

22. März 2023
RF 11626 MR

Bosch Power Tools:

Mit starken Partnern in eine nachhaltigere Zukunft

Vortrag von Henk Becker,

Vorsitzender des Bereichsvorstands von Bosch Power Tools

anlässlich der Pressekonferenz

in Leinfelden am 22. März 2023

Es gilt das gesprochene Wort.

Robert Bosch GmbH
Postfach 10 60 50
70049 Stuttgart

Corporate Department
Communications &
Governmental Affairs
E-Mail
Manuel.Roj@bosch.com
Telefon: +49 711 758-3396

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

Sehr geehrte Damen und Herren,
herzlich willkommen beim Bosch Power Tools Media Event 2023! Schön,
dass Sie heute da sind! Es sind herausfordernde Zeiten – für jeden von uns.
Der Krieg in der Ukraine und die Auswirkungen der Corona-Pandemie vor allem in China haben Kettenreaktionen ausgelöst, die auch unser Geschäft im vergangenen Jahr erheblich beeinflusst haben: Die Preise für Rohmaterialien und Energie sind weiter gestiegen, die Wechselkurse waren sehr volatil, und in vielen Ländern hat die Inflationsrate den höchsten Wert seit Jahrzehnten erreicht. Angesichts steigender Kosten und Rezessionsängsten hat sich das Kaufverhalten der Verbraucher verändert: Der DIY-Boom ist zu einem Ende gekommen und die Nachfrage dadurch signifikant gesunken. Darüber hinaus leidet auch die Baubranche, verursacht durch Kostensteigerungen für Baumaterialien und Transport, höheren Zinsen und eine geringere Investitionsbereitschaft.

Dieses konjunkturelle Umfeld war und ist auch für uns sehr anspruchsvoll.
Was uns geholfen hat und worauf wir auch in Zukunft bauen können, ist unsere sehr starke Marke und das Vertrauen, das uns Verwender entgegenbringen. Das wurde uns im Rahmen des Best Brands Awards gerade aufs Neue bestätigt. Das Besondere daran ist, dass dieser Award nicht von einer Jury verliehen, sondern auf Basis einer repräsentativen Konsumentenbefragung der Gesellschaft für Konsumforschung vergeben wird. 12.000 Verbraucher haben daran teilgenommen.

In den vergangenen 20 Jahren waren wir überdurchschnittlich oft in den Top zehn oder sogar Top drei vertreten – ein großartiges Ergebnis! Dafür wurden wir jetzt in der Jubiläumskategorie „Best of the Best Brands“ ausgezeichnet. Beleuchtet wurde dabei, wie gut einzelne Marken über die vergangenen 20 Jahre hinweg performt haben. Maßgeblich sind dabei zwei Kriterien: „Share of Market“, also der tatsächliche wirtschaftliche Erfolg einer Marke, sowie „Share of Soul“, die Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher. Wir sind sehr stolz darauf, dass der Erfolg der Marke Bosch, ihre Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit, entscheidend von der guten Marktposition von Bosch

Power Tools geprägt wird. 2021 – daran können Sie sich vielleicht noch erinnern – durften wir uns bereits über die Auszeichnung „Best Brand Overall“ freuen. 72 Prozent der Teilnehmer gaben an, dass sie Bosch als Marke für Elektrowerkzeuge vertrauen – der höchste Wert über alle Marken hinweg. Diese Auszeichnungen motivieren uns, uns weiter konsequent an den Bedürfnissen unserer Verwender zu orientieren und ihnen Mehrwert zu bieten: Wir erleichtern Profis ihre harte Arbeit und unterstützen die Selbstverwirklichung und das Gefühl von „Home made by you“ unserer Heimwerker.

Darüber hinaus sichern wir uns in diesem weiterhin herausfordernden Umfeld mit strategischen Investitionen weltweit Wachstumschancen und stärken unsere internationale Präsenz. Im vergangenen Jahr haben wir mehr als 300 Millionen Euro für zukünftiges Wachstum in unsere Wertschöpfungskette und unser Produkt-Portfolio investiert. Darunter zum Beispiel in die Ausweitung unseres umsatzstarken Zubehörgeschäfts, in Infrastrukturprojekte zur Kapazitätserweiterung sowie in den konsequenten Ausbau unserer beiden markenübergreifenden Akku-Plattformen mit 18 Volt: die „Power for All Alliance“ für Anwendungen rund um das Zuhause sowie die AmpShare-Allianz für den gewerblichen Bereich. Auf beide Allianzen werde ich später noch im Detail eingehen.

Unsere Investitionen waren entscheidend dafür, dass wir im vergangenen Jahr trotz massiver Kostensteigerungen – zum Beispiel im Material- und Logistikbereich – und einer sehr angespannten Ertragslage gewachsen sind: Es ist uns sogar gelungen, das Umsatzniveau der beiden Rekordjahre 2020 und 2021 nochmals um drei Prozent auf 5,9 Milliarden Euro zu steigern. Mit dieser Leistung können wir angesichts der besonderen Umstände zufrieden sein – gleichzeitig richten wir unseren Blick konsequent in die Zukunft: Bis zum Ende dieser Dekade wollen wir unseren Umsatz bei Bosch Power Tools mehr als verdoppeln.

Für dieses Jahr planen wir erneut Investitionen im dreistelligen Millionenbereich. Ein Fokus liegt unter anderem auf Nordamerika, auf das mehr als

40 Prozent des weltweiten Elektrowerkzeug-Marktes entfallen. Durch ein stärker auf die Bedarfe der nordamerikanischen Verwender zugeschnittenes Produkt-Portfolio sowie den Ausbau unserer Marketing-Aktivitäten und Vertriebsstrukturen wollen wir bestehende Zielgruppen noch besser ansprechen und in neue Segmente expandieren.

Wenn wir den Blick nach vorne richten, gilt es – gerade angesichts der zuvor skizzierten Änderungsdynamik im Hier und Jetzt – die langfristigen Entwicklungen nicht aus den Augen zu verlieren: Die Demografie, die Globalisierung und der Klimawandel markieren Megatrends, die vielschichtige wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Auswirkungen nach sich ziehen. Viele Unternehmen fokussieren sich angesichts dieser Gemengelage auf ihr Kerngeschäft. Dabei bleiben übergeordnete Ziele wie der Klimaschutz mitunter auf der Strecke. Lassen Sie mich Ihnen im folgenden [Film](#) des World Economic Forums zeigen, warum das nicht passieren darf.

Wir haben es eben gesehen: Wir befinden uns bereits mitten in einer massiven Klima- und Biodiversitätskrise. Es gibt viele Herausforderungen, denen wir uns stellen müssen. Als Teil der Bosch-Gruppe ist es unser Ziel, Ökonomie und Ökologie zu vereinen. Das Thema Nachhaltigkeit ist fest in unseren Werten verankert und seit Jahrzehnten wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Dementsprechend wurden bereits wichtige Meilensteine erreicht: Seit 2020 ist Bosch als erstes globales Industrieunternehmen komplett klimaneutral (Scope 1 und 2). Das bedeutet, dass alle 400 Verwaltungs-, Forschungs- und Fertigungsstandorte rund um den Globus keinen Fußabdruck hinsichtlich CO₂ und äquivalenter Treibhausgase, kurz CO₂e, mehr hinterlassen. Das gilt selbstverständlich auch für die Standorte von Bosch Power Tools.

Für die erfolgreiche Umsetzung unserer Klimaneutralität haben wir vier Hebel definiert: Energieeffizienz steigern, regenerative Energieerzeugung ausbauen, den Bezug von Grünstrom erweitern und – als letzte Option – unvermeidbare CO₂e-Emissionen mit Kompensationsmaßnahmen ausgleichen, so

genannten Carbon Credits. Bis 2030 wollen wir nun den Mix unserer vier Hebel kontinuierlich weiter optimieren.

Darüber hinaus verfolgen wir das Ziel, auch die über unseren unmittelbaren Einflussbereich hinausgehenden vor- und nachgelagerten Emissionen (Scope 3) systematisch zu verringern – bis 2030 sollen diese bezogen auf den Basiswert 2018 um mindestens 15 Prozent sinken. Diese Bosch-Klimaziele wurden wissenschaftlich abgeleitet und durch die Science Based Targets Initiative (SBTi) geprüft und anerkannt. Bei Bosch Power Tools betrachten wir bezüglich Scope 3 die komplette Wertschöpfungskette. Der Schwerpunkt liegt vor allem auf dem Produktdesign, den eingesetzten Materialien, den Verpackungen sowie Modellen der Kreislaufwirtschaft.

Wirtschaftliches Handeln und Verantwortungsbewusstsein gehen für uns Hand in Hand. Darum forcieren wir unser Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit und verleihen unserer Transformation jetzt einen zusätzlichen Schub. Ich freue mich ganz besonders, Ihnen heute eine bedeutende und langfristige Kooperation verkünden zu dürfen: Bosch Power Tools und der WWF Deutschland gehen gemeinsame Wege!

Der WWF ist eine der größten und erfahrensten Naturschutzorganisationen weltweit. Er engagiert sich seit mehr als 60 Jahren weltweit für die Bewahrung der biologischen Vielfalt und ist als private, unabhängige Naturschutzorganisation in fast 100 Ländern aktiv. Was uns eint ist der Gedanke, eine bessere Zukunft zu gestalten. Wir sind davon überzeugt, dass der WWF Deutschland genau der richtige Partner ist, um Bosch Power Tools auf unserer transformativen Reise hin zu einem noch nachhaltigeren Unternehmen zu begleiten. An dieser Stelle übergebe ich kurz an Heike Vesper, Mitglied der Geschäftsleitung des WWF Deutschland und verantwortlich für den Bereich „Transformation & Politik“.

Sie haben es eben gehört – gemeinsam mit dem WWF Deutschland wollen wir unsere bestehende Nachhaltigkeitsstrategie weiterentwickeln und

wirksam dazu beitragen, die Klima- und Biodiversitätskrise abzumildern. Unsere Partnerschaft ist langfristig auf mindestens fünf Jahre ausgelegt und wird die folgenden Bausteine umfassen:

Erstens werden wir vier Naturschutzprojekte des WWF in Asien – der Werkbank der Welt – fördern, um einen unmittelbar wirksamen Beitrag zur Bekämpfung der Klima- und Biodiversitätskrise zu leisten. Ein Fokus liegt dabei auf der Vermeidung von Plastikmüll, der weltweit eines der größten Probleme darstellt. Darauf werde ich gleich im Detail noch eingehen.

Zweitens gehen wir in den fachlich kritischen Austausch mit den Experten des WWF in nachhaltigkeitsrelevanten Bereichen unserer Wertschöpfung – dazu zählen zum Beispiel die Klima- und Verpackungsstrategie sowie perspektivisch auch Fragestellungen zur zirkulären Ausrichtung unseres Unternehmens. Dafür durchlaufen wir nach einer ersten Bestandsanalyse das sogenannte „One Planet Rating“ des WWF. Das „One Planet Rating“ bewertet unsere Nachhaltigkeitsleistung entlang der vier Kerndimensionen Klima, Süßwasser, Biodiversität und Menschenrechte. Ausgehend von den identifizierten Handlungsbedarfen entwickeln wir dann gemeinsam adäquate Zielsetzungen und wirksame Maßnahmen, um einen entsprechenden Transformationspfad einschlagen zu können.

Drittens werden wir unsere Mitarbeiter noch stärker hinsichtlich des Themas Nachhaltigkeit sensibilisieren und weiterbilden. Das beinhaltet zum Beispiel Lern-Module des WWF zum Klimawandel und seinen Folgen sowie individuelle Maßnahmen, wie jeder Mitarbeiter im Alltag in den Bereichen Energie, Mobilität und Ernährung nachhaltiger denken und handeln kann.

Ich hatte es bereits erwähnt: Ein Fokus der Kooperation liegt auf der Vermeidung von Plastikmüll. Warum ist das Thema Plastik so wichtig? Es stellt uns weltweit vor zwei wesentliche Herausforderungen:

Erstens gilt es, die CO₂e-Emissionen, die bei der Herstellung von Kunststoffen entstehen, und die den Klimawandel maßgeblich vorantreiben, drastisch zu senken beziehungsweise diese komplett zu vermeiden.

Zweitens ist die Entsorgung beziehungsweise die fachgerechte Rückführung von Kunststoffen in die Kreislaufwirtschaft eine enorme Herausforderung.

Oder mit anderen Worten: Plastikmüll ist ein ungelöstes globales Problem. Laut der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) wurden 2019 über 90 Prozent des Plastikmülls weltweit *nicht* recycelt. Das meiste Plastik wird für Einwegprodukte und Verpackungen produziert. Die OECD erwartet, dass der weltweite Plastikverbrauch von 460 Millionen Tonnen im Jahr 2019 auf 1,2 Milliarden Tonnen im Jahr 2060 steigen wird – wenn sich nichts ändert. Bei einem hypothetischen Durchschnittsverbrauch wären das bei 85 Millionen Einwohnern in Deutschland eine Steigerung von 5,5 Kilogramm auf über 14 Kilogramm pro Kopf! Genau hier setzt das globale Plastikabkommen an, für das sich unter anderem der WWF stark macht. Die UN-Mitgliedsstaaten haben es auf der Umweltversammlung der Vereinten Nationen im März 2022 einstimmig beschlossen: Bis 2024 soll ein weltweit verbindlicher Vertrag ausgearbeitet werden, der die Plastikverschmutzung beenden soll. In dem Vertrag sollen Standards und Maßnahmen festgelegt werden, die den gesamten Lebenszyklus von Kunststoffen abdecken – vom Rohstoff über das Produktdesign bis hin zum Recycling. Sicherergestellt werden soll, dass in Zukunft gar nicht erst so viel Plastik produziert wird.

Kunststoffe finden sich heute in nahezu allen Lebensbereichen wieder. Auch bei Bosch Power Tools spielen sie eine wesentliche Rolle. Sie sind ein elementarer Bestandteil nahezu jeden Produkts und belasten unsere CO₂e-Bilanz maßgeblich. Das wollen wir ändern!

Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und arbeiten fortlaufend an der Verringerung unseres ökologischen Fußabdrucks. Wesentliche Schritte auf

diesem Weg wie das Einsparen von Neukunststoff, die Erhöhung des Rezyklat-Anteils in unseren Produkten sowie das Weglassen unnötiger Komponenten wie Einwegplastiktüten haben wir mittlerweile in allen unseren Produktbereichen in unterschiedlichen Projekten erfolgreich umgesetzt.

Im Bereich Home & Garden haben wir bereits 2019 Koffer aus recycelten Kunststoffen eingeführt. Produkte aus recycelten Kunststoffen verbrauchen bei der Herstellung weniger Rohöl und stellen daher eine geringere CO₂e-Be-
lastung für unsere Umwelt dar. Dadurch sparen wir jährlich etwas mehr als 1.000 Tonnen Neukunststoff ein.

Im Gartenbereich haben wir 2020 angefangen, Kunststoffblister- auf Kartonverpackungen umzustellen und vermeiden dadurch rund 50 Tonnen Plastikmüll pro Jahr. Darüber hinaus spielen Größenoptimierungen eine wichtige Rolle. Ziel ist es, Ressourcen zu schonen und Material grundsätzlich einzusparen. Dadurch können zum Beispiel auch mehr Geräte pro Palette transportiert werden, was sich positiv auf den Transport und somit den gesamten CO₂e-Fußabdruck auswirkt. Sie sehen: Wir schauen uns immer die komplette Wertschöpfungskette an. Denn viele vermeintlich kleine Änderungen können in Summe Großes bewirken!

Was als Pilotprojekt bei Home & Garden begann, findet sich mittlerweile in all unseren Bereichen wieder – von der Messtechnik über unsere Profigeräte bis hin zu unserer Marke Dremel und unseren Zubehören. Wichtig zu verstehen ist, dass es sich dabei nicht um eine Blaupause handelt: Jedes Projekt hat seine ganz eigenen Parameter und Herausforderungen.

Gerade weil es so viele unterschiedliche Aspekte zu berücksichtigen gilt, sind wir sehr stolz auf das, was wir bereits erreicht haben und aktuell schon umgesetzt wird:

- Innerhalb von vier Jahren haben wir schon 7.230 Tonnen Neukunststoff eingespart – das entspricht ungefähr dem Gewicht der Stahlkonstruktion des Eiffelturms!

- Ab diesem Jahr sparen wir bis zu 4.050 Tonnen Neukunststoff jährlich ein – das entspricht in etwa dem Leergewicht von etwas mehr als 1.000 40-Fuß-Seefracht-Containern.
- Außerdem kommen in unseren Verpackungen seit 2020 weniger Plastikbeutel zum Einsatz. Wenn wir alle Tüten aufeinanderlegen würden, in denen bisher zum Beispiel Batterien eingepackt waren, wäre der Stapel mehr als doppelt so hoch wie der Eiffelturm.
- Darüber hinaus reduzieren wir auch das Füllmaterial für den Transport: Allein dadurch sparen wir innerhalb dieses Jahres 110 Tonnen Kunststoffe ein.

Unser Vorreiter und ein Meilenstein nachhaltiger Produktentwicklung ist der Kreuzlinienlaser [Quigo Green](#). Er war unser erstes Messtechnik-Gerät, dessen Gehäuse und Zubehör zu 90 Prozent aus recyceltem Kunststoff bestanden. Schwerpunkt bereits in der Produktentwicklung war es, den CO₂e-Fußabdruck vom Produkt über das Zubehör bis hin zur Verpackung zu reduzieren.

Dafür mussten wir zunächst die größten CO₂e-Hotspots des bisherigen Geräts identifizieren. Wir nutzen dafür so genannte Produkt-Lebenszyklus-Analysen. Mit diesen Analysen werten wir die Umweltauswirkung unserer Produkte über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg aus – von der Gewinnung benötigter Rohmaterialien über die Fertigung und eigentliche Nutzung bis hin zum Recycling des Produkts. Wie machen wir das genau? Wir zerlegen unsere Elektrowerkzeuge in ihre einzelnen Komponenten und nehmen diese bezüglich ihrer CO₂e-Bilanz im Detail unter die Lupe. Danach wissen wir, an welchen Stellschrauben wir drehen müssen, um ein Produkt nachhaltiger zu machen und zukünftige Produktgenerationen zu verbessern. Diesen Prozess hat auch unser Quigo Green durchlaufen.

Wir haben im Quigo-Projekt unglaublich viel gelernt und es erstmals geschafft, *alle* Maßnahmen gebündelt umzusetzen, die ich Ihnen im Verlauf dieses Vortrags bereits vorgestellt hatte:

- Wir sparen 90 Prozent Neukunststoff ein für Gehäuse und Zubehör durch die Verwendung von Rezyklat.
- Wir verwenden eine größten- und entsprechend auch transport-optimierte Verpackung aus zu 70 Prozent recyceltem Papier.
- Wir verzichten komplett auf Kunststofffolien in der Verpackung.
- Darüber hinaus haben wir auch die Elektronik des Quigo Green optimiert, sodass er 50 Prozent weniger Energie benötigt als sein Vorgänger.

Jetzt gehen wir nochmals einen Schritt weiter und übertragen dieses nachhaltige Produktkonzept auf unser komplettes Messtechnik-Portfolio für Heimwerker! Insgesamt 23 Geräte und acht Zubehör umfasst unser Angebot in diesem Segment dann – mit gewohnt einfacher Bedienung und nachhaltiger denn je! Aber sehen Sie selbst! Film ab!

Wichtige Erkenntnisse, die wir bei der Umsetzung des Quigo Green in puncto Nachhaltigkeit gewonnen haben, zählen nun auf das komplette Sortiment ein:

- Wir verwenden für alle Produktgehäuse so viel recyceltes Material wie möglich, sowohl für die Hartplastik- als auch für die Metall-Teile.
- Wann immer möglich, ist auch der Softgrip aus recyceltem Kunststoff.
- Alle Verpackungen sind mindestens zu 70 Prozent aus recyceltem Material. Unser Ziel sind mindestens 90 Prozent.
- Papier und Karton für Bedienungsanleitungen und Broschüren sind bereits zu 100 Prozent aus Recycling-Material, ebenso das PET für unsere Schutztaschen. Es macht rund 70 Prozent des Gesamt-Materials aus.
- Einwegplastiktüten haben wir komplett aus allen Lieferumfängen verbannt.
- Und wir haben alle Verpackungen für den Transport optimiert: Nur so groß wie gerade nötig, um Paletten optimal auszulasten. Dadurch sparen wir Lager- und Transportkosten und damit CO₂e ein.

Darüber hinaus haben wir unsere Produkte selbstverständlich auch hinsichtlich ihrer Funktionen und einfachen Bedienbarkeit weiterentwickelt.

Lassen Sie mich Ihnen eins versichern: Wir arbeiten mit Hochdruck daran, sukzessive unser gesamtes Portfolio noch nachhaltiger zu gestalten. Die Erkenntnisse, die wir bisher gewonnen haben, zum Beispiel zu Potenzialen und Grenzen von Rezyklaten, fließen dabei kontinuierlich in unsere Prozesse und in die Produktion ein. Unser Ziel ist es, ein Vorbild für die Branche zu sein und jeden Einzelnen zu motivieren, einen Beitrag für eine lebenswertere Umwelt zu leisten.

Vielleicht erinnern Sie sich noch, was ich zu Beginn gesagt hatte: Worauf wir bauen, sind starke Partner, die ihre Expertise langfristig einbringen, um tragfähige Konzepte und Lösungen zu entwickeln und zu etablieren. Das gilt insbesondere auch für die ressourcenschonende, markenübergreifende Nutzung von Akkus in Geräten unterschiedlicher Hersteller. Das ist ein Thema, dem wir uns bereits seit drei Jahren mit großer Leidenschaft und Überzeugung widmen.

Gemeinsam mit unseren Partnern bieten wir Verwendern zwei unterschiedliche Akku-Systeme in dem am meisten genutzten 18 Volt-Segment an: Erstens die „Power for All Alliance“ für Anwendungen rund um das Zuhause. Zweitens die AmpShare-Allianz mit Profigeräten für den gewerblichen Einsatz. Unsere beiden Zielgruppen sparen im Do-it-yourself und im professionellen Segment mit dem jeweiligen System durch die markenübergreifende Akku-Nutzung Geld, Platz und Zeit – und tragen darüber hinaus auch zu mehr Nachhaltigkeit bei, denn in Summe benötigen sie weniger Akkus und Ladegeräte.

Werfen wir zunächst einen Blick auf den DIY-Bereich: Verwender, die sich für die „Power for All Alliance“ entscheiden, können mit ein und demselben 18 Volt-Akku sowohl Elektrowerkzeuge, Gartengeräte und Haushaltsgeräte von Bosch als auch Produkte der Marken Gardena, Gloria, Wagner, Rapid, Steinel, Flymo, Kübler Workwear und PerfectPro betreiben. Letztes Jahr ist es uns außerdem gelungen, die starke Marke Husqvarna für unsere „Power for All Alliance“ zu gewinnen. Mehr als 100 Geräte bieten wir im Rahmen

unserer Allianz bereits an. Unser gemeinsames Ziel ist es, dem Verwender das größte herstellerübergreifende Akku-System und damit das breiteste Anwendungsspektrum für sein Zuhause zu bieten: Heimwerkergeräte, Garten- und Reinigungsgeräte, Haushaltsgeräte, Produkte für die Oberflächenbeschichtung, für Freizeit und Camping – und vieles mehr. Die Anzahl der Geräte im System und die Anzahl der Partner wächst kontinuierlich. So viel kann ich heute schon verraten: Wir sind bereits in Gesprächen mit weiteren namhaften potenziellen Partnern. Lassen Sie sich überraschen – schon in Kürze wird es dazu ein Update geben.

Wir haben außerdem beschlossen, diese enge herstellerübergreifende Kooperation durch eine Kapitalbeteiligung noch weiter zu stärken: Bosch hat vor wenigen Wochen die Vereinbarung bekanntgegeben, insgesamt rund zwölf Prozent des Aktienkapitals der Husqvarna AB zu erwerben. Zu dem schwedischen Traditionsunternehmen gehören neben der Marke Husqvarna weitere erfolgreiche Marken wie Gardena – Gründungsmitglied der „Power for All Alliance“ – oder Flymo. Insbesondere im Bereich der Akku-Kooperationen werden wir dadurch zusätzliche Impulse setzen können. Gemeinsam wollen wir so unsere Erfolgsgeschichte fortschreiben, die „Power for All Alliance“ stärken und weiter wachsen!

Für den gewerblichen Bereich bieten wir mit unseren Partnern der AmpShare-Allianz bereits über 200 Profigeräte. Mehr als 25 Marken beteiligen sich aktuell. Alle sind – wie unsere Gründungsmitglieder Fein und Rothenberger – Experten auf ihrem Gebiet: zum Beispiel Fischer, technologischer Weltmarktführer in wichtigen Feldern der Befestigungstechnik, oder Klauke, Spezialist für Werkzeuge zum Pressen, Schneiden und Lochen. Und auch hier sind wir noch lange nicht am Ziel: Bis Ende dieses Jahres wollen wir dem Handwerk und der Industrie als AmpShare-Allianz bereits über 300 kompatible Geräte anbieten. Wir setzen dabei auf ein möglichst breites und vollständiges Sortiment in allen Bereichen und Gewerken. Ein besonderes Augenmerk legen wir dabei auf die Entwicklungen im Hochbau, Sanitär-, Heizungs- und Klimabau, bei der Elektroinstallation, im Metallbau, im Innenausbau

sowie im Dach- und Holzbau. Ziel ist es, unseren Verwendern die Arbeit so leicht wie möglich zu machen, damit sie die steigenden Anforderungen der Baubranche bestmöglich erfüllen und umsetzen können. Im Zuge des Eingangs thematisierten Klimawandels geht es hier vor allem um nachhaltiges Bauen sowie die Bestandssanierung.

Dafür bauen wir unser Angebot sukzessive aus. Ich freue mich deshalb ganz besonders, Ihnen heute drei weitere Marken in der AmpShare-Allianz vorstellen zu dürfen: Aircraft, Cleancraft und Steinel werden das Portfolio künftig bereichern und ihre Expertise für Druckluft- und Reinigungstechnik sowie für Thermowerkzeuge einbringen. Das Angebot der Stürmer Maschinen GmbH umfasst unter der Marke Aircraft unter anderem Kolben- und Schraubenkompressoren, unter der Marke Cleancraft zum Beispiel Sauger für verschiedene Anforderungen, Bodenreinigungsmaschinen, Hochdruckreiniger und Wasserpumpen. Im Rahmen der AmpShare-Allianz wird unser Partner die Umsetzung akku-betriebener Produkte vorantreiben. Auch Steinel setzt auf Akku und das 18 Volt-Segment. Das Unternehmen ist unter anderem Spezialist für Heißluftgebläse und Heißklebepistolen und wird schon bald erste Geräte im Rahmen der AmpShare-Allianz präsentieren.

Mit jedem weiteren Hersteller und jeder weiteren Marke machen wir es dem Verwender leichter, genau die Geräte in seinen Werkzeugkoffer zu packen, die er braucht. Jeder Partner bringt sein Knowhow und seine spezielle Kompetenz in diese Allianz ein und bereichert so das gesamte Portfolio. Knapp 30 Marken vereinen wir dann schon in der AmpShare-Allianz. Weitere Hersteller folgen noch dieses Jahr – wir halten Sie selbstverständlich auf dem Laufenden! Gemeinsam mit unseren Partnern schaffen wir ein Akku-System, auf das gewerbliche Verwender bauen können. Viele Marken, viele Maschinen, ein Akku-System – so machen wir harte Arbeit leichter!

Und selbstverständlich bauen wir auch unser eigenes Akku-Sortiment kontinuierlich aus. Sie haben gleich die Möglichkeit, wichtige 18 Volt-Neuheiten von uns selbst zu testen. Im Heimwerkerbereich stellen wir Ihnen zum

Beispiel neue Sägen und die erste Volumenpumpe im Sortiment vor. Auch im Profi-Segment warten wir mit neuen Produkt-Kategorien auf. Sie dürfen gespannt sein! Und Sie können sich selbstverständlich auch unser neues nachhaltiges Messtechnik-Sortiment genauer anschauen.

Diese Auswahl an Innovationen stellt wie immer nur einen kleinen Einblick in unser riesiges Portfolio dar: Wir bringen jedes Jahr mehr als 100 Neuheiten auf den Markt in unseren vier Geschäftsfeldern Elektrowerkzeuge, Gartengeräte, Zubehör und Messtechnik.

Lassen Sie mich zum Schluss die wichtigsten Punkte nochmals kurz zusammenfassen:

- Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmertum und der Schutz unseres Planeten Hand in Hand gehen sollten. Dabei gehen wir mit gutem Beispiel voran.
- Wir arbeiten konsequent an der Verringerung unseres ökologischen Fußabdrucks und schauen uns dazu immer die komplette Wertschöpfungskette an. Wir befinden uns in einem transformativen Prozess. Einiges haben wir schon erreicht, vieles mehr wollen wir noch erreichen. Es ist eine sehr spannende Reise mit dem Ziel, wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Herausforderungen bestmöglich in Einklang zu bringen.
- Nachhaltigkeit ist für uns ein Game-Changer. Deshalb heben wir das Thema durch die langfristige Partnerschaft mit dem WWF und die Expertise von außen jetzt auf die nächste Ebene.
- Gemeinsam mit starken Partnern finden wir innovative und wirksame Antworten auf komplexe Fragen – für heute und für eine nachhaltigere Zukunft.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Pressebild: #9253948c

Journalistenkontakt:

Dr. Manuel Roj

Telefon: +49 711 758-3396

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 2022 erwirtschafteten rund 20 000 Mitarbeiter einen Umsatz von 5,9 Milliarden Euro, rund 90 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 2023 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 420 000 Mitarbeitern (Stand: 31.12.2022). Sie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2022 nach vorläufigen Zahlen einen Umsatz von 88,4 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 rund 60 Ländern. Inklusiv Handels- und Dienstleistungspartnern erstreckt sich der weltweite Fertigungs-, Entwicklungs- und Vertriebsverbund von Bosch über fast alle Länder der Welt. Mit ihren weltweit mehr als 400 Standorten ist die Bosch-Gruppe seit Frühjahr 2020 CO₂-neutral. Basis für künftiges Wachstum ist die Innovationskraft des Unternehmens. Bosch beschäftigt weltweit rund 85 000 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung an 128 Standorten, davon etwa 44 000 Software-Entwickler.

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