

07.12.2018 dh
RF10829

**Mehr Sicherheit, mehr Energieeffizienz, mehr Komfort:
Bosch investiert in digitale Wachstumsfelder**

Referat von Dr. Stefan Hartung,
Mitglied der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH
beim Pressegespräch des Unternehmensbereichs
Bosch Energy and Building Technology
am 7. Dezember 2018.

Es gilt das gesprochene Wort.

Robert Bosch GmbH
Postfach 10 60 50
70049 Stuttgart

Corporate Communications
and Brand Management
E-Mail
dirk.haushalter@bosch.com
Telefon: +49 711 811-38195

Leitung: Dr. Christoph Zemelka
www.bosch-presse.de

Sehr geehrte Damen und Herren,

willkommen zu unserem Pressegespräch – bei uns auf der Schillerhöhe oder zugeschaltet per Webcast. Hier vor Ort begrüße ich Sie in einem unserer neu gestalteten Gebäude. Und vielleicht haben Sie im Vorbeigehen gesehen, wie sehr wir vor allem die Arbeitsumgebung modernisiert haben, ganz auf Zusammenarbeit ausgelegt.

Möglicherweise sind Sie auf dem Weg hierher oder zu Ihrem Arbeitsplatz an der einen oder anderen Lösung aus dem Bosch-Bereich, über den wir heute reden wollen, bereits vorbeigekommen. Haben Sie es bemerkt? Wahrscheinlich nicht. Denn mit Energie- und Gebäudetechnik sind wir häufig hinter den Kulissen unterwegs, unsere Lösungen sind nicht immer sofort sichtbar. Aber auch mit dem Unsichtbaren tragen wir dazu bei, dass der Alltag der Menschen effizienter, komfortabler und sicherer wird. Darüber wollen wir heute reden. Um drei Themen wird es vor allem gehen:

- **User Experience**, die frühzeitige Einbeziehung des Kunden in die Entwicklung von Produkten und Services,
- **Vernetzung und künstliche Intelligenz**, der Einsatz von Sensoren, Software und selbstlernenden Systemen, damit Lösungen intelligent werden,

- **Partnerschaften, Plattformen und Interoperabilität**, also die Öffnung von Systemen verschiedener Anbieter füreinander.

Für uns bei Bosch sind dies entscheidende Themen, um das Internet der Dinge, kurz IoT, konsequent voranzutreiben – und zwar nicht in ferner Zukunft, sondern jetzt. Wir sind mehr denn je überzeugt davon, dass das IoT den Alltag der Menschen grundlegend verbessern wird: Smarte Energie- und Gebäudetechnik sorgt für mehr Komfort und Sicherheit, sie spart Energie, senkt Betriebskosten und schont die Umwelt. Konkret bieten wir Produkte und Services, um Energie effizient zu erzeugen, zu messen, zu steuern, zu speichern und zu sichern. Ich spreche von vernetzten Heiz-, Kühl- und Lüftungssystemen im Bürogebäude, von Smart Home-Anwendungen fürs eigene Zuhause und nicht zuletzt von Energiespeichern im Industriebereich.

Was haben User Experience, künstliche Intelligenz, Software-Plattformen und Interoperabilität damit zu tun? Sie sind entscheidend, um die Chancen des IoT auszuschöpfen.

Bevor wir auf einige Lösungen aus dem Bereich Energie- und Gebäudetechnik sowie Services näher eingehen, möchte ich einen kurzen Blick auf aktuelle Trends, das Marktumfeld und auf die wirtschaftliche Entwicklung im ablaufenden Geschäftsjahr werfen.

Wachsen durch Sparen – das Marktpotenzial effizienter Lösungen

Im Jahr 2050 werden voraussichtlich mehr als sechs Milliarden Menschen weltweit urbane Räume bewohnen – doppelt so viele wie heute oder 70 Prozent der weltweiten Gesamtbevölkerung. Städte konsumieren bereits heute rund 75 Prozent der verbrauchten Energie, allein Gebäude kommen auf 40 Prozent. Bis 2035 wird der Energieverbrauch rund um den Globus insgesamt um 30 Prozent steigen. Damit zeichnet sich nochmals ein Zuwachs des CO₂-Ausstoßes ab. Demgegenüber sind smarte, also vernetzte Lösungen zur effizienteren Energienutzung ein Schlüssel für den Klimaschutz. Denn nicht genug, dass sie einfach und automatisch für ein angenehmes Gebäudeklima sorgen – sie sparen Kosten, Energie und damit CO₂-Emissionen. Die Digitalisierung von Gebäuden hat also auch eine ökologische Wirkung – und vor allem liegt sie klar im Trend. Weltweit sollen bis 2020 rund 230 Millionen Häuser intelligent vernetzt sein – das sind rund 15 Prozent aller Haushalte. Bis 2020 erwarten Experten einen Anstieg des weltweiten Marktvolumens für das Internet der Dinge um jährlich 35 Prozent auf 250 Milliarden US-Dollar (Quelle: Gartner). Dieses Marktpotenzial wollen auch wir bei Bosch nutzen. Bereits 2017 hat Bosch 38 Millionen vernetzbare Erzeugnisse verkauft. Davon profitiert auch der Unternehmensbereich Energy and Building Technology, bei dem es mehr als 13 Millionen internetfähige Geräte waren, zum Beispiel Sicherheitskameras oder Heizungen.

Der Bereich wächst – zwar moderat, aber er wächst. Sein Umsatz legt in diesem Jahr von 5,4 auf 5,5 Milliarden Euro zu, das ist ein Plus von zwei Prozent. Wechselkursbereinigt liegt es bei sechs Prozent. Vor allem die Schwächen von US-Dollar und Türkischer Lira beeinträchtigen den Umsatzausweis. Die Mitarbeiterzahl im Bereich Energy and Building Technology ist im Jahresverlauf von rund 31 700 auf 32 400 gestiegen. (voraussichtlich)

Meine Damen und Herren, übers Jahr hinaus ist und bleibt das Internet der Dinge der entscheidende Treiber für unser Geschäft. Es wächst rasant. Marktforscher rechnen damit, dass im kommenden Jahr weltweit mehr als 14 Milliarden Dinge vernetzt sein werden. Bis 2021 werden es 25 Milliarden sein. Dabei ist Vernetzung für uns kein Selbstzweck. Es geht darum, mit vernetzten Lösungen den Alltag der Menschen zu verbessern. Was tun wir bei Bosch dafür, um dieses Ziel zu erreichen?

Wissen, was der Kunde will – User Experience

Zunächst einmal: Produkte und Services müssen technisch überzeugen. Das allein reicht aber nicht: Sie müssen auch Spaß machen! Unsere Kunden wollen Produkte, die einfach und intuitiv zu bedienen sind und Probleme lösen. Kurz gesagt: Wir müssen wissen, was der Nutzer will und braucht – und das womöglich sogar, bevor er es selbst weiß oder ausgesprochen hat.

Dazu muss man sich dem Nutzer, seinen Bedürfnissen und Erwartungen systematisch nähern. Genau das machen wir bei Bosch mit dem „User Experience“-Ansatz. In den vergangenen sechs Jahren haben wir mehr als 13 000 Mitarbeiter zu diesem Ansatz geschult. Er umfasst vier entscheidende Phasen: Nutzer-Beobachtung, Analyse der Beobachtungen, schnelle Gestaltung von Prototypen und Nutzertests. Wir wiederholen die vier Phasen, bis das Ergebnis und das Produkt überzeugen. Sie sehen: Wir beziehen den Kunden bei der Entwicklung von Produkten und Services von Anfang an in die Entwicklung ein. Und den Erkenntnissen, die wir dabei gewinnen, passen wir Funktion und Design an. Damit hören wir mit Markteintritt nicht auf: User Experience geht auch weiter, wenn das Produkt beim Verwender in Gebrauch ist. Ich nenne Ihnen ein Beispiel:

Unsere **360° Innenkamera** wurde bereits in Zusammenarbeit mit potenziellen Nutzern entwickelt. Seit der Produkteinführung der Sicherheitskamera Mitte 2017 sind unsere Produktentwickler im regelmäßigen Austausch mit unseren Kunden, haben 1 000 Feedbacks ausgewertet und zahlreiche Gespräche geführt. Seit der Markteinführung kamen so mehr als 20 neue Funktionen dazu: von der Kamerasteuerung via Alexa über die Erkennung verdächtiger Geräusche bis hin zur Möglichkeit, im Live-Video zu schwenken und zu zoomen statt nur statisch zu verfol-

gen, was zuhause passiert. Die erweiterten Funktionen der 360° Innenkamera zeigen: Wir machen den User gewissermaßen zum Entwickler und lernen von ihm und seinen Erfahrungen.

Dieser Ansatz steckt auch im **Konferenzsystem Dicientis** für Dolmetscher. Stellen Sie sich vor, EU-Vertreter kommen zu einem europäischen Digitalgipfel zusammen – Politiker mit 24 Sprachen, die zu gemeinsamen Entscheidungen finden müssen. Hier sind Dolmetscher gefragt, die sich nicht auf Technik, sondern ganz auf korrekte Übersetzung des Gesagten konzentrieren können. Dazu haben wir gemeinsam mit ihnen ein Pult entwickelt, das unser System Dicientis erweitert. Wir haben Dolmetschern Zeichnungen, Modelle aus Holz und Prototypen gezeigt und auf Basis des Feedbacks die Anordnung der Bedientasten im Vergleich zum Vorgängermodell verändert. Das Pult lässt sich ohne hinzusehen bedienen, ist also auch für sehbehinderte Dolmetscher verwendbar. Zudem haben wir die Installation erleichtert. Dolmetscher können ihre Einstellungen im System speichern und bei Bedarf mit persönlicher NFC-Karte (Near Field Communication, Nahfeldkommunikation) kontaktlos aufrufen: Kurz die Karte vor das Pult halten, und schon sind alle individuellen Konfigurationen verfügbar. Das verstehen wir unter User Experience: den Menschen und seine spezifischen Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellen.

Vernetzung und künstliche Intelligenz gehen Hand in Hand

Den Menschen entlasten, ihm Routineaufgaben abnehmen, ihn im Alltag so unterstützen, dass er Freiraum für kreative Arbeit oder auch für Erholung bekommt – das ist gleichermaßen das Ziel der Künstlichen Intelligenz, kurz KI. Ein Thema, über das momentan die ganze Welt spricht – Bosch setzt es um. Mit Hilfe von KI lernen Maschinen mit- und weiterzudenken, etwa indem sie Sprache und Bilder erkennen. Dies setzt die Auswertung von Daten voraus, die Vernetzung von möglichst vielen Dingen. Erst vernetzte Produkte werden mit Hilfe von KI zu intelligenten Assistenten. Was zählt, ist immer der Nutzen für uns Menschen im Alltag.

Schon jetzt ist die Zahl der Verkehrstoten auf den Straßen gesunken, Betriebsausfälle in Fabriken haben abgenommen, lebensbedrohliche Krankheiten werden schneller und präziser erkannt, Maschinen verbrauchen weniger Energie, während zuhause der Komfort steigt. Bereits diese positive Entwicklung ist der Zunahme technischer Assistenz zu verdanken – im Verkehr, in der Produktion, aber auch in den eigenen vier Wänden. Sie wird sich fortsetzen, mit vernetzten Sensoren, Software, Services – und nicht zuletzt mit KI. In zehn Jahren werden alle Bosch-Produkte entweder selbst über KI verfügen oder mit ihrer Hilfe produziert und entwickelt werden.

Von dieser Überzeugung zeugen auch unsere Investitionen. Bis 2021 wird das **Bosch Center for Artificial Intelligence**, kurz: BCAI, rund 300 Millionen Euro in Forschung und Entwicklung von KI aufwenden. Im BCAI, das wir 2017 gegründet haben, forschen weltweit rund 170 Experten – eine Zahl, die perspektivisch auf mindestens 400 steigen soll. Sie arbeiten an rund 80 Entwicklungsprojekten – vom automatisierten Fahren bis hin zu Anwendungen in Medizin und Industrie. Dabei ist Bosch nicht allein unterwegs, sondern auch mit akademischen Partnern, den Universitäten Tübingen, Stuttgart und Amsterdam. Ich möchte Ihnen nun aus dem Bereich Energy and Building Technology einige Beispiele von Systemen und Services nennen, die über das Internet der Dinge vernetzt sind und sich in Richtung KI entwickeln.

Schon heute werden im Bereich **Bosch Service Solutions** mehr als 15 Prozent der Kundeninteraktionen datenbasiert durchgeführt. Und datenbasiert heißt: direkte Kommunikation von Dingen und Maschinen ohne Einwirkung von Menschen. Bis 2021 wollen wir den Anteil dieser durch das Internet der Dinge vermittelten Interaktionen auf knapp 30 Prozent, bis 2025 sogar auf rund 50 Prozent erhöhen. In Pilotprojekten haben wir in unseren Service Solutions auch bereits den Einsatz von KI getestet. Konkret haben wir für die Kundenkommunikation Bots genutzt, also **technische Dialogsysteme**, die Texteingaben oder auch

gesprochene Worte verstehen. Sie greifen auf Hintergrund-Datenbanken zurück, um die jeweils passende Antwort zur Frage abzuleiten. Dieser Vorgang entspricht mehr als reiner „Wenn-A-Dann-B“-Logik auf Basis festgeschriebener Schlüsselwörter. Mit KI sind Chatbots etwa in der Lage, den Kontext zu erfassen und damit mehrdeutige, falsch geschriebene oder falsch gesagte Begriffe einzuordnen. Mit dieser kontextsensitiven Wahrnehmung können Bots auch „Concierge-Funktionen“ übernehmen, also Kunden zielgerichtet und automatisch an den richtigen Kontaktpunkt weiterleiten. Ihre Software reagiert auf Kundenverhalten, schon deshalb gehen Bot-Lösungen über reine Suchfunktionen hinaus.

Gleichwohl eignet sich dieser automatisierte Ansatz vor allem, um einfache und häufig gestellte Anfragen zu beantworten, zum Beispiel zu Lieferterminen oder Ausflugszielen. So haben Kundenberater mehr Zeit, sich um komplexe oder sensible Probleme zu kümmern. Wir sind überzeugt, dass der Mensch auch bei Service-Lösungen unersetzbar bleibt, etwa im Falle eines schweren Verkehrsunfalls. Eine menschliche Stimme ist in Situationen wie diesen notwendig, im strengen Sinn des Wortes. Wo Empathie gefragt ist, wird Bosch darauf weiterhin setzen, zum Beispiel beim Notrufdienst eCall. So kann ein geschulter Experte aus der Notrufzentrale beruhigend auf die Verunglückten einwirken. Künftig wird auch KI helfen können. Denn aus der Analyse von

Sensordaten, sei es von Reifen, Autositzen, Gurtstraffern oder auch von Daten externer Wetterdienste, werden sich weitere wichtige Erkenntnisse zum Unfall gewinnen lassen. Es ist vorstellbar, dass KI die Rettungsdienste mit ersten wichtigen Angaben versorgt – nicht nur über Schnee oder Glatteis am Unfallort, auch über die wahrscheinliche Schwere der Verletzungen. Frühzeitige und umfassende Information kann Leben retten.

Mehr Sicherheit bieten auch unsere **Monitoring Services**, und das mehr denn je über das Internet der Dinge. Wir vernetzen zum Beispiel kritische Bereiche und Infrastrukturen in Gebäuden. Rund 40 000 Fahrstühle allein in Deutschland sind an die Leitstelle von Bosch Service Solutions angeschlossen. Diese Art der Vernetzung ermöglicht im Ernstfall eine schnelle Befreiung eingeschlossener Personen.

Auch in der Logistikbranche setzen wir sensorbasierte Dienste ein. Auf der Straße, auf dem Wasser und in der Luft steigt der Bedarf an internetbasierten Monitoring Services kontinuierlich. Sie helfen, Zustand und Aufenthaltsort von eiligen Bluttransporten, seltenen Impfstoffen, leicht verderblichen Nahrungsmitteln oder teuren Smartphones zu überwachen. Sollten Ort oder Zustand von der Norm abweichen, geht die Information sofort und automatisch an die Leitstelle. Der Nutzen für die Menschen: mehr Sicherheit und Komfort – und weniger Verschwendung.

Um brenzlige Lagen geht es im wahrsten Sinne des Wortes im Geschäftsfeld **videobasierte Branddetektion** bei Bosch Building Technologies. Wir wollen dieses Geschäftsfeld weiter ausbauen, und gerade hier versprechen wir uns einiges vom Einsatz künstlicher Intelligenz. KI-basierte Spezialkameras vom Typ Aviotec erkennen Feuer über smarte Bildauswertung. Der direkte Kamerablick auf mögliche Gefahrensituationen detektiert Flammen oder Rauch binnen Sekunden – und damit noch schneller als herkömmliche Rauchmelder. Bei der konventionellen Brandmeldetechnik muss Rauch erst zum Detektor gelangen. Entsteht ein Feuer auf dem Boden in einer Halle mit hohen Decken, kann es Minuten dauern bis der Rauch an den Melder gelangt. Dagegen können die neuen und intelligenten Kameras Rauch und Flammen direkt an der Brandquelle detektieren – ein entscheidender Zeitvorteil, um Schäden zu begrenzen und vielleicht auch Leben zu retten.

Über die Sicherheit hinaus sorgen unsere **Smart Home-Lösungen** für Raumklima, Komfort und Energieeffizienz. Ein Geschäft, das kontinuierlich zulegt. Allein der deutsche Markt soll einer Studie zufolge (Quelle: Arthur D. Little und eco) bis zum Jahr 2022 auf 4,3 Milliarden Euro wachsen – also jährlich im Schnitt um 26,4 Prozent. Zum Vergleich: 2017 waren es lediglich 1,3 Milliarden Euro. Dass vernetzte Lösungen im Ei-

genheim in Deutschland immer beliebter werden, erklärt der Branchenverband Bitkom nicht zuletzt mit der Verbreitung digitaler Sprachassistenten. Einfache Steuerung durch Sprache baut Berührungsängste zur Technik ab. Bosch hat in diesem Jahr Alexa in sein Smart Home-System integriert. Das ist KI auf Basis von Vernetzung und intelligenter Spracherkennung. Ein Sicherheitssystem, das sich mithilfe von Gesichtserkennung beim Eintreten deaktiviert oder ein Zimmerfenster, das sich aufgrund von Schlechtwetterdaten selbst schließt – so sieht für uns die Zukunft des Smart Home aus. Daraus wird ein Geschäft immer dann, wenn wir die Hausbewohner begeistern.

Das tun wir beispielsweise mit dem **Szenario-Manager**, eines der Highlights auf der diesjährigen IFA in Berlin. Konkret ist der Manager eine App, über die sich alle mit dem Smart Home-System von Bosch vernetzten Geräte steuern lassen. So können Bewohner Alltagsroutinen wie das Ausschalten aller Lampen, Heizungen und Elektrogeräte beim Verlassen des Hauses schnell und komfortabel ausführen. Dabei können sie voreingestellte Szenarien nutzen oder eigene programmieren. Voreingestellte Abläufe sind zum Beispiel „Haus verlassen“ oder „nach Hause kommen“. Beim Auslösen des Szenarios „Guten Morgen“ fahren je nach Wunsch die Rollläden hoch, das Licht im Flur schaltet sich ein, und die Heizkörper-Thermostate regulieren die gewünschte Temperatur

im Badezimmer. In der Küche wird dank des Zwischensteckers der angeschlossene Wasserkocher für die morgendliche Tasse Tee angeschaltet. Dies alles kann der Szenario Manager – dank der Vernetzung möglichst vieler Geräte.

Künftig wird der KI-Anteil auch im smarten Zuhause zunehmen. Das Haus wird aus bestimmten Verhaltensmustern seiner Bewohner lernen und sich zu ihrem Nutzen selbst steuern können. Algorithmen werden erkennen, wenn etwas nicht nach einem bekannten Muster verläuft – etwa wenn ein smartes Heizungsventil mitten in der Nacht einen ungewöhnlich hohen Verbrauch registriert. Das Ventil meldet das ungewöhnliche Ereignis nicht nur dem Nutzer, sondern auch der Heizung selbst – sie schaltet sich ab, um Wasserschäden zu vermeiden. Dem Kunden bleiben hohe Kosten erspart. Wir sind überzeugt: Der Nutzen von KI wird so klar spürbar sein, dass wir damit weitere Hausbesitzer fürs Smart Home gewinnen können. Gerade deshalb beschäftigen wir uns schon heute mit künstlicher Intelligenz im Haus, mit Partnern inner- und außerhalb von Bosch.

Damit sich Geräte verstehen – Plattformen und Interoperabilität

Meine Damen und Herren, „gemeinsam“ ist das Stichwort für einen weiteren strategischen Aspekt, der uns bei Bosch wichtig ist: Partnerschaften, Plattformen und Interoperabilität. In der vernetzten Welt sind viele Geräte und Dienste unterschiedlicher Hersteller im Einsatz. Wir

müssen diese Geräte und Dienste gewissermaßen Freunde werden lassen. Sie müssen sich verstehen, interoperabel sein, um Nutzen für die Menschen zu stiften.

Dazu kann ich Ihnen heute vom jüngsten Neuzugang unseres IoT-Ökosystems berichten, dem Start-up [SAST](#). SAST steht für Security and Safety Things GmbH. Erst vor wenigen Wochen in München gegründet, ist die Gesellschaft noch recht klein, hat aber Großes vor. Das Start-up ist eine 100prozentige Bosch-Tochter, die mit zunächst 80 Mitarbeitern den Markt mit Software für Sicherheitskameras aufmischen will. Das Ziel: Die weltweit erste offene IoT-Plattform für Kamera-Apps im Bereich Sicherheit zu entwickeln. Mitte 2019 soll der neue App-Store online sein.

Sicherheitskameras sind nicht mehr wegzudenken, wo viele Menschen zusammentreffen – sie dienen dem Schutz von Bahnhöfen, Flughäfen, Kauf- und Bürohäusern. Längst helfen Kameras auch Gefahren frühzeitig zu erkennen, indem sie die Analyse von Bewegungsmustern unterstützen – auch dies ist ein frühes Einsatzfeld der KI. Es gibt jedoch eine Herausforderung: Mit der Alterung ihrer Software werden Kameras „dumm“. Und selbst wenn eine neue Software kommt, passt sie häufig nicht zur spezifischen Hardware. Sicherheitskameras könnten

also viel mehr, gäbe man ihnen regelmäßig ein kompatibles aufgefrischtes Software-Paket.

Genau hier kommt das neue Start-up ins Spiel. SAST stellt erstmals ein Betriebssystem zur Verfügung, mit dem Apps für verschiedene Sicherheitskameras programmiert und gesteuert werden können. Fürs Update ist also keine Vielzahl von Software-Varianten mehr notwendig, eine Version genügt. SAST schafft mit dem offenen und standardisierten Betriebssystem nichts weniger als einen globalen Marktplatz für Anwendungen in Sicherheitskameras. Für neue Kameras heißt das über den Lebenszyklus hinweg: alte Software raus, neue Software rein. Per Fernzugriff. Ohne weitere Anpassungen, ohne großen Aufwand. Wann immer nötig.

Die neue Lösung trifft auf einen Markt, der seit Jahren stetig expandiert. Allein in Deutschland haben Kunden 2017 mehr als eine halbe Milliarde Euro für Videotechnik im Sicherheitsbereich ausgegeben, ein Plus von sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahr (Quelle: BHE). Weltweit werden Hersteller 2018 rund 130 Millionen Sicherheitskameras ausliefern, 2006 waren es erst zehn Millionen Stück (Quelle: IHS Markit). Für diesen wachsenden Markt realisieren wir erstmals eine einheitliche Software-Entwicklungsplattform. Davon können alle Beteiligten profitieren.

Meine Damen und Herren, mit unserem SAST-Engagement komme ich zum Schluss. Es verdeutlicht in besonderem Maße unsere Strategie, in digitale Wachstumsfelder zu investieren und dabei auch neue Plattformen entstehen zu lassen.

Abschließend noch die Ankündigung des Wechsels in der Geschäftsführung des Unternehmensbereichs Energy and Building Technology. Diesen übernimmt ab dem 01. Januar mein Nachfolger Dr. Christian Fischer. Das Wort möchte ich nun an ihn übergeben.



BOSCH

7. Dezember 2018
RF10829

**Die digitale Transformation –
oder die Erstbesteigung eines Berges**

Dr. Christian Fischer,
seit Oktober 2018 Mitglied der Geschäftsführung
der Robert Bosch GmbH,
auf dem Pressegespräch des Unternehmensbereichs
Energy and Building Technology
am 7. Dezember 2018

Es gilt das gesprochene Wort.

Robert Bosch GmbH
Postfach 10 60 50
70049 Stuttgart

Corporate Communications
and Brand Management
E-Mail
vorname.nachname@bosch.com
Telefon: +49 711 811-xxxx
Telefax: +49 711 811-xxxx

Leitung: Dr. Christoph Zemelka
www.bosch-presse.de

Vielen Dank, Herr Hartung ...

... für Ihre freundliche Einführung. Ich bin also der Neue – so neu, dass es vermessen wäre, schon dezidierte programmatische Aussagen zur Zukunft des Unternehmensbereichs Bosch Energy and Building Solutions zu machen. Als gebürtiger Hamburger könnte ich auch sagen: Ich bin gerade erst im Oktober bei Bosch an Bord gekommen. Als passierter Bergwanderer allerdings möchte ich nach meinen ersten Eindrücken hinzufügen: Wir sind mitten in der digitalen Transformation, und dies ist wie die Erstbesteigung eines Berges. Die digitale Transformation – das ist kein Neuland, wie es eine uns allen bekannte Politikerin einmal ausgedrückt hat, wohl aber müssen wir neue und bisher unbekannte Wege gehen. Dafür braucht es, um im Bild der Bergbesteigung zu bleiben, einen klaren und schwindelfreien Blick, eine gute Ausrüstung, feste robuste Schritte und nicht zuletzt ein starkes Team. Wobei die Frauen und Männer am Seil von allem das Wichtigste sind.

Überziehen möchte ich mein Bild nicht, aber einiges kann ich doch übertragen: Was Bosch im Gepäck hat, ist ein tiefes und vielseitiges Wissen in der Welt der Dinge – die breite Domänenkompetenz, die vieles mit vielem vernetzen kann, etwa das Auto mit dem Haus. Die 130jährige Innovationsgeschichte dieses Unternehmens hat mich schon immer beeindruckt, und als neuer Geschäftsführer kann ich helfen, neue Entwicklungen für die nächste Dekade anzustoßen. Der klare Blick, dem wir folgen müssen – dafür steht grundsätzlich das strategische Leitmotiv „Technik fürs Leben“, das wir gerade auch in der Energie- und Gebäudetechnik einlösen können. Herr Hartung hat die entsprechenden Lösungen vorhin beschreiben, und als Freund glaubhafter Visionen werde ich daran sehr konkret weiterarbeiten. Es ist gut, dass Bosch so früh die digitale Transformation ins Visier genommen hat – auch das gehört zum klaren Blick dieses Unternehmens. Schon vor gut zehn Jahren hat es mit der Entwicklung fürs Internet der Dinge begonnen, daraus sind technische Vorsprünge entstanden. Und diese Entwicklung geht mit festen Schritten weiter: die Vielzahl der vernetzten Erzeugnisse, die IoT-Plattform und nicht zuletzt die Anwendungen der künstlichen Intelligenz, die nach den

Worten von Herrn Hartung nicht irgendwann, sondern jetzt stattfinden. Ohne motivierte und qualifizierte Mitarbeiter ist jedoch alles nichts. Das mag Ihnen wie eine Unternehmer-Plattitüde in den Ohren klingen. Für mich als Newcomer aber ist es gut zu wissen, dass ich in der Energie- und Gebäudetechnik von Bosch schon genau solche Mitarbeiter reichlich kennengelernt habe.

Es sind mithin gute Voraussetzungen, auf die ich in der Nachfolge von Herrn Hartung aufbauen kann. Ich freue mich, die Zukunft eines so kerngesunden Unternehmens wie Bosch mitgestalten zu können. Dieses Unternehmen, da bin ich sicher, geht die digitale Transformation aus einer Position der Stärke an.

Sie wissen vielleicht, dass ich nicht nur ein Tec-Dax-Unternehmen geleitet habe, sondern von Roland Berger auch Erfahrungen in der Beratungsbranche mitbringe. Wie schwierig Sanierungen oder auch Restrukturierungen sein können, das weiß ich aus diesen Erfahrungen sehr wohl. Auch deshalb bin ich ein Freund rechtzeitiger oder auch proaktiver Transformation – und genau das sehe ich bei Bosch.