



#LikeABosch: Bosch startet IoT-Imagekampagne Positionierung als weltweit führendes Unternehmen im Internet der Dinge

7. Januar 2019
PI 10837 RB DH/KB

- ▶ Bosch unterstreicht seine IoT-Kompetenz mit Hip-Hop und Humor
- ▶ Kampagnenstart am 7. Januar auf Elektronikmesse CES 2019 in Las Vegas
- ▶ Markenchef Dolkhani: „An Bosch führt im Internet der Dinge kein Weg vorbei“

Stuttgart / Las Vegas – „Like A Bosch“. Dieser Slogan bildet das Herzstück einer neuen weltweiten Imagekampagne, die das Technologie- und Dienstleistungsunternehmen am 7. Januar 2019 zum Auftakt der weltgrößten Konsumelektronikmesse CES in Las Vegas gestartet hat. Ziel ist es, die Bekanntheit von Bosch als führender Anbieter von vernetzten Produkten und Lösungen zu steigern. Kern der Maßnahmen ist ein [Hip-Hop-Musikvideo](#), in dem der Alltagsheld genau weiß, wo es im Internet der Dinge (Internet of Things, IoT) langgeht. „Like A Bosch“ ist eine Kampagne mit bisher ungewohnter Herangehensweise und Tonalität für das 1886 gegründete Unternehmen. Die Werbemaßnahme nutzt eine bestehende Online-Bewegung – das Internetphänomen „Like A Boss“. Im Netz finden sich unzählige „Like A Boss“-Kurzfilme mit Klickzahlen im zweistelligen Millionenbereich. Jedes Video zeigt Sequenzen von und mit Alltagshelden, die kuriose Stunts fabrizieren, schwere sportliche Übungen ausführen oder heikle Situationen mit technischem Geschick lösen. In der Unternehmenskampagne wird dieses Internetphänomen kurzerhand zu „Like A Bosch“. Der junge Mann im Bosch-Video ist jederzeit Herr der Lage – dank vernetzter Lösungen von Bosch. Mit dem Smartphone steuert er cool, smart und souverän sein Auto, seinen Rasenmäher oder seine Kaffeemaschine – „wie ein Bosch“ eben.

IoT-Bewegung viral in Gang setzen

„Wir haben einen strategischen Ansatz entwickelt, der einen weltweiten Internethype aufgreift und humorvoll umdeutet“, sagt Bosch-Markenchef Boris Dolkhani. „An Bosch führt im Internet der Dinge kein Weg vorbei. Das ist die klare Botschaft der Kampagne.“ Um die breite Masse zu erreichen, will das Unternehmen eine IoT-Bewegung viral in Gang setzen, die diese Botschaft auf allen relevanten Kommunikationskanälen vermittelt. Dafür setzt Bosch auch auf

seine mehr als 400 000 Mitarbeiter. Sie sollen die Videos liken und teilen. Im Laufe des Jahres folgen weitere Produktfilme zu den IoT-Domänen Connected Mobility und Connected Living. Die von der Hamburger Werbeagentur Jung von Matt kreierte Imagekampagne wird auf digitalen und sozialen Kanälen gespielt.

Unternehmen im Wandel

Bosch baut seine Position als führendes IoT-Unternehmen immer weiter aus: 2017 verkaufte die Marke bereits 38 Millionen internetfähige Erzeugnisse, von inzwischen rund 27 000 Software-Entwicklern arbeiten allein 20 Prozent für das IoT. Nach Einschätzung von Bosch wird bis 2020 das IoT-Marktvolumen weltweit um jährlich 35 Prozent auf 250 Milliarden US-Dollar steigen. Daher verfolgt auch das Unternehmen ehrgeizige Ziele und will bis dahin alle seine elektronischen Geräte internetfähig machen. Mit jedem Gerät sollen künftig datenbasierte Services angeboten werden, ein Schlüssel dafür ist künstliche Intelligenz.

Materialien und Hintergründe zur „Like A Bosch“-Kampagne

iot.bosch.com

Bosch auf der CES 2019

- **PRESSEKONFERENZ: Montag, 7. Januar 2019, 9:00 – 9:45 Uhr** (Lokalzeit) im Mandalay Bay Hotel, **South Convention Center, Level 2**; Mandalay Bay Ballrooms B, C & D
- **MESSESTAND: Dienstag bis Freitag, 8. – 11. Januar 2019** in der Central Hall, Stand #14020
- **FOLGEN SIE** den Bosch CES 2019 Highlights auf Twitter: **#BoschCES**

PANELS MIT BOSCH-EXPERTEN:

- **Mittwoch, 9. Januar 2019, 9:00 – 10:00 Uhr** (Lokalzeit)
“[Connected Home Innovations](#)” mit Anne Rucker, Global Head of Digital Strategy, Venetian, Level 4 Marcello 4405
- **Mittwoch, 9. Januar 2019, 9:00 – 10:00 Uhr** (Lokalzeit)
“[Technology, Jobs, and the Future of Work](#)” mit Charlie Ackerman, Senior Vice President of Human Resources North America, Las Vegas Convention Center, North Hall N258
- **Mittwoch, 9. Januar 2019, 14:15 – 15:15 Uhr** (Lokalzeit)
“[IoT to the Max, Thanks to 5G](#)” mit Davie Sweis, Vice President of Global Digital Business at Bosch in North America, Las Vegas Convention Center, North Hall N256

Journalistenkontakt:

Dirk Haushalter,

Telefon: +49 711 811-38195

Twitter: @Dirk_Haushalter

Die Bosch-Gruppe ist ein international führendes Technologie- und Dienstleistungsunternehmen mit weltweit rund 402 000 Mitarbeitern (Stand: 31.12.2017). Sie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2017 einen Umsatz von 78,1 Milliarden Euro. Die Aktivitäten gliedern sich in die vier Unternehmensbereiche Mobility Solutions, Industrial Technology, Consumer Goods sowie Energy and Building Technology. Als führender Anbieter im Internet der Dinge (IoT) bietet Bosch innovative Lösungen für Smart Home, Smart City, Connected Mobility und Industrie 4.0. Mit seiner Kompetenz in Sensorik, Software und Services sowie der eigenen IoT Cloud ist das Unternehmen in der Lage, seinen Kunden vernetzte und domänenübergreifende Lösungen aus einer Hand anzubieten. Strategisches Ziel der Bosch-Gruppe sind Lösungen für das vernetzte Leben. Mit innovativen und begeisternden Produkten und Dienstleistungen verbessert Bosch weltweit die Lebensqualität der Menschen. Bosch bietet „Technik fürs Leben“. Die Bosch-Gruppe umfasst die Robert Bosch GmbH und ihre rund 440 Tochter- und Regionalgesellschaften in 60 Ländern. Inklusiv 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 64 500 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung an 125 Standorten.

Das Unternehmen wurde 1886 als „Werkstätte für Feinmechanik und Elektrotechnik“ von Robert Bosch (1861–1942) in Stuttgart gegründet. Die gesellschaftsrechtliche Struktur der Robert Bosch GmbH sichert die unternehmerische Selbstständigkeit der Bosch-Gruppe. Sie ermöglicht dem Unternehmen langfristig zu planen und in bedeutende Vorleistungen für die Zukunft zu investieren. Die Kapitalanteile der Robert Bosch GmbH liegen zu 92 Prozent bei der gemeinnützigen Robert Bosch Stiftung GmbH. Die Stimmrechte hält mehrheitlich die Robert Bosch Industrietreuhand KG; sie übt die unternehmerische Gesellschafterfunktion aus. Die übrigen Anteile liegen bei der Familie Bosch und der Robert Bosch GmbH.

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