



**BOSCH**

8. März 2018  
RF 10074-d PT MS

## **Rekordumsatz mit Innovationen für den Verwender**

Referat von Henning von Boxberg,  
Vorsitzender der Geschäftsführung  
der Robert Bosch Power Tools GmbH  
anlässlich der Pressekonferenz  
in Leinfelden am 8. März 2018

Es gilt das gesprochene Wort.

Robert Bosch GmbH  
Postfach 10 60 50  
70049 Stuttgart

Corporate Communications,  
Brand Management,  
and Sustainability  
E-Mail  
Martin.Steinlehner@de.bosch.com  
Telefon: +49 711 758-3132  
Telefax: +49 711 811-5188012

Leitung: Dr. Christoph Zemelka  
[www.bosch-presse.de](http://www.bosch-presse.de)

Sehr geehrte Damen und Herren,  
wir haben Ihnen eben einen Einblick gegeben, wie wir unsere Produkte und Services am Verwender und seinen Bedürfnissen ausrichten: Wir steigern Produktivität und Sicherheit von Handwerkern und machen das Heimwerken einfacher. Damit waren wir auch im vergangenen Jahr wieder sehr erfolgreich. Unsere Innovationen kommen beim Verwender gut an. Was steckt dahinter? Wie gehen wir dabei vor?

Vier Wachstumsfelder bilden die Grundlage unserer Strategie:

- Wir bringen verwenderorientierte Innovationen auf den Markt, für Heimwerker und für Handwerker.
- Wir nutzen die Chancen der zunehmenden Digitalisierung – durch Sensorik und Vernetzung.
- Wir setzen unser langjähriges Engagement in aufstrebenden Märkten konsequent fort.
- Wir setzen weiterhin auf unsere starke Marke Bosch.

### **Verwenderorientierte Innovation als Wachstumsmotor**

Im Folgenden möchte ich Ihnen diese vier Wachstumsfelder etwas näherbringen. Was ist die Grundlage unserer Innovationskraft? Sie haben es heute wieder gesehen: „Design Thinking“ ist unsere Basis für verwenderorientierte Innovation. Wir untersuchen die Bedürfnisse und Wünsche der Verwender systematisch und stellen diese bei der Entwicklung von Produkten und Services in den Mittelpunkt. „Design Thinking“ hat drei wesentliche Bausteine: Der erste ist, dass wir unsere Ideen für Produkte und Services in cross-funktionalen Teams erarbeiten. Dabei arbeiten Kollegen aus unterschiedlichsten Bereichen wie Entwicklung, Marketing und Logistik in einem Team zusammen. Ein zweiter wichtiger Baustein ist ein inspirierendes Arbeitsumfeld, um Kreativität und Zusammenarbeit zu fördern. Dazu gehören technische Ausstattungen für mobiles Arbeiten, Räume, die sowohl konzentrierte Einzelarbeit als auch Feedback und Kommunikation ermöglichen, aber auch flexible Arbeitszeiten. Wie wichtig das Arbeitsumfeld aus unserer Sicht ist, sehen sie auch hier am Standort. Wir investieren massiv in ein neues Ge-

bäude, das wir noch in diesem Jahr fertigstellen. Der dritte Baustein von „Design Thinking“ betrifft dann den Prozess: In vielen systematischen Iterationsschritten entstehen Produkte und Services. Wir überprüfen im Entwicklungsprozess immer wieder, ob der Verwender unser Produkt nützlich findet, ob er es einfach bedienen kann, ob er Spaß beim Gebrauch hat und ob es seinen ästhetischen Ansprüchen genügt.

Mit unserem „Design Thinking“-Ansatz entstand zum Beispiel die EasyCut 12. Das zugrundeliegende Sägeprinzip, die „NanoBlade“-Technologie mit der umlaufenden Mikro-Kette, haben wir aus Verwenderbedürfnissen abgeleitet: nahezu vibrationsloses und somit besonders präzises Arbeiten. So entstand eine handliche Akku-Säge für Heim und Garten. Gegenüber den bekannten Stichsägen hat diese Weltneuheit also viele Vorteile, zum Beispiel lassen sich Freihandschnitte in eine Vielzahl von Materialien im Handumdrehen erledigen.

Ein weiteres Beispiel ist die Akku-Gartenschere EasyPrune: Der Verwender wünscht sich einfaches Schneiden einzelner Äste aus Hecken oder Sträuchern und Obstbäumen, mit einer Hand. Durch die Power-Assist-Technologie ersetzt die EasyPrune schwere und umständlich handzuhabende Astscheren: Wird für den Schneidevorgang eine Mindestkraft überschritten, so schaltet sich automatisch die elektronische Kraftunterstützung hinzu. Mit der EasyPrune haben wir ein neues Marktsegment geschaffen: das für elektrisch unterstützte Akku-Gartenscheren.

### **Synergien durch Nutzung von Know-how der Bosch-Gruppe**

Ein Vorteil, den wir gegenüber Wettbewerbern haben, ist das vielfältige technologische Know-how innerhalb der Bosch-Gruppe – das wir nutzen, um Innovationen für unsere Verwender auf den Markt zu bringen. So setzen wir Sensorik aus der Kraftfahrzeugsparte in Elektrowerkzeugen ein, um die Arbeitssicherheit zu erhöhen. Beispiele hierfür sind KickBack Control oder Drop Control bei Profi-Werkzeugen. Im Fall der EasyPrune haben wir das Prinzip des eBikes – Kraftunterstützung, wenn man sie braucht – auf eine Garten-

schere übertragen. Die Qualität unseres Fenstersaugers GlassVac beruht unter anderem auf der Bosch-Kompetenz bei Wischblättern für Fahrzeuge.

### **Erfolg durch Innovation**

Über den Erfolg unserer Innovationen entscheidet schlussendlich der Verwender. Nehmen wir den Ixo, den wir vor inzwischen 15 Jahren auf den Markt gebracht haben und der heute das beliebteste Elektrowerkzeug der Welt ist. Der handliche und einfach zu bedienende Akku-Schrauber ist längst mehr als nur ein Werkzeug. Mit zahlreichen Aufsätzen dient er auch als Helfer beim Grillen, Flaschen öffnen oder Pflanzen trimmen. Der Ixo wurde inzwischen mehr als 17 Millionen Mal verkauft. Diesen Erfolg feiern wir im Jubiläumsjahr mit einer Sonderedition in gold-schwarz.

Dem Prinzip des handlichen, einfach zu bedienenden Werkzeugs mit verschiedenen Aufsätzen folgt auch unser neuester Zamo. Nach rund vier Millionen verkauften Geräten stellen wir die neue Generation jetzt mit unterschiedlichen Aufsätzen vor. Der Zamo kann damit auch als digitales Maßband oder zum Messen von ungeraden Verläufen eingesetzt werden. Mit dem Zamo haben wir den Markt der Laser-Entfernungsmesser stark wachsen lassen – daran knüpfen wir mit der neuen Generation an. Noch ein Beispiel, wie professionelle Verwender unsere Innovationen würdigen: Unsere Hubsägeblätter für Stich- und Säbelsägen schneiden beim Verwender besonders gut ab. Von diesen Produkten wurden inzwischen sechs Milliarden Stück verkauft.

### **Digitalisierung für mehr Komfort und Produktivität**

Das zweite strategische Wachstumsfeld, über das ich mit Ihnen sprechen möchte, ist die zunehmende Nutzung von Möglichkeiten der Vernetzung für Produkte und für Services. Bei der Digitalisierung sehen wir eine rasante Entwicklung: Die Rechenleistung verdoppelt sich alle 18 Monate, die verfügbare Internetbandbreite alle 21 Monate. Diese Entwicklung ist für uns die Basis, um aus klassischen Elektrowerkzeugen intelligente Elektrowerkzeuge zu machen – durch den Einsatz von Connectivity und Sensorik.

Im Ergebnis bedeutet das für den Verwender mehr Komfort und damit letztendlich mehr Produktivität. Unsere neuen gewerblichen Akku-Winkelschleifer sind weltweit die ersten Winkelschleifer mit Connectivity-Funktion: Durch ein integrierbares Bluetooth-Modul und die „MyTools“-Funktion in der Bosch Toolbox App können Anwender die Werkzeuge mit ihrem Smartphone verbinden. Damit können sie ihr Gerät personalisieren, es individuell konfigurieren und Geräte-Informationen abrufen. Die Winkelschleifer verfügen darüber hinaus erstmals über ein multifunktionales User Interface, mit dem Profis den Gerätestatus immer im Blick haben. Der Anwender erhält Informationen zu Werkzeugstatus und Ladezustand des Akkus. Außerdem gibt es Tipps zur Fehlerbehebung, zum Beispiel wenn sich ein Gerät bei Überhitzung abgeschaltet hat. Wir erleichtern dem Verwender mit vernetzten Elektrowerkzeugen auch die Wartung. Und selbstverständlich sind die Geräte mit unserem Bestandsmanagement „TrackMyTools“ nutzbar.

### **Vernetzung über Bluetooth-Schnittstelle und App**

Die Linienlaser GLL 3-80 C Professional und GLL 3-80 CG Professional sind weltweit die ersten Linienlaser, die sich dank Bluetooth-Schnittstelle per App steuern lassen. Handwerker können mit der Bosch Levelling Remote App beispielsweise die Laserlinien einzeln zu- und abschalten, ohne das Gerät zu berühren und einmal ausgerichtete Laserlinien versehentlich zu verstellen. Auch die Helligkeit der Laserlinien kann der Handwerker bequem einstellen. Er erhält künftig auch Hinweise auf mögliche negative Einflüsse durch Stöße oder Temperatur. Die App ist als Teil der Bosch Toolbox App kostenlos im Google Play Store und im Apple App Store verfügbar.

Die Bluetooth-Schnittstelle des neuen Laser-Entfernungsmessers GLM 120 C Professional ermöglicht es, die Messwerte direkt in die Measuring Master App zu übertragen, um sie dort weiter zu verarbeiten. So lassen sich beispielsweise Messdaten mit Kollegen teilen, Materialkalkulationen vornehmen oder Grundrisse erstellen und anpassen. Zusätzlich dient die App als Fernbedienung für den GLM 120 C Professional, sodass Messungen ohne Verwackeln und ohne Unterstützung eines Kollegen durchgeführt werden können.

### **Besserer Arbeits- und Gesundheitsschutz durch Sensorik**

Dank des Know-hows der Bosch-Gruppe in der Sensorik haben wir schon früh Sensoren zum Arbeits- und Gesundheitsschutz des Handwerkers eingesetzt. Erhöhten Schutz bietet zum Beispiel die KickBack Control, die während des Arbeitsvorgangs bei einem plötzlichen Blockieren – etwa beim Verkanten eines Bohrers – dank der Sensormeldung den Motor innerhalb eines Sekundenbruchteils abschaltet und so das Verletzungsrisiko durch einen Rückschlag minimiert. KickBack Control ist inzwischen in 25 Bosch Profi-Elektrowerkzeugen integriert, darunter Bohrhämmer, Winkelschleifer und Bohrschrauber.

### **Langjähriges Engagement in aufstrebenden Märkten**

Unsere Wachstumsstrategie zielt natürlich nicht nur auf die industrialisierten Märkte ab. Wir sehen weiterhin große Chancen in aufstrebenden Märkten. Neben Verfügbarkeit und Service ist hier besonders wichtig, dass die Produkte erschwinglich sind. Daher erweitern wir unsere Palette mit diesen Produkten kontinuierlich: Insgesamt bieten wir 2018 schon fast 50 Profi-Produkte für Verwender in aufstrebenden Märkten an – also Produkte, die bezahlbar sowie robust sind und sich einfach warten lassen.

Intensiv bearbeiten wir beispielsweise den afrikanischen Kontinent. Dort sind alleine durch den erwarteten Bevölkerungszuwachs große Wachstumspotenziale vorhanden. Um die afrikanischen Verwender zu überzeugen, dass sich der Wechsel von Handwerkzeugen auf Elektrowerkzeuge für sie lohnt, setzen wir künftig noch stärker auf eigene Vertriebsorganisationen. Wir bauen auch das Netz an Logistik- und Servicezentren weiter aus. In den vergangenen beiden Jahren haben wir in sechs afrikanischen Ländern weitere Power Tools-Organisationen gegründet. Wir glauben daran, dass sich diese Investitionen nicht nur für unser Wachstum, sondern auch für die dortigen Volkswirtschaften auszahlen werden.

### **Gezielte Verwenderansprache mit einer starken Marke**

Nicht zuletzt bauen wir auf unsere starke Marke Bosch. Wir sind der einzige Hersteller von Elektrowerkzeugen, der Produkte für alle Verwendergruppen unter einer Marke anbietet. Dabei ist die potenzielle Zielgruppe für Bosch-Elektrowerkzeuge riesig: Wenn wir Profis in industrialisierten und aufstrebenden Märkten addieren und dann Heimwerker und Gartenfreunde dazu zählen, könnten wir nach unserer Einschätzung weltweit rund eine Milliarde Menschen als Verwender für Bosch-Elektrowerkzeuge gewinnen.

Dabei ist es besonders wichtig, die jeweiligen Verwender gezielt anzusprechen. Ich möchte Ihnen das am Beispiel unserer Markenkommunikation für professionelle Verwender zeigen. Unsere Botschaft: Wir unterstützen Euch, die besten Ergebnisse auf effizienteste Art und Weise zu erzielen – es geht also um Produktivität, nach dem Motto: „It’s in your hands.“

Klar davon abgegrenzt ist das zweite Beispiel, aus unserer DIY-Welt: Heimwerkern und Gartenfreunden helfen wir, sich kreativ selbst zu verwirklichen. Hier geht es also um „Home made by you“.

### **Rekordumsatz: Bosch Power Tools wächst erneut kräftig**

Nach diesem Einblick in unsere Wachstumsstrategie mit den Schwerpunkten Innovation, Digitalisierung, aufstrebende Märkte und starke Marke möchte ich Ihnen jetzt gerne aufzeigen, was wirtschaftlich dabei herauskommt. Wir waren auch im Jahr 2017 wieder sehr erfolgreich – erfolgreicher als je zuvor. Unser Umsatz wuchs kräftig auf den Rekordwert von 4,7 Milliarden Euro. Wechselkursbereinigt entspricht das einem Wachstum um fünf Prozent, nominal sind wir vier Prozent gewachsen.

Im Durchschnitt der letzten fünf Jahre sind wir jährlich um sechs Prozent gewachsen und damit schneller als der Weltmarkt, der durchschnittlich um vier Prozent zulegte. Auf den deutschen Markt bezogen waren wir in den vergangenen fünf Jahren noch erfolgreicher, der Unterschied fällt hier noch deutli-

cher aus: Der deutsche Markt wuchs zwischen 2012 und 2017 durchschnittlich um vier Prozent, wir konnten durchschnittlich zehn Prozent zulegen.

Wir sind überzeugt davon, dass unsere Innovationen die beste Voraussetzung für künftigen Erfolg sind. Auch im Jahr 2018 bringen wir wieder über 100 Produktneuheiten auf den Markt – alleine in Deutschland. Das sind Innovationen, die den Profi unterstützen, seine Produktivität weiter zu steigern; Innovationen, die das Heimwerken weiter vereinfachen oder zum kreativen Gestalten einladen. Testen Sie gerne gleich selbst, wie es sich mit unseren neuen Werkzeugen arbeiten lässt.

Lassen Sie mich noch einmal kurz die wichtigsten Punkte zusammenfassen:

- Bosch Power Tools erwirtschaftet 2017 erneut einen Rekordumsatz.
- Wir wachsen schneller als der Wettbewerb.
- Grundlage unseres Wachstums sind vier strategische Schwerpunkte: Innovation, Digitalisierung, aufstrebende Märkte und eine starke Marke.
- Über allem steht die konsequente Ausrichtung auf den Verwender und seine Bedürfnisse.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.



**Pressebild: #959051**

**Journalistenkontakt:**

Martin Steinlehner

Telefon: +49 711 758-3132

E-Mail: [Martin.Steinlehner@de.bosch.com](mailto:Martin.Steinlehner@de.bosch.com)

*Die Robert Bosch Power Tools GmbH, Geschäftsbereich der Bosch-Gruppe, ist ein weltweit führender Anbieter von Elektrowerkzeugen, Elektrowerkzeug-Zubehör und Messtechnik. Im Jahr 2017 erwirtschafteten rund 20 000 Mitarbeiter einen Umsatz von 4,7 Milliarden Euro, rund 85 Prozent davon entfielen auf das Ausland. Mit Marken wie Bosch und Dremel steht der Bereich für Kundennähe und technischen Fortschritt. Die wesentlichen Erfolgsfaktoren sind Innovationskraft und Innovationstempo. Auch 2018 wird Bosch Power Tools in den vier Geschäftsfeldern Elektrowerkzeuge, Zubehör, Messtechnik und Gartengeräte in Deutschland wieder mehr als 100 Neuheiten auf den Markt bringen.*

*Die Bosch-Gruppe ist ein international führendes Technologie- und Dienstleistungsunternehmen mit weltweit rund 400 500 Mitarbeitern (Stand: 31.12.2017). Sie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2017 nach vorläufigen Zahlen einen Umsatz von 78 Milliarden Euro. Die Aktivitäten gliedern sich in die vier Unternehmensbereiche Mobility Solutions, Industrial Technology, Consumer Goods sowie Energy and Building Technology. Als führender Anbieter im Internet der Dinge (IoT) bietet Bosch innovative Lösungen für Smart Home, Smart City, Connected Mobility und Industrie 4.0. Mit seiner Kompetenz in Sensorik, Software und Services sowie der eigenen IoT Cloud ist das Unternehmen in der Lage, seinen Kunden vernetzte und domänenübergreifende Lösungen aus einer Hand anzubieten. Strategisches Ziel der Bosch-Gruppe sind Lösungen für das vernetzte Leben. Mit innovativen und begeisternden Produkten und Dienstleistungen verbessert Bosch weltweit die Lebensqualität der Menschen. Bosch bietet „Technik fürs Leben“. Die Bosch-Gruppe umfasst die Robert Bosch GmbH und ihre rund 440 Tochter- und Regionalgesellschaften in 60 Ländern. Inklusive Handels- und Dienstleistungspartnern erstreckt sich der weltweite Fertigungs-, Entwicklungs- und Vertriebsverbund von Bosch über fast alle Länder der Welt. Basis für künftiges Wachstum ist die Innovationskraft des Unternehmens. Bosch beschäftigt weltweit 62 500 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung an 125 Standorten.*

Mehr Informationen unter [www.bosch.com](http://www.bosch.com), [iot.bosch.com](http://iot.bosch.com), [www.bosch-presse.de](http://www.bosch-presse.de), [twitter.com/BoschPresse](https://twitter.com/BoschPresse)