es ist eine Chance für uns.

Dafür sollten wir ein paar Dinge in Deutschland und Europa ändern. Wir brauchen ein vereintes Europa. Vielleicht klingt das nach dem Brexit etwas hohl. Vielleicht sollten wir aber vom Brexit lernen und Dinge in Zukunft besser machen. Alle europäischen Länder haben von der Integration profitiert, auch Länder, die nicht in der EU sind. Auch wenn Großbritannien in Zukunft nicht mehr zur EU gehört, wird es weiterhin von einem vereinten Europa profitieren.

Dass wir alle etwas davon haben – daran sollten wir uns gerade in diesen Tagen erinnern, denn nicht alle Europäer setzen auf Zusammenarbeit, Toleranz und Offenheit. Der öffentliche Diskurs in Deutschland über die Flüchtlingskrise und über die Freihandelsabkommen TTIP und CETA macht das sehr deutlich. Es ist eben nicht allen klar, dass aus einer reflexartigen Angst vor Veränderung keine dauerhaften Lösungen entstehen können. Wir brauchen ein demokratisches, ein weltoffenes Europa – so weltoffen wie Hamburg! Das ist doch die Lehre aus der Vergangenheit!

Oder meinen wir Deutschen tatsächlich, dass ein Zaun uns weiterhilft? Wenn ich mich recht erinnere, hatten wir in Deutschland schon mal einen Zaun – einen Zaun, der sicherlich als einer der spektakulärsten Fehler aller Zeiten gelten muss. Statt in den Chor der allgemeinen Entrüstung einzustimmen, sollten wir uns besser daran erinnern, dass kein anderes Land der Welt so viel von der Globalisierung profitiert hat wie Deutschland.

Allein schon aus wirtschaftlichen Gründen ist es entscheidend, in Europa einen einheitlichen digitalen Binnenmarkt – einen Digital Single Market – zu schaffen. Dadurch könnten europäische Software-Unternehmen auf einen Schlag einen Markt von 500 Millionen Menschen adressieren. So können Europa und Deutschland den digitalen Wandel meistern.

Wenn wir Deutschen uns an Veränderungen anpassen und die Zukunft gestalten wollen, dann können wir nicht nur über Innovation reden; wir müssen auch innovativ sein. Zunächst heißt das, in Forschung und Entwicklung zu investieren. Da gibt es gute Nachrichten:

- Seit 2007 sind die Ausgaben für Forschung und Entwicklung in Deutschland stetig gestiegen.
- Im Jahr 2013 wurden in Deutschland durch Staat und Wirtschaft insgesamt fast 80 Milliarden Euro für Forschung und Entwicklung ausgegeben. Das entspricht etwa 2,9 Prozent der Bruttoinlandsausgaben.

Damit kann sich Deutschland im internationalen Vergleich durchaus sehen lassen. Nur in wenigen anderen Ländern ist der BIP-Anteil der Ausgaben für Forschung und Entwicklung größer.

Aber es gibt auch weniger gute Nachrichten. Hohe Ausgaben für Forschung und Entwicklung bedeuten ja nicht zwingend Innovationsstärke. Das zeigt der Innovationsreport von Boston Consulting Group, in dem die Unternehmen verglichen werden, die am meisten in Forschung und Entwicklung investieren. Im Prinzip vergleicht dieser Report Input und Output. Wie viel wird in Innovation investiert? Wie viele Innovationen kommen dabei heraus?

Auffällig ist das gute Abschneiden von US-amerikanischen Unternehmen. Apple steht seit 2005 auf Platz eins, im Jahr 2015 gefolgt von Google, Samsung, Microsoft und IBM. Allgemein schneiden Technologie- und Telekommunikationsunternehmen am besten ab: Sieben Plätze der Top 10 und 21 Plätze der Top 50 gehen an Unternehmen aus diesen Branchen. Klar zu sehen ist auch, dass die Forschung und Entwicklung in Deutschland sich zu stark auf Produkte konzentriert. Vor allem wenn es um Dienste und neue Geschäftsmodelle geht, fehlt es an Innovationen. Plattformen und Lösungen werden künftig entscheidend sein. Die Automobilhersteller haben das erkannt. Sie wandeln sich von Herstellern von konventionellen Autos zu Herstellern von Elektroautos und zu Anbietern von elektrischer Mobilität.

Auch wir bei Siemens werden unsere Geschäftsmodelle anpassen müssen: Wir tun das, wenn wir beispielsweise für Hochgeschwindigkeitszüge eine Verfügbarkeit von mehr als 99 Prozent als Mobilitätsleistung anbieten oder wenn wir hohe Verfügbarkeiten von Windkraftanlagen oder Gasturbinen garantieren. Es geht also darum, Ergebnisse zu garantieren, nicht nur Geräte zu liefern. Solche Leistungen sind nur mit digitalen Technologien und einem tiefen Branchenverständnis möglich. Siemens ist inzwischen in der Lage, 85 Prozent der Alarmlösungen von 10.000 Windkraftanlagen weltweit aus der Ferne zu beheben, also ohne dass wir einzelne Anlagen vor Ort aufsuchen müssen.

Mein Damen und Herren, die Globalisierung und die Digitalisierung haben den Austausch von Ideen und Wissen immens beschleunigt. Dadurch sind Innovationszyklen kürzer, Entwicklungsprozesse offener geworden. Innovation entsteht heute nicht hinter verschlossenen Türen, sondern durch offene partnerschaftliche Zusammenarbeit in sogenannten „Ökosystemen“ – also in Netzwerken, die aus Kunden, Herstellern, Lieferanten, Start-ups und Forschungsinstitutionen bestehen. Open Innovation ist das Zauberwort. Und Innovation ist ein Mannschaftssport.

Ein schönes Beispiel dafür kommt aus unserem Wind-Geschäft, das hier in Hamburg beheimatet ist und das demnächst auch mit einem großen Werk in Cuxhaven vertreten sein wird, das 1.000 bis 1.500 Arbeitsplätze schafft: Unsere Ingenieure haben sich die Frage gestellt: Wie können wir Windturbinen leiser machen? Sie sahen sich in der Natur um und kamen auf ... ja, die Schleiereule. Ihre Flügel haben eine besondere Struktur. Eine kammartige Hinterkante nimmt der Luftströmung durch Verwirbelung das Rauschen.

Schleiereulen fliegen deshalb so gut wie geräuschlos. Das ist gut für den Jagderfolg. Diesen Effekt nutzen wir nun auch für die Rotorblätter von Windturbinen. Sie sind jetzt an der Hinterkante gezackt und deshalb leiser, ohne dass Leistung verloren geht. Diese Innovation ist die Leistung von einem kleinen internationalen Team, von Menschen, die offen und neugierig, gleichzeitig zielstrebig sind. In diesem Fall wurde ein erfolgreiches Produkt verbessert. Das können wir in Deutschland sehr gut, das ist aber nicht genug.

Hochinnovative Unternehmen sind radikal. Sie denken das Undenkbare. Sie trauen sich, die Komfortzone zu verlassen. Sie haben den Mut, etwas Neues auszuprobieren. Das ist nichts anderes als die Beschreibung einer Gründerkultur! Heutzutage nennt man das „Start-up“. Genau das ist auch der Auftrag von next47, einer eigenständigen Einheit innerhalb von Siemens, die unsere Start-up-Aktivitäten bündelt und zugleich auf die Schlagkraft eines Großkonzerns vertrauen kann. next47 soll disruptiv sein, soll stören – sogar zerstören, aber damit etwas Neues, etwas Großes schaffen und somit zur Zukunftssicherung beitragen. Das ist uns in den kommenden fünf Jahren 1 Milliarde Euro wert. Und für next47 ist das „next big thing“ – das nächste große Ding – die Elektrifizierung der Luftfahrt. Das gehen wir mit unserem Partner Airbus an. Zusammen mit Airbus wollen wir hocheffiziente elektrische Antriebe für Flugzeuge für bis zu 100 Passagiere entwickeln.

Andere „next big things“ sehen wir in folgenden Zukunftsfeldern: Künstliche Intelligenz, Dezentrale Elektrifizierung, Vernetzte Mobilität, Autonome Maschinen und Blockchain-Anwendungen, also Anwendungen, die sichere Transaktionen in dezentralen Netzwerken ermöglichen.

next47 gibt mutigen, neugierigen und unternehmerisch denkenden Menschen innerhalb und außerhalb des Unternehmens Freiräume zum Forschen und Experimentieren, Freiräume für Fehler und für den Aufbau neuer Geschäfte. Wenn Sie also jemanden kennen, der eine tolle Produkt- oder Geschäftsidee hat, ermutigen Sie sie oder ihn, mit uns Kontakt aufzunehmen.

Meine Damen und Herren, die Digitalisierung bietet enorme Chancen für uns in Deutschland. Wenn wir es richtig anstellen. Aber das Tempo und die Auswirkung der Digitalisierung und Globalisierung machen vielen Angst. Viele Menschen sorgen sich, ob sie im digitalen Zeitalter noch gebraucht werden; ob ihre Arbeit künftig von einem Algorithmus erledigt wird oder von einem Roboter. Oder ob gar die Menschen durch künstliche Intelligenz gesteuert werden. Unsere Aufgabe in Politik, Gesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft und übrigens auch den Medien ist es, diese Sorgen aufzugreifen und ernst zu nehmen, die Menschen mitzunehmen und die Perspektiven, aber auch die Konsequenzen zu zeigen und zu erklären!

Da hilft eine Geisteshaltung, die Chancen sieht und nicht nur Probleme! Wo unser Mut zum Wandel sichtbar wird! Wo wir wieder mehr ausprobieren, auch mal Fehler zulassen, mal schneller entscheiden und nicht ewig abwägen! Wer nichts macht, macht zwar nichts verkehrt, leistet aber auch nichts.

Dieses Land muss sich auch darauf konzentrieren, dass sich Leistung wieder lohnt. Es kann nicht angehen, dass diejenigen, die fleißig sind, die erfolgreich sind, die Arbeitsplätze schaffen, dass sie sich danach noch verteidigen müssen, wenn sie dann mal ein paar Euro mehr verdienen als diejenigen, die nach dem Staat rufen und sagen, der Staat muss es richten. Warum Fehlertoleranz nicht nur für sich selbst einräumen, sondern auch mal für andere? Besonders für junge Leute, für Gründer, die etwas auf die Beine stellen wollen, die vielleicht auch erst mal scheitern, daraus lernen und dann wieder aufstehen?

Gründer wie seinerzeit Werner von Siemens, der eine Weltfirma in einem Berliner Hinterhof ins Leben rief, Jahrhunderte bevor es Garagen im Silicon Valley gab. Dieses Jahr feiern wir seinen 200. Geburtstag. Er sprach von „Erfindergeist“, den es einzusetzen gelte zum Wohle der Gesellschaft.

Jede Generation steht vor anderen Herausforderungen, jede Generation bereitet die Welt für die nächste Generation vor: Für Europas Nachkriegsgeneration war es der Wiederaufbau. Für die darauf folgende Generation war es, den Kontinent wirtschaftlich und politisch zu vereinen. Nach der Wiedervereinigung und dem Ende des Kalten Kriegs galt es, die neue geopolitische Situation und die Globalisierung zu meistern. Die Herausforderung unserer heutigen Generation ist es, das europäische Projekt weiter zu entwickeln und die strukturellen Veränderungen zu meistern, die sich aus der Digitalisierung ergeben. Die Digitalisierung muss inklusiv sein. Alle gesellschaftlichen Schichten sollten von ihr profitieren.

Für mich geht es beim europäischen Projekt nicht um 28 oder 27 Länder – oder ein bisschen mehr, ein bisschen weniger –, sondern um eine Geisteshaltung der Integration, eine Geisteshaltung der Toleranz, um das Mitnehmen der schwächeren oder unsicheren Mitglieder unserer Gesellschaft. Mit dieser Geisteshaltung werden wir es schaffen.

Für mich heißt Führung im digitalen Zeitalter nichts anderes, als die Werte der sozialen Marktwirtschaft mitzunehmen und in eine neue Gründerzeit aufzubrechen in Europa und in der Welt.

Vielen Dank!

