



Hohe Nachfrage trifft auf starke Marke: **Bosch Power Tools erzielt Umsatzrekord**

16. März 2021

PI 11297 PT MR

- ▶ Umsatzsteigerung um neun Prozent auf 5,1 Milliarden Euro
- ▶ Bosch Power Tools wächst durch Innovationen und konsequente Multi-Channel-Strategie stärker als der Markt
- ▶ Auszeichnung mit Best Brands Award für erfolgreiche Markenführung
- ▶ Prognose für 2021 optimistisch, Nachhaltigkeit als übergeordneter Schwerpunkt

Stuttgart/Leinfelden-Echterdingen – Bosch Power Tools hat im Geschäftsjahr 2020 einen Umsatz von 5,1 Milliarden Euro in über 190 Ländern erzielt. Das entspricht wechsellkursbereinigt einem Wachstum von neun Prozent (nominal sechs Prozent) gegenüber dem Vorjahr. „Wir haben im Jahr 2020 in einem pandemiebedingt sehr dynamischen Umfeld einen Umsatzrekord erzielt. Dies verdanken wir in erster Linie dem Vertrauen unserer Verwender und Kunden sowie dem Engagement unserer Mitarbeiter“, sagt Henk Becker, Vorsitzender des Bereichsvorstands von Bosch Power Tools. Das Geschäft entwickelte sich wesentlich besser als zunächst erwartet. Nach dem drastischen Umsatzeinbruch im Frühjahr erlebte die Branche in der zweiten Jahreshälfte durch das veränderte Kaufverhalten im Zuge der Corona-Pandemie eine deutliche Nachfragesteigerung.

Zweistelliges Umsatzwachstum in rund 30 Vertriebsorganisationen

Das Unternehmen steigerte den Umsatz im Jahr 2020 in rund 30 Vertriebsorganisationen zweistellig. Insgesamt verbuchte der Bereich für Europa wechsellkursbereinigt ein Umsatzplus von 13 Prozent. Das Wachstum in Deutschland betrug 23 Prozent. In Nordamerika erreichte Bosch Power Tools zehn Prozent Umsatzsteigerung, in Lateinamerika 31 Prozent. Einzige rückläufige Region war Asien-Pazifik. Hier lag der Umsatz rund acht Prozent unter dem Vorjahresniveau. Dies ist auf die Einschränkungen durch die sehr viel längeren und massiveren Lock-downs als in den anderen Regionen zurückzuführen. Davon betroffen waren vor allem Indien und die ASEAN-Region. Die für Bosch Power Tools adressierbaren Märkte wuchsen 2020 global um fünf Prozent, sodass das Unternehmen durch das ausgewiesene Umsatzwachstum in Summe Marktanteile hinzugewinnen konnte.

Innovationen, Multi-Channel-Strategie und starke Marke als Wachstumstreiber

Die Gründe für das insgesamt sehr erfolgreiche Jahr 2020 sind vielfältig, lassen sich übergeordnet jedoch auf drei Faktoren zurückführen: auf Verwender ausgerichtete Produktinnovationen, eine zielgruppenadäquate Multi-Channel-Strategie sowie eine konsequente Markenführung und die daraus resultierende Positionierung der Marke Bosch.

Bosch Power Tools hat seine Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette durch ein agiles Setup bereits lange vor der Corona-Pandemie konsequent an den Bedürfnissen der Verwender ausgerichtet. „Wir haben uns sehr frühzeitig und sehr konsequent mit dem Thema Agilität auseinandergesetzt. Die dahinterstehenden Prinzipien, wie etwa kurzzyklisches, iteratives Arbeiten in Sprints, werden bei uns alltäglich gelebt und verbessert“, resümiert Becker. Ausgangspunkt der Innovationen sei stets die frühzeitige und dauerhafte Einbindung der Verwender. Auf diese Weise ist es auch in dem sehr dynamischen Umfeld gelungen, erneut mehr als 100 Produktneuheiten erfolgreich am Markt zu platzieren. Ein besonderes Highlight des vergangenen Jahres war dabei der Ausbau des Akku-Portfolios. Das Angebot für Handwerker wurde zum Beispiel um mehr als 30 neue Geräte angereichert. Besonders hervorzuheben sind dabei die Biturbo-Geräte, welche Leistungsdimensionen erreichen, die bisher Netzgeräten vorbehalten waren. Eines dieser neuartigen Geräte ist die Bosch Akku-Kapp- und Gehrungssäge [GCM 18V-305 GDC Professional](#). Auch in den Segmenten für Heimwerker wurde die Erfolgsgeschichte innovativer Produkte für Haus und Garten fortgeschrieben. So steht zum Beispiel mit dem [Atino](#) ein Linienlaser mit integriertem Maßband zur Verfügung, mit dem sich Objekte an der Wand ohne Hilfe einer zweiten Person bequem ausrichten und anbringen lassen. Ebenso komfortabel ist auch die 430 Gramm leichte und besonders kompakte Akku-Druckluftpumpe [EasyPump](#). Sie ermöglicht das Aufpumpen unterschiedlicher Reifen oder Bälle – ortsunabhängig und mit Autostop-Funktion für den gewünschten Reifendruck.

Das Unternehmen investiert bereits seit Jahren kontinuierlich in die Digitalisierung von Vertriebs- und Marketingprozessen sowie die Flexibilisierung seiner Wertschöpfungskette und war somit bestens gerüstet für den Anstieg von Online-Käufen. Vor diesem Hintergrund gelang es, trotz der Einschränkungen der vergangenen Monate sehr kurzfristig Direktbelieferungen von Online-Bestellungen zu Endkunden zu ermöglichen. Dadurch konnte der Bereich den Trend zur Digitalisierung nutzen und den damit einhergehenden Wandel aktiv mitgestalten. Dies betrifft sowohl die Absatzkanäle als auch das eigentliche Leistungsangebot des Unternehmens. So erwiesen sich im vergangenen Jahr die Online-Käufe als besonderer Wachstumstreiber. Ihr Anteil ist substanziell gewachsen und machte beinahe ein Viertel des Umsatzes aus. „Das Informations- und Kaufverhalten un-

serer Verwender hat sich rasant geändert – dementsprechend haben wir sowohl unser digitales Informations- und Interaktionsangebot als auch die Zusammenarbeit mit Multi-Channel- sowie Online-Händlern erweitert“, konstatiert Henk Becker.

Bosch Power Tools setzt sowohl in den Segmenten für Heimwerker als auch für Handwerker die relevanten Markenversprechen im Marketing-Mix konsequent um. Im Ergebnis stehen zwei Markenwelten: Die grüne Welt ist ausgerichtet auf die Bedarfe von Heimwerkern, die in ihren vier Wänden möglichst einfach Projekte rund um Haus und Garten umsetzen und dabei ihre eigenen Ideen verwirklichen wollen. Die blaue Welt dagegen ist ausgerichtet auf die Bedarfe von Handwerkern, denen es im Wesentlichen um effizientes und effektives Arbeiten auf der Baustelle geht. Die im Februar dieses Jahres erfolgte Auszeichnung mit dem begehrten [Best Brands Award 2021](#) in der Kategorie „Best Brand Overall“ unterstreicht, dass diese Ausrichtung den Bedürfnissen der Verwender entspricht. Das Besondere an dem Award ist, dass die Auszeichnung auf Basis einer repräsentativen Konsumentenbefragung der GfK vergeben wird. Maßgeblich sind dabei zwei Kriterien: der tatsächliche wirtschaftliche Erfolg einer Marke („Share of Market“) sowie die Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher („Share of Soul“). 72 Prozent der Teilnehmer gaben an, dass sie Bosch als Marke für Elektrowerkzeuge vertrauen – der höchste Wert über alle Marken hinweg. Die Zufriedenheit mit der Marke generierte zudem auch die höchste Cross-Buying-Bereitschaft im Award. „Wir sehen die Prämierung als Ansporn, unseren eingeschlagenen Weg der konsequenten Ausrichtung an den Bedürfnissen der Verwender weiterzugehen und ihnen damit auch in Zukunft einen spürbaren Mehrwert zu bieten“, so Henk Becker.

Prognose für 2021 optimistisch: Wachstum auf Basis nachhaltiger Ausrichtung

Bosch Power Tools erwartet vor dem Hintergrund einer gesamtwirtschaftlichen Erholung für das laufende Geschäftsjahr ebenfalls eine positive Entwicklung. Es bleibt das Ziel, in den wichtigsten Branchen und Regionen stärker als der Markt zu wachsen. Zusätzlich zu den bereits bestehenden Fokusthemen wie dem Ausbau der Akku-Plattformen sowie der digitalen Angebote wird sich das Unternehmen im Jahr 2021 intensiv dem Thema Nachhaltigkeit widmen. „Wir arbeiten systematisch daran, die Nachhaltigkeit unserer Wertschöpfungskette zu verbessern. Ein eigens dafür aufgestelltes Team prüft kontinuierlich geeignete Maßnahmen und stellt deren Umsetzung weltweit sicher – zum Beispiel in Bezug auf Recycling von Verpackungen und Elektrowerkzeugen.“ So hat das Unternehmen durch Einführung von Koffern aus recyceltem Kunststoff im DIY-Bereich seit 2019 bereits 3 000 Tonnen CO₂ eingespart. „Im Fokus steht die langfristige Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks unserer Produkte und die Förderung einer Kreislaufwirtschaft“, sagt Becker. Das erste Produkt aus recyceltem Kunststoff aus dem Messtechnik-Segment soll bereits im Herbst eingeführt werden. Bosch Power

Tools trägt damit zur Nachhaltigkeit der Geschäftsaktivitäten der Bosch-Gruppe bei – diese hat als eines der ersten Technologieunternehmen weltweit bereits 2020 eine CO₂-Neutralstellung seiner Standorte erreicht.

Pressebilder: #f490c4e8, #8027d3bd

Journalistenkontakt:

Dr. Manuel Roj

Telefon: +49 711 811-54677

E-Mail: Manuel.Roj@de.bosch.com

Die Robert Bosch Power Tools GmbH, Geschäftsbereich der Bosch-Gruppe, ist ein weltweit führender Anbieter von Elektrowerkzeugen, Gartengeräten, Elektrowerkzeug-Zubehör und Messtechnik. Im Jahr 2020 erwirtschafteten rund 20 000 Mitarbeiter einen Umsatz von 5,1 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 2021 wird Bosch Power Tools in den vier Geschäftsfeldern Elektrowerkzeuge, Gartengeräte, Zubehör und Messtechnik wieder mehr als 100 Neuheiten auf den Markt bringen.

Die Bosch-Gruppe ist ein international führendes Technologie- und Dienstleistungsunternehmen mit weltweit rund 394 500 Mitarbeitern (Stand: 31.12.2020). Sie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2020 nach vorläufigen Zahlen einen Umsatz von 71,6 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, Industrie 4.0 und Connected Mobility. Bosch verfolgt die Vision einer nachhaltigen, sicheren und begeisternden Mobilität. 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 und Produkte für das vernetzte Leben, die entweder über künstliche Intelligenz (KI) verfügen oder mit ihrer Hilfe entwickelt oder hergestellt werden. Mit innovativen und begeisternden Produkten sowie Dienstleistungen verbessert Bosch weltweit die Lebensqualität der Menschen. Bosch bietet „Technik fürs Leben“. Die Bosch-Gruppe umfasst die Robert Bosch GmbH sowie 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 73 000 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung an 126 Standorten. Im Unternehmen sind etwa 30 000 Software-Entwickler tätig.

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