

4. Mai 2023
RF my

**Nach vorne: Bosch beschleunigt
sein Wachstum in allen Regionen und Bereichen**

Dr. Stefan Hartung,
Vorsitzender der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH,
und Dr. Markus Forschner,
Geschäftsführer und Finanzchef der Robert Bosch GmbH,
anlässlich der Bilanzpressekonferenz am 4. Mai 2023

Es gilt das gesprochene Wort.

Robert Bosch GmbH
Postfach 10 60 50
70049 Stuttgart

Corporate Department
Communications &
Governmental Affairs
E-Mail
Ludger.Meyer@bosch.com
Telefon: +49 5121 2049474

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

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Titel unseres Geschäftsberichts scheint auf bessere Zeiten zu zielen. Onwards – das heißt jedoch nicht, dass wir die Krisen unserer Zeit einfach hinter uns lassen könnten. Im Gegenteil: Auch diese Bilanzpressekonferenz, zu der ich Sie herzlich begrüße, findet in einer Zeit statt, da kein Ende des Krieges in der Ukraine absehbar ist. Genauso wenig sind Energieknappheit, Lieferengpässe, Inflation überwunden, und der Klimawandel bleibt eine Jahrhundertaufgabe. Ja, es sind anspruchsvolle Zeiten, in denen sich Krisen überlagern. Immerhin hat Bosch das Jahr 2022 gut überstanden – der Umsatzanstieg liegt über den Erwartungen, die Rendite hat sich leicht verbessert. Aber auch 2023 wird anspruchsvoll. Warum also „onwards“? Weil uns schwierige Zeiten nicht davon abhalten, nach vorne zu schauen. Dabei warten wir nicht auf bessere Zeiten, wir unternehmen alles, um sie herbeizuführen.

Was leitet unseren Blick übers Jahr und die aktuellen Krisen hinaus? Allen voran unser Leitmotiv „Technik fürs Leben“. Es passt in eine Zeit, in der die Menschheit den Klimawandel bekämpfen muss. Dies führt zu erheblichen Umbrüchen in Wirtschaft und Gesellschaft und beschleunigt den technologischen Wandel. Zwar kann Technik nicht jedes Problem auf dieser Welt lösen. Aber gerade für den Klimaschutz kann sie ihren Beitrag leisten – beim Umbau unserer Energiesysteme, unserer Mobilität, letztendlich unseres gesamten Lebensumfeldes. Daraus ergibt sich für Bosch neues Wachstumspotenzial, zugleich aber die Notwendigkeit, sich selbst umfassend zu erneuern.

Unsere Chancen sind groß. Auf zwei Punkte kommt es an, die wir wahrnehmen wollen:

- Einerseits müssen wir innovativ sein. Das heißt, die Leistungsfähigkeit und Kreativität unserer Mitarbeiter erhalten und mobilisieren. Und es bedeutet, Entwicklungszentren, Fabriken und Infrastruktur zu errichten, um Innovationen weltweit durchzusetzen.
- Andererseits müssen wir ertragreich, also wirtschaftlich schlagkräftig sein. Gerade Bosch muss die Balance halten zwischen ökonomischer Leistung sowie ökologischen und gesellschaftlichen Zielen.

Konkret müssen wir durch Vorleistungen und Investitionen Wachstumsschancen wahrnehmen, zugleich Kostendisziplin wahren und das Kapital mit hoher Effizienz einsetzen. Auch das meint „Onwards“: den Weg nach vorn kräftig und mutig, aber auch diszipliniert und effizient gehen.

Dabei stellen wir uns darauf ein, dass der Kampf gegen den Klimawandel umfassende Transformationen auslöst, die von zwei Seiten gesehen werden. Dieser Kampf ist ein weltweites Wachstumsprogramm für neue Technologien, wir erleben ein Feuerwerk an Innovationen, die in den Markt drängen, von neuen Halbleitern und Sensoren bis hin zur künstlichen Intelligenz. Doch das ist nur die eine Seite. Das andere ist die Verdrängung bewährter Technologien. Dass Verbrennungsmotoren in Zukunft deutlich weniger genutzt werden, hat für Bosch Folgen. Auf die entsprechende EU-Regulierung müssen wir uns einstellen. Das führt auch zu Sorgen bei unseren Mitarbeitenden – und das verstehen wir. Auch deshalb wollen wir weltweit balanciert wachsen. 2022 haben wir zwar jeden dritten Euro in der Region Asien/Pazifik investiert, aber in Deutschland war es genauso viel. Und wenn wir in Nordamerika

zulegen, dann müssen wir andere Teile der Welt nicht vernachlässigen. Wir können das eine tun, ohne das andere zu lassen – und insgesamt werden wir in unserer regionalen Aufstellung robuster.

Auch sektoral gehen wir in unserer Wachstumsstrategie vielseitig vor. Wir können noch viel Potenzial im bestehenden Geschäft ausschöpfen, aber uns auch in angrenzenden Feldern ergänzen – und nicht zuletzt in neue Felder einsteigen. Das werde ich an einigen Beispielen deutlich machen. Zunächst aber wird mein Kollege Markus Forschner die aktuelle Geschäftslage skizzieren ...

Dr. Markus Forschner über das Geschäft 2022 und 2023

Meine Damen und Herren,

auch geschäftlich stehen wir bei Bosch vor beträchtlichen Herausforderungen. Dazu gehören – ausgelöst vor allem durch den Krieg in der Ukraine – die weiterhin hohen Preise auf den Rohstoff- und Energiemärkten, die mit für die hohe Inflation sorgen, und die nur mäßigen Konjunkturaussichten für dieses Jahr. Die Lieferketten sind ebenfalls noch weiterhin beeinträchtigt – gerade bei Halbleitern. Trotz dieses schwierigen Umfelds stellen wir wichtige Weichen für den Erfolg von Bosch auf den Märkten von morgen und übermorgen. Wir wollen ein weltweit aufgestelltes und in mehreren Sektoren führendes Technologieunternehmen sein und unser Wachstum beschleunigen. Stefan Hartung wird dies gleich weiter erläutern. Aus meiner Sicht als Finanzchef bedeutet das: Wir müssen die schwierige Balance halten zwischen Investieren und Kostendisziplin.

- Wir investieren hohe Beträge in die Zukunft und damit auch in das aktuelle Wachstum, das durch die Transformation in Richtung Dekarbonisierung und Digitalisierung getrieben wird. Dabei sind wir erfolgreich. Dafür müssen wir die Lieferfähigkeit sicherstellen.
- Aber, hierfür müssen wir ertragsstärker sein. Wir müssen auch im Wachstum sparen, Bestände abbauen und eine hohe Kapitaleffizienz sicherstellen.

Nur so können wir bei unserer im Grundsatz konservativen Finanzpolitik bleiben und unsere finanzielle Solidität wahren, die Basis für unsere finanzielle Unabhängigkeit ist.

Diese Balance ist keine einfache Aufgabe. Sie fordert – zusätzlich zu der Bewältigung der Krisen der vergangenen Jahre – sehr viel von unseren Führungskräften und Beschäftigten: neben strategischen Weichenstellungen und Innovationen, viele Task-Forces, hohe Kostendisziplin, den effizienten Einsatz von Kapital. Und es ist eine Aufgabe, bei der wir, allein schon aufgrund der großen Volatilität und Dynamik der Märkte, immer wieder nachjustieren müssen.

Der Jahresabschluss 2022 hat erneut gezeigt: Wir bei Bosch können schwierige Zeiten meistern. Dennoch hat die Krise des vergangenen Jahres auch in unseren Geschäftszahlen Spuren hinterlassen. Da sich der Abschluss von den bereits veröffentlichten vorläufigen Zahlen nicht grundsätzlich unterscheidet, möchte ich nur einige Punkte exemplarisch herausgreifen. Die vollständigen Kenndaten können Sie Ihren Presseunterlagen, beziehungsweise dem Geschäftsbericht, entnehmen.

Wir haben unseren Umsatz 2022 trotz des schwierigen Umfelds stärker als geplant um zwölf Prozent auf 88,2 Milliarden Euro gesteigert. Dazu haben Volumen-, Wechselkurs- und auch Preiseffekte beigetragen. Auch wir waren gezwungen, gestiegene Kosten über höhere Preisstellungen an unsere Kunden weiterzugeben. Keine einfache Aufgabe gerade im Mobilitätsgeschäft. Bis auf Consumer Goods war das Wachstum in allen Unternehmensbereichen zweistellig. Bei Mobility Solutions erzielten wir ein kräftiges Wachstum trotz andauernder Halbleiterengpässe und der deshalb nur schwach auf 85 Millionen Einheiten gestiegenen Automobilproduktion. Industrial Technology profitierte von einem relativ stabilen Maschinenbaumarkt und Energy and Building Technology kam unter anderem die hohe Nachfrage nach klimafreundlicher Heiztechnik zugute. Bei Consumer Goods ging die Marktnachfrage nach der langen Corona-Sonderkonjunktur erheblich zurück, dennoch stieg der Umsatz leicht.

Zudem steigerten wir unsere operative EBIT-Rendite trotz aller Widrigkeiten auf 4,3 Prozent gegenüber vier Prozent im Vorjahr – und dies, obwohl wir unsere Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen stärker als den Umsatz erhöht haben – um 1,1 Milliarden Euro auf 7,2 Milliarden Euro beziehungsweise von 7,8 Prozent auf 8,2 Prozent vom Umsatz. Die Kraftanstrengung bei den Vorleistungen zeigen auch die um eine Milliarde Euro auf 4,9 Milliarden Euro gestiegenen Investitionen; die Investitionsquote stieg auf 5,6 Prozent gegenüber fünf Prozent vom Umsatz.

Die höchsten Renditen erzielten wir bei Industrial Technology und Energy and Building Technology mit 9,8 Prozent respektive sechs Prozent. Mobility Solutions hat seine operative Rendite auf 3,4 Prozent verbessert und damit stärker als erwartet. Aber gerade hier belasten die Vorleistungen für Zukunftsprojekte in ganz besonderem Maße.

Consumer Goods hat nicht nur die Kaufzurückhaltung zu spüren bekommen, sondern auch die Belastungen durch das weitgehend ausge- laufene Russlandgeschäft. Die operative Rendite sank auf 4,5 Prozent.

Die Konsequenz unserer hohen Lieferfähigkeit in Zeiten großer Unsi- cherheit und gleichzeitig hoher Zukunftsinvestitionen war allerdings ein negativer Free-Cash-Flow von vier Milliarden Euro im vergangenen Jahr. Diese Kennzahl drückt aus, dass wir das Wachstum nicht aus dem operativen Geschäft finanziert, sondern auf vorhandene Finanz- mittel zurückgegriffen haben. Wir verfügen über die erforderlichen Mit- tel und eine hohe finanzielle Solidität – mit einer gleichzeitig auf 46,6 Prozent gestiegenen sehr komfortablen Eigenkapitalquote.

2023 wird erneut sehr anspruchsvoll. Das wirtschaftliche Umfeld be- trachten wir eher skeptisch. Wir rechnen mit einem Wachstum der Weltwirtschaft von nur 1,7 Prozent – also mit einer weiteren erhebli- chen Abkühlung gegenüber dem Vorjahreswert von 2,9 Prozent. Eu- ropa dürfte besonders betroffen sein. Hier könnte es zu einer Rezes- sion kommen. In Nordamerika gehen wir von einer Stagnation aus, wo- bei ein Rückgang der Wirtschaftsleistung nicht ausgeschlossen wer- den kann. Für Asien-Pazifik liegt unsere Prognose aufgrund der erwar- teten Nachholeffekte in China nach Einschränkungen durch die Coronavirus-Pandemie bei einem Wachstum von knapp vier Prozent.

Hintergrund für die mäßigen Konjunkturaussichten sind weiterhin hohe Preise bei Energie- und Rohstoffen, auch wenn der Höhepunkt über- wunden sein dürfte. Doch hohe Inflationsraten werden voraussichtlich nicht nur dieses Jahr eine Herausforderung sein, sondern auch im kommenden Jahr. Das wiederum zwingt die Notenbanken dazu, die Zinsen weiter anzuheben, mit entsprechenden konjunkturellen Brems- wirkungen. Die Turbulenzen im Bankensektor dürften die Belastungen

tendenziell verstärken. Wir halten die Finanzmärkte jedoch für robust, da seit der Finanzkrise insgesamt weitreichende Reformen umgesetzt wurden.

Das Umfeld wird also nicht einfacher, auch wenn wir erwarten, dass wir von den Nachholeffekten in China profitieren werden. Allerdings haben wir hier zunächst insbesondere in den ersten beiden Monaten 2023 noch die wirtschaftlichen Auswirkungen der Restriktionen mit Blick auf die Coronavirus-Pandemie zu spüren bekommen. Weltweit ist der Umsatz der Bosch-Gruppe auf Basis der internen, operativ vergleichbaren Zahlen moderat um 3,5 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2022 gewachsen. In Asien-Pazifik ging er aufgrund der Einschränkungen in China dabei um 9,3 Prozent zurück. Günstig hat sich insbesondere Nordamerika entwickelt mit einem zweistelligen Umsatzplus von 18 Prozent; auch in Europa konnten wir ganz gut zulegen mit 7,7 Prozent.

Für das Gesamtjahr rechnen wir mit einem Umsatzwachstum der Bosch-Gruppe in einem Korridor von sechs bis neun Prozent, am stärksten hierbei im Bereich Mobility Solutions und bei Energy and Building Technology. Bei Industrial Technology erwarten wir – ohne Berücksichtigung der Akquisitionen – ein moderates Wachstum. Eher verhalten dürfte weiterhin die Umsatzentwicklung bei Consumer Goods ausfallen, allerdings auch durch erhebliche Wechselkursbelastungen bedingt.

Unsere operative Rendite wollen wir 2023 ebenfalls steigern. Die Zielrichtung liegt bei fünf Prozent – trotz der anhaltenden Belastungen bei Energie, Rohstoffen und Vorprodukten, und obwohl wir mindestens so viel wie im Vorjahr für Forschung und Entwicklung aufwenden werden. Wir wollen damit einen weiteren Schritt in Richtung Zielrendite von

mindestens sieben Prozent EBIT vom Umsatz machen. Das bedeutet intensive Arbeit aller Bereiche auf der Kostenseite – einschließlich Effizienzsteigerungen gerade im indirekten Bereich. Wie in den vergangenen Jahren werden wir an verschiedenen Stellen Strukturanpassungen vornehmen. Hierzu sind wir auch im intensiven Austausch mit den Arbeitnehmervertretungen. Langfristig peilen wir zudem an, über mehr Wachstum in angrenzenden und neuen Geschäftsfeldern unsere Rendite nachhaltig zu steigern.

Auch die Investitionen werden wir nochmals erhöhen. Hierbei sind aber die Bereiche zu Augenmaß aufgerufen. Wir werden zudem hart daran arbeiten, das Niveau bei den Vorräten zu normalisieren. Darüber hinaus werden wir das Forderungsmanagement intensivieren und uns die Zahlungsziele auf der Lieferantenseite kritisch anschauen. Das wichtige Thema neben der Verbesserung der EBIT-Rendite heißt damit Stärkung der Kapitaleffizienz. Ziel ist ein hinreichend positiver Free-Cash-Flow – auch vor dem Hintergrund, dass wir zur Beschleunigung des Wachstums Akquisitionen brauchen, um uns in bestehenden, angrenzenden und neuen Gebieten zu verstärken.

Wir haben also trotz aller konjunkturellen Bremsspuren ein ehrgeiziges Programm. Für 2023 haben wir uns einiges an Fortschritten bei der Profitabilität und Kapitaleffizienz vorgenommen, um die finanzielle Basis für das künftige Wachstum zu schaffen. Es wartet viel Arbeit auf uns alle bei Bosch, aber sie lohnt sich angesichts der großen Markt- und Wachstumschancen, über die jetzt Stefan Hartung sprechen wird.

Das ist damit auch der richtige Zeitpunkt, an ihn zu übergeben.

Dr. Stefan Hartung über die langfristigen Wachstumsziele

Wenn wir übers laufende Jahr hinausschauen, meine Damen und Herren, so können wir selbstbewusst sagen: Wir liegen mit unserem Leitmotiv „Technik fürs Leben“ genau richtig. Das gilt entlang der großen Trends Elektrifizierung, Automatisierung und Digitalisierung. Und mehr denn je zeigt es sich auf den Feldern Software und künstlicher Intelligenz. Im Zuge der technologischen Transformation eröffnen sich damit für uns Wachstumsoptionen, die wir wahrnehmen wollen. Wir können unser Wachstum beschleunigen, sowohl in bestehenden und angrenzenden als auch in neuen Geschäftsfeldern. Diese neuen Felder müssen zu uns passen, damit wir unsere Stärken einbringen können: tiefes technologisches Wissen, Erfahrung in der Industrialisierung von Innovationen und nicht zuletzt die Beherrschung von Großserienproduktion. Dabei bleiben wir nicht stehen, wir fügen neue Stärken hinzu – etwa das Know-how unserer demnächst 50 000 Software-Entwickler. Eine Zahl, die in einem Unternehmen mit industriellen Wurzeln ihresgleichen sucht.

Unsere strategische Ausrichtung ist klar, unsere Ziele kann ich in drei Punkten zusammenfassen:

- Wir wollen in den für uns relevanten, globalen und regionalen Märkten einer der führenden drei Anbieter sein.
- Wir wollen in allen Weltregionen, also in Amerika, Südostasien und Indien ebenso wie in China und Europa, solide und leistungsfähig aufgestellt sein.
- Wir streben bei einer normalen Inflationsrate ein jährliches Wachstum von sechs bis acht Prozent an, bei einer Rendite von mindestens sieben Prozent und einer soliden Eigenfinanzierung.

Auf dem Weg in die Zukunft der Mobilität:

Wir verändern unser Kerngeschäft, wir verzeichnen Erfolge

Wie wir diese Ziele erreichen, kann ich quer durchs Unternehmen zeigen. Ich beginne mit der Entwicklung unseres Kerngeschäfts Mobility Solutions – ein Geschäft, das bis 2029 auf einen Jahresumsatz von 80 Milliarden Euro wachsen wird, schon jetzt aber mitten in der Transformation ist. Was meine ich damit? Beispielhaft lässt sich das an unseren Bremsregelsystemen skizzieren. Damit sind wir selbst im schwierigen Jahr 2022 um mehr als 25 Prozent gewachsen, deutlich stärker als der Markt. Und in diesen Wochen geht das ESP 10 in Serie – soweit ließe sich sagen: alles wie immer, Bosch gewinnt Marktanteile, Bosch bringt eine neue Generation seines elektronischen Schutzengels heraus. Doch diese Generation ist weit mehr als eine Weiterentwicklung der Hardware. Der innovative Sprung findet in der Software statt. Es ist die Vehicle Dynamics Control 2.0 – ein neues Regelungskonzept, das Fahrzeuge noch schneller und genauer stabilisiert. Dabei kann es nicht nur auf das Bremssystem, sondern auch auf den elektrischen Antrieb und die elektrische Lenkung zurückgreifen. Das bedeutet ein erlebbares Plus an Sicherheit – deutlich weniger Gegenlenken, kürzerer Bremsweg. Was für die Zukunft unserer Industrie noch wichtiger ist: Die neue Regelung muss nicht Teil des ESP-Steuergeräts sein, sie lässt sich auch in zentrale Fahrzeugrechner integrieren – und künftig kommt sie auch als eigenständiges Software-Paket. Sie wird Teil des Vehicle Motion Management – einer Software, die alle Fahrzeugbewegungen koordiniert und dabei zentral Bremsen, Lenkung, Antrieb und Fahrwerk ansteuert.

Dieses Beispiel deutet alle wesentlichen Trends an, die zu mehr Sicherheit und Effizienz im Straßenverkehr führen. Da ist zum ersten die Elektrifizierung und die Automatisierung des Fahrens. Zweitens zeigt sich die Zentralisierung der Elektronik-Architektur von bisher mehr als 100 Steuergeräten auf wenige Fahrzeugrechner. Und drittens sehen wir hier die Entwicklung zum „software defined vehicle“, die mehr als alles andere das Geschäft in unserer Branche verändert. Umfassend erlebbar wird diese Entwicklung in der nächsten Fahrzeuggeneration, die in der zweiten Hälfte der Dekade auf den Markt kommt. Wir sehen eine Verdreifachung von Software-Applikationen voraus, sogar eine Verzehnfachung von Anwendungen mit Zugriff auf die Cloud. Das können erweiterte Funktionen für die Fahrerassistenz ebenso wie neue Ladeservices sein. Was sind die Vorteile dieser Entwicklung für Autohersteller und Autofahrer? Vor allem zwei Pluspunkte stecken im „software defined vehicle“:

- Zum einen wird es nicht mehr Jahre, sondern nur noch Tage dauern, um neue Funktionen in bestehende Systeme einzubringen. Möglich wird dies durch deutlich höhere Entwicklungsgeschwindigkeiten.
- Zum anderen können Fahrzeuge auch Jahre nach ihrer Auslieferung „wie neu“ werden – wenn man so will, als Version 2.0. Möglich wird dies durch die Entkopplung der Software- von der Hardware-Entwicklung. Neue Funktionen lassen sich damit einfacher als bisher ins Auto einführen, sie kommen über Software-Updates.

Dieser technische Wandel spiegelt sich in wirtschaftlichen Trends. So wird das Marktvolumen für automobiler Software bis 2030 insgesamt voraussichtlich 200 Milliarden Euro erreichen. Alle Beteiligten in der Automobilindustrie verstärken ihre Software-Entwicklung, Hersteller wie Zulieferer – und nicht zuletzt Tech-Player dringen in den Markt ein. Grundsätzlich ist Bosch gut aufgestellt – etwa mit einer Basis-Software, die offen ist für die Chips verschiedener Hersteller. Und während der Software-Anteil am Entwicklungsaufwand der Automobilindustrie bis 2030 30 Prozent erreichen wird, liegt er bei uns schon jetzt darüber. Mehr als die Hälfte der Mitarbeiter in der Forschung und Entwicklung von Bosch Mobility sind Software-Entwickler. Bosch versteht sich auch als Software-Haus der Mobilität.

Jedoch gilt es in der neuen Art der automobilen Entwicklung Komplexität zu beherrschen. Technisch kommt es auf das Zusammenspiel von Fahrzeug und Cloud an, ebenso auf die Integration von Software aus verschiedenen Quellen. Organisatorisch und kulturell ist Zusammenarbeit von Automobil- und IT-Industrie eine Herausforderung. Das setzt mehr interdisziplinäre Kooperation voraus, auch bei Bosch selbst. Vor diesem Hintergrund ist unsere neue Mobility-Company-Organisation zu verstehen. Aufgestellt nach den veränderten Markt- und Kundenbedürfnissen, zielt sie auf mehr Kommunikation und Kollaboration über die bisherigen Bereichsgrenzen hinweg. Dafür steht nicht nur der gemeinsame Vorstand und die Zusammenführung von Geschäftsbereichen wie der Brems- und Lenksysteme. Vielmehr wird es künftig auch eine horizontale Verantwortung für Software, für Fahrzeugrechner und für Halbleiter geben.

Schon jetzt verzeichnen wir Erfolge auf dem Weg in die Zukunft der Mobilität. Hier Beispiele aus wichtigen Geschäftsfeldern:

- Unser Umsatz mit Elektromobilität wird sich bis 2026 auf sechs Milliarden Euro vervierfachen. In diesem Jahr wird sich unser Absatz bei Elektromotoren für den automobilen Antrieb nahezu verdoppeln, ebenso wie im vergangenen Jahr.
- Für Fahrerassistenz und automatisiertes Fahren haben wir unsere Forschung und Entwicklung nochmals um 1 500 Mitarbeiter verstärkt. Vor allem Software-Entwickler sind hinzugekommen – für sie ist Bosch ein attraktiver Arbeitgeber. Auf Wachstumskurs sind wir auch hier. So ist unser Umsatz mit Fahrerassistenz-Systemen 2022 um gut 20 Prozent gestiegen, stärker als der Markt. Für die nächsten Ausbaustufen dieser Systeme arbeiten wir mit Partnern zusammen, zum Beispiel mit der VW-Tochtergesellschaft Cariad.
- Last but not least: Unsere Innovationen für die Zukunft der Mobilität fangen ganz klein an, bei den Chips. Der Markt für Automotive-Halbleiter wächst jährlich um nahezu zehn Prozent, Bosch legt noch stärker zu. Mit der Elektrifizierung und Hochautomatisierung des Fahrens wird sich der Chip-Anteil an der automobilen Wertschöpfung mehr als verdoppeln. Unser Fokus liegt nicht zuletzt auf Silizium-Carbid-Halbleitern, einer Schlüsseltechnologie für die Elektromobilität. Deren Markt wird bis 2030 jährlich um 35 Prozent zulegen. Im Laufe der Dekade werden wir Silizium-Carbid-Chips auch in den USA produzieren. Dazu haben wir gerade erst eine Akquisition angekündigt: Wir wollen Teile des amerikanischen Halbleiter-Herstellers TSI Semiconductors übernehmen und in den kommenden Jahren vor Ort nahezu 1,4 Milliarden Euro investieren.

Jeder dieser Punkte zeigt: Selbst im größten Unternehmensbereich kann Bosch noch großes Wachstumspotenzial heben. Die batterieelektrische Mobilität ist bereits Kerngeschäft, andere Technologien sind auf dem Weg dorthin. Auch wasserstoffbasierte Mobilität kommt mit Bosch, der Serienstart unseres Brennstoffzellen-Antriebssystems steht unmittelbar bevor. Wenn es um Wasserstoff geht, haben wir die ganze Wertschöpfungskette im Blick. So entwickeln wir Stacks auch für die Elektrolyse. Schon jetzt möchte ich Sie zu unserem Tech Day im Juli einladen – dort werden wir über die Aussichten von Bosch in der kommenden Wasserstoff-Wirtschaft detaillierter berichten.

Wachstum liegt nicht nur auf der Straße:

Unsere Chancen von der Wärmepumpe bis zur Fabrikautomation

Was wir sicher sagen können: Der Umbau der Energiesysteme ist eines der größten Wachstumfelder von Bosch. Wir müssen dazu nicht nur unter die Motorhauben, wir können auch in die Keller schauen. Mit der Elektrifizierung der Heizungen, konkret mit Wärmepumpen, legen wir ebenso überdurchschnittlich zu wie bei den elektrischen Antrieben fürs Auto. Dazu investieren wir kräftig in unsere Kapazitäten. Seit Jahresbeginn produzieren wir Wärmepumpen auch in unserem Werk Eibelshausen, und gerade erst haben wir den Bau eines neuen Werks in Polen angekündigt. Um die Heizungsmodernisierung für Hausbesitzer erschwinglich zu machen, setzen wir nicht zuletzt auf Hybridlösungen. Das kann heißen: bestehende Gastherme plus Wärmepumpe, die jedoch das Gros der Heizleistung erzeugt. Das erspart zumeist eine aufwändige Gebäudesanierung, so dass die Modernisierungskosten gegenüber einer reinen Wärmepumpen-Lösung um bis zu 30 Prozent sinken können. Bei allem erwarten wir, dass der europäische Wärmepumpen-Markt 2023 um 20 Prozent zulegt. Unser Umsatz wächst

mehr als doppelt so schnell – und dieses höhere Tempo werden wir bis Mitte der Dekade fortsetzen.

In allen Unternehmensbereichen, meine Damen und Herren, stellt Bosch die Zeichen auf Wachstum. Dazu noch drei weitere markante Beispiele:

- Erstens sind Energie- und Kosteneffizienz auch Treiber für die technische Modernisierung gewerblicher Gebäude. Damit expandieren unsere Building Technologies auf beiden Seiten des Atlantiks. In den USA schreiben wir mit unserer Tochtergesellschaft Climatec eine Erfolgsgeschichte. Seit ihrer Übernahme 2015 haben sich Umsatz und Beschäftigung verdoppelt. Dahinter steht nicht zuletzt eine regionale Expansion. Traditionell ist Climatec im amerikanischen Westen stark, längst ist das Unternehmen auch an der Ostküste angekommen. Dafür steht zum Beispiel ein Leuchtturm-Projekt: die Hightech-Gebäudeautomation für „The Spiral“, einen Wolkenkratzer-Neubau in New York. Climatec hat gute Aussichten, seinen Umsatz in den nächsten drei Jahren nochmals zu verdoppeln. Auch in Europa haben wir unserem Geschäft mit Gebäudesystemen einen Schub durch Übernahmen gegeben. Die Branche ist auch auf dieser Seite des Atlantiks regional stark segmentiert. Somit war die Akquisition der Protec Fire and Security Group für uns eine Eintrittskarte in den britischen Markt. Über die klassische Sicherheitstechnik hinaus haben wir auch in Europa unser Portfolio erweitert – in Richtung Gebäudeautomation. Dafür standen gleich zwei Akquisitionen: GFR und Hörburger. Die Ergänzung passt. In den vergangenen beiden Jahren ist unser Auftragseingang für Gebäudeautomation in Europa um 50 Prozent gestiegen.

- Zweitens haben wir uns für unser Gebrauchsgüter-Geschäft ambitionierte Wachstumsziele gesteckt. Beispiel Elektrowerkzeuge – hier wollen wir unseren Umsatz bis 2030 mehr als verdoppeln, über die Marke von zehn Milliarden Euro hinaus. Dazu haben wir bereits im vergangenen Jahr gut 300 Millionen Euro investiert, etwa in die Ausweitung des umsatzstarken Zubehör-Geschäfts. In diesem Jahr sind weitere Investitionen im dreistelligen Millionenbereich geplant. Dabei liegt nicht zuletzt ein Fokus auf Nordamerika – eine Region, die allein mehr als 40 Prozent des weltweiten Elektrowerkzeug-Markts stellt. Ebenso stärkt die BSH Hausgeräte ihre internationale Präsenz. Von 2024 an wird sie zum Beispiel in einer neuen Fabrik in Mexiko Kühlgeräte für den nordamerikanischen Markt fertigen.
- Drittens sind wir auch in der Industrietechnik auf Wachstumskurs. Hier wollen wir unseren Umsatz bis 2028 von derzeit sieben auf zehn Milliarden Euro steigern – wichtig, um in der Branche vorn dabei zu sein. Auf diesem Weg haben Akquisitionen immer auch strategische Bedeutung, wie das Beispiel Hydraforce in Nordamerika zeigt. Mit dieser Übernahme verdreifachen wir nicht nur unseren Kompakthydraulik-Umsatz. Vielmehr verbessert sich über das Hydraforce-Händlernetzwerk auch unser Marktzugang in den USA. Zugleich kommen wir in der Fabrikautomation durch Akquisitionen voran. Dies ist ein Geschäftsfeld, in dem wir jährlich zweistellig wachsen wollen. Mit der offenen Steuerungsplattform ctrlX Automation ist es uns gelungen, einen Standard in der Industrie zu setzen – der entsprechende Appstore bietet bereits 80 Partner-Anwendungen.

Ein neues Geschäftsfeld betreten wir schließlich mit der Elektrifizierung mobiler Arbeitsmaschinen. Dazu ist jetzt mit dem eLion-Programm ein komplettes Produktportfolio auf den Markt gekommen – mit zahlreichen Serienprojekten bei Herstellern von Off-Highway-Fahrzeugen. Ob in Häfen, Minen, Baustellen oder in der Landwirtschaft – auch abseits der Straßen verschärfen sich die Emissions- und Lärmvorschriften. Die Elektrifizierung von Traktoren, Betonmischern und Baggern trifft den Nerv der Branche. Wir sind mit Bosch Rexroth weltweit die Nummer eins in der Mobilhydraulik – eben dies ist unser Ziel auch mit den elektrischen Antrieben für mobile Arbeitsmaschinen.

Mit diesem Beispiel komme ich zum Schluss, meine Damen und Herren. In Summe zeigt sich, dass Bosch mit seiner „Technik fürs Leben“ geradezu im Zentrum gleich mehrerer Megatrends liegt. Um den Klimawandel aufzuhalten, ist Elektrifizierung gefragt, wie wir sie in allen unseren Unternehmensbereichen bieten. Klimaschutz ruft jedoch auch nach effizienten Lösungen, wie sie durch Automatisierung und Digitalisierung gefördert wird. Richtig verstanden, löst Klimaschutz eine Innovationswelle in Wirtschaft und Gesellschaft aus. Und diese Welle kann uns nicht nur tragen, wir können sie mit unserer Forschung und Entwicklung nutzen und verstärken. Bis Ende des Jahres, um noch ein Beispiel zu nennen, werden alle unsere Produkte mit künstlicher Intelligenz ausgestattet, entwickelt oder produziert sein – ein KI-Ziel, das wir uns erst für 2025 gesteckt hatten, aber schneller erreichen werden. Unsere Innovationskraft ist ungebrochen, und damit können wir gleich zwei Dinge tun: zum einen unseren Beitrag für die ökologischen Herausforderungen unserer Zeit leisten, zum anderen unser eigenes Wachstum fördern. Es ist der Fortschritt durch unsere „Technik fürs Leben“, der Bosch „onwards“ führt.