

21. März 2019
RF 10886-d PT MS

Verwender im Fokus:

**Bosch Power Tools setzt auf Innovation
und gestaltet die Entwicklung der Branche**

Referat von Henk Becker,
Vorsitzender der Geschäftsführung
der Robert Bosch Power Tools GmbH

anlässlich der Pressekonferenz
in Leinfelden am 21. März 2019

Es gilt das gesprochene Wort.

Robert Bosch GmbH
Postfach 10 60 50
D-70049 Stuttgart

Corporate Department
Communications & Governmental Affairs
E-Mail
Martin.Steinlehner@de.bosch.com
Telefon +49 711 758-3132
Twitter @BoschPowerTools

Leitung: Prof. Dr. Christof Ehrhart
www.bosch-presse.de

Sehr geehrte Damen und Herren,
wir haben Ihnen heute aufgezeigt, wie Bosch Power Tools Innovationen schafft: Wir leiten unsere Ideen für innovative Produkte und Services vom Verwender und seinen Bedürfnissen ab. So steigern wir Produktivität und Sicherheit für Handwerker und ermöglichen dem Heimwerker viel Freude an seinem Projekt. Im Folgenden möchten wir Sie zu unseren Geschäftszahlen informieren – und Ihnen einen strategischen Einblick geben: Wie stellen wir die Weichen für künftiges Wachstum?

Bosch wächst schneller als der Markt

Ich beginne damit, wo wir herkommen. Sie sehen: Bosch wächst schneller als der Markt. Während wir im Durchschnitt der vergangenen zehn Jahre jährlich um vier Prozent Umsatz zugelegt haben, ist der Weltmarkt in dieser Zeit nur um drei Prozent gewachsen. Mit Blick auf den deutschen Markt fällt der Unterschied noch deutlicher aus: Der Umsatz ist hierzulande in dieser Zeitspanne ebenfalls um drei Prozent gestiegen, wir waren mit einem Wachstum von acht Prozent deutlich erfolgreicher. Jetzt kommen wir zum Jahr 2018. Besonders erfreulich: In mehr als 20 Ländern sind wir zweistellig gewachsen, darunter waren die wichtigen aufstrebenden Märkte Brasilien, China und Indien.

Power Tools wächst wechsellkursbereinigt um zwei Prozent

Insgesamt haben wir im abgelaufenen Jahr einen Umsatz von 4,6 Milliarden Euro erzielt. Wechselkursbereinigt ist Power Tools damit um zwei Prozent gewachsen, nominal entspricht das einem Rückgang von zwei Prozent. Warum? Wechselkurseffekte in Höhe von rund 200 Millionen Euro belasten unseren Umsatzausweis deutlich. Das konjunkturelle Umfeld wird rauer. Neben den Belastungen durch gegenläufige Wechselkurseffekte spüren wir eine zunehmende Volatilität der Märkte. Dennoch konnten wir unsere Profitabilität im vergangenen Jahr verbessern – und wir streben eine weitere Steigerung an. Nur so können wir auch künftig in Innovationen investieren. Damit

sichern wir unseren Erfolg langfristig ab. Das ermöglicht es uns, auch weiterhin für Entwicklungen in Vorleistung zu gehen, die Verwenderbedürfnisse von morgen erfüllen – zum Beispiel durch Innovationen wie Biturbo und YouSeries.

Unser Anspruch bei Bosch Power Tools ist es, die Entwicklung der Branche zu gestalten. Aber wie genau stellen wir die Weichen für profitables Wachstum auch in Zukunft? Wie wollen wir die Bedürfnisse und Erwartungen der Verwender erfüllen? Unsere Strategie basiert weiterhin auf vier Wachstumsfeldern:

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

Innovationen sind Treiber des Geschäfts

Unsere Stärke ist die hohe Innovationskraft. Was ist deren Grundlage? Sie haben es heute wieder gesehen: Wir denken immer vom Verwender aus – seine Bedürfnisse sind die Basis für unsere Innovationen. Wir nennen diesen Ansatz „Design Thinking“. Dabei untersuchen wir systematisch Bedürfnisse und Wünsche der Verwender und stellen diese bei der Entwicklung von Werkzeug und Service in den Mittelpunkt.

„Design Thinking“ hat drei wesentliche Bausteine:

- Erstens: Wir arbeiten in cross-funktionalen Teams – es arbeiten also Kolleginnen und Kollegen aus ganz unterschiedlichen Bereichen an einem Produkt oder Service, zum Beispiel aus Entwicklung, Marketing und Logistik.
- Zweitens: Innovation braucht Inspiration. Wir schaffen ein Arbeitsumfeld, das Kreativität und Zusammenarbeit fördert. Dazu gehören technische Ausstattungen für mobiles Arbeiten, Räume, die sowohl konzentrierte Ein-

zularbeit als auch Feedback und Kommunikation ermöglichen, aber auch flexible Arbeitszeiten. Wie wichtig das Arbeitsumfeld aus unserer Sicht ist, sehen sie auch hier am Standort: Rund 35 Millionen Euro haben wir in ein neues Gebäude investiert, das wir im November 2018 bezogen haben. Der Neubau umfasst 14 000 Quadratmeter Bürofläche auf sechs Etagen und bietet Platz für rund 600 Mitarbeiter, die zuvor in anderen Gebäuden gearbeitet haben.

- Drittens: Unsere Arbeitsweise ist von systematischen Iterationen geprägt. 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.

Wie weitreichend unser „Design Thinking“-Ansatz ist, sehen Sie an unserer Weltneuheit YouSeries – aus unserer Sicht eine Revolution in der DIY-Welt. Wir erschließen uns über „Design Thinking“ also auch neue Zielgruppen, denn mit der YouSeries sprechen wir nicht nur klassische Heimwerker an. Einfach, kompakt, anders: Bohrschrauber, Multischleifer und Trockensauger folgen konsequent dem Trend zur Miniaturisierung und stehen für formschöne Kraft in neuem Format. Mit Innovationen dieser Art schaffen wir Technik fürs Leben.

Eine Innovation für Profis ist X-Lock, das neue Schnellwechselsystem für Winkelschleifer. Bisher waren viele kleine Schritte nötig, bis eine Scheibe montiert war. Nun genügt ein Klick und alles sitzt. Viele Teile wie Spannmutter, Flansch und Schlüssel entfallen, das Wechseln ist in fünf Sekunden erledigt – manche von Ihnen konnten sich schon bei der Weltpremiere im Januar auf der Bau in München davon überzeugen. Durch den Wegfall der Spannmutter können Handwerker außerdem bequem in flachem Winkel schleifen, ohne Oberflächen zu beschädigen.

Aber am Ende entscheidet natürlich der Verwender, ob eine Innovation erfolgreich ist. Das beliebteste Elektrowerkzeug weltweit ist unser Ixo – eine Innovation, die den Verwender offenbar anspricht. Seit der Markteinführung 2003 haben

wir rund 18 Millionen Exemplare des Ixo verkauft. 2019 bringen wir bereits die sechste Auflage auf den Markt – und erfinden den Ixo wieder einmal neu.

Was hilft uns noch, innovativ zu sein? Zum einen nutzen wir Synergien innerhalb der Bosch-Gruppe. Das „Power for All“-System vereint Heimwerker- und Gartengeräte sowie Haushaltsgeräte unserer Kollegen der BSH. Wenn es darum geht, Innovationen schnell zum Verwender zu bringen, arbeiten wir auch mit externen Partnern zusammen – zum Beispiel bei X-Lock.

Bosch nutzt die Chancen der Digitalisierung

Die zunehmende Digitalisierung bietet uns große Chancen. Die Vernetzung von Produkten und Services ist das zweite strategische Wachstumsfeld, über das ich mit Ihnen sprechen möchte. Dass wir als Geschäftsbereich zu Bosch gehören, hat dabei viele Vorteile für den Verwender. Der Film [„Live like a Bosch“](#) zeigt das mit einem Augenzwinkern.

Im Film ist auch der Indego zu sehen, unser Roboter-Mäher. Der Indego ist nicht einfach nur ein vernetztes Produkt – er ist auch das erste Gerät, bei dem wir auf künstliche Intelligenz setzen. Mit Hilfe von klassifizierten Datensätzen entwickeln wir Algorithmen, die wir durch maschinelles Lernen automatisiert überprüfen. Damit meistert der Indego bestimmte Situationen besser, etwa die Erkennung von Hindernissen auf dem Rasen. Unsere Vision ist, dass jeder Indego in seinem eigenen Umfeld individuell lernt und entscheidet. Dann kann jeder Verwender sagen: Ich habe den besten Indego für meinen Garten!

Natürlich ist die Digitalisierung eine große Chance, über das Werkzeug hinaus auch Services mit Mehrwert anzubieten. Wir haben Ihnen heute die Bosch DIY & Garden App vorgestellt. Damit können Verwender jederzeit von jedem Ort Information abrufen oder sich Anregungen für das Renovieren, Dekorieren oder den Garten holen. Und natürlich können Sie Projekte einfach dokumentieren und mit Freunden teilen.

Power Tools will in aufstrebenden Märkten weiter wachsen

Derzeit machen industrialisierte Märkte noch den größeren Teil unseres Umsatzes aus – aber natürlich sehen wir in aufstrebenden Märkten durch das stärkere Bevölkerungswachstum besondere Chancen. Wichtig ist hier, dass die Produkte lokal verfügbar und erschwinglich sind. Wir haben eine eigene Produktpalette für diese Märkte entwickelt – robuste und erschwingliche Werkzeuge, die sich leicht warten lassen. Schon jetzt bieten wir 55 Geräte an, die speziell für die Bedürfnisse der Verwender in aufstrebenden Märkten entwickelt wurden. Wir erweitern diese Palette kontinuierlich.

Wir haben mit Ihnen in den vergangenen Jahren immer wieder über unsere Aktivitäten in Afrika gesprochen. Um die Verwender dort zu überzeugen, dass sich der Wechsel vom Handwerkzeug auf ein Elektrowerkzeug für sie lohnt, sind wir mittlerweile mit neun eigenen Vertriebsorganisationen vor Ort. 2018 sind Angola und Ägypten hinzugekommen. Wir bauen auch das Netz an Logistik- und Servicezentren weiter aus. Ich kann Ihnen sagen: Unser Engagement in Afrika macht uns Freude – nicht nur wegen der Potenziale des Marktes. Wir glauben daran, dass wir mit unseren Elektrowerkzeugen und mit unseren Services zur positiven Entwicklung auf diesem Kontinent beitragen können.

Wir setzen auf eine starke Marke

Nicht zuletzt bauen wir auf unsere starke Marke. Bosch ist der einzige Hersteller von Elektrowerkzeugen, der Produkte für alle Verwendergruppen unter einer Marke anbietet: für Handwerker, für Heimwerker, für Hobbygärtner.

Bosch bringt 2019 in Deutschland mehr als 100 Produktneuheiten

Im vergangenen Jahr haben wir mehr als 100 neue Produkte alleine in Deutschland auf den Markt gebracht – und das gilt auch für 2019. Das sind Innovationen, die beim Heimwerken Freude bereiten oder die Produktivität von Handwerkern steigern. Gleich haben Sie die Möglichkeit, unsere Innovationen für 2019 selbst zu testen.

Lassen Sie mich die wichtigsten Punkte kurz zusammenfassen:

- Bosch Power Tools steht für Innovation. Wir treiben die Entwicklung der gesamten Branche.
- Grundlage unserer Strategie sind vier Schwerpunkte: Innovation, Digitalisierung, aufstrebende Märkte und eine starke Marke.
- Über allem steht die konsequente Ausrichtung auf den Verwender und seine Bedürfnisse. Mit Biturbo für Profis und der YouSeries für Heimwerker revolutionieren wir das Elektrowerkzeug.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Pressebild: #959052

Journalistenkontakt:

Martin Steinlehner

Telefon: +49 711 758-3132

E-Mail: 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 2018 erwirtschafteten rund 20 000 Mitarbeiter einen Umsatz von 4,6 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 2019 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 410 000 Mitarbeitern (Stand: 31.12.2018). Sie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2018 nach vorläufigen Zahlen einen operativen Umsatz von 77,9 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 rund 69 500 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung an 125 Standorten.

Mehr Informationen unter www.bosch.com, www.iot.bosch.com, www.bosch-presse.de, www.twitter.com/BoschPresse.