



BOSCH

3. Februar 2021
RF11262 de Ka / De / My

**Bosch hält in der Corona-Krise Kurs –
Positives Ergebnis erzielt, CO₂-Neutralität erreicht**

Sendesperrfrist
04.02.2021
12:00 Uhr

Dr. Volkmar Denner,
Vorsitzender der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH,
und Prof. Dr. Stefan Asenkerschbaumer,
stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung
der Robert Bosch GmbH,
anlässlich des Pressegesprächs zum Jahresauftakt
am 3. Februar 2021

Es gilt das gesprochene Wort.

Robert Bosch GmbH
Postfach 10 60 50
70049 Stuttgart

Communications &
Governmental Affairs
E-Mail: Sven.Kahn@bosch.com
Telefon: +49 711 811-6415
Telefax: +49 711 811-5183891

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

Sehr geehrte Damen und Herren,

- nach wie vor hält uns die Corona-Pandemie auf Abstand. Dennoch oder gerade deshalb wollen wir mit Ihnen im engen Austausch bleiben. Mit besonderer Herzlichkeit begrüße ich Sie daher zu unserem Pressegespräch zum Jahresauftakt. Immerhin gibt es Lichtblicke – allen voran den Beginn der Impfungen zum Jahreswechsel. So sehen wir mit verhaltener Hoffnung ins neue Jahr.
- Was sind die Sachthemen dieses Abends? Zunächst der Jahresrückblick: Wie hat sich das Geschäft von Bosch 2020 entwickelt? Und übers Jahr hinaus: Welche Perspektiven und Geschäftschancen sehen wir in Sachen Klimaschutz und Mobilität, Internet der Dinge und künstlicher Intelligenz?
- Das Jahr 2020 war bestimmt vom Coronavirus – gesellschaftlich, politisch und wirtschaftlich.
- Ein Jahr, das uns allen viel abverlangt hat: unseren Kunden, unseren Lieferanten und dem Bosch-Team.
- 2020 war ein Jahr, in dem unsere Mitarbeiter gezeigt haben, was „We are Bosch“ auch im Ernstfall bedeutet – Initiative, Zusammenhalt und Durchhaltevermögen. Sie haben Außergewöhnliches geleistet, sei es beim schnellen und reibungslosen Hochlauf von mehr als 100 betroffenen Werken nach dem Shutdown, sei es bei der Entwicklung eines Coronavirus-Schnelltests in nur sechs Wochen – ein Test, der auch mutierte Corona-Viren sicher detektiert. Und zugleich haben sie einen Meilenstein im Kampf für den Klimaschutz gesetzt: Bereits seit dem Frühjahr 2020 ist Bosch mit allen 400 Standorten weltweit nach internen Berechnungen klimaneutral – früher, besser und kostengünstiger als erwartet. Darauf bin ich besonders stolz. Eine unabhängige Testierung erfolgt derzeit.
- Daher will ich mich vor dem Einblick in die vorläufigen Geschäftszahlen zunächst im Namen der gesamten Geschäftsführung bei unseren Mitarbeitern rund um den Globus bedanken. Ohne das starke Engagement und die Solidarität der Kolleginnen und Kollegen hätte Bosch die Corona-Krise nicht so gut bewältigen können wie bisher.

- In der Tat hat sich unser Geschäft 2020 besser entwickelt als erwartet. Den Auswirkungen der Pandemie zum Trotz haben wir ein deutlich positives Ergebnis erzielen können. Dabei hat sich erneut unsere breite Aufstellung bewährt, nach Regionen wie auch nach Unternehmensbereichen.
- Die Lage bleibt anspruchsvoll – von Entspannung kann leider noch keine Rede sein, nicht nur wegen der anhaltenden Corona-Pandemie. Zudem besteht nach wie vor Druck durch den Rückgang der Automobilproduktion und den Strukturwandel der Branche.
- Die vorläufigen Geschäftszahlen des Jahres 2020 stellt Ihnen jetzt Stefan Asenkerschbaumer vor. Er gibt Ihnen zudem einen ersten Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr.

Geschäftsjahr 2020: Entwicklung besser als erwartet

- Volkmars, vielen Dank! Meine Damen und Herren zu Hause oder in den Redaktionen, ich heiße Sie ebenfalls herzlich willkommen.
- Das Jahr 2020 war konjunkturell durch die Corona-Pandemie bestimmt. Das Herunterfahren des öffentlichen Lebens führte vor allem im zweiten Quartal zu einem wirtschaftlichen Einbruch in nahezu allen Ländern der Welt. Ganze Branchen gingen in den Shutdown. Das stellte auch die Automobilindustrie mit ihren weltweit eng verflochtenen Lieferketten vor große Herausforderungen.
- Bei Bosch führte dies im Frühjahr zu einem tiefen Einbruch der Geschäftsentwicklung: Unser Umsatz ging in den Monaten April und Mai im Durchschnitt um rund 40 Prozent gegenüber den Vorjahresmonaten zurück. Mit den Lockerungen im zweiten Halbjahr konnte das Wirtschaftsleben wieder anfahren. Damit hat auch Bosch erheblich aufgeholt.
- Insgesamt sind wir mit der Geschäftsentwicklung im Krisenjahr 2020 sehr zufrieden: Wir haben ein deutlich positives Ergebnis erzielt. Auch der Umsatz der Bosch-Gruppe hat sich insgesamt besser entwickelt als Mitte des Jahres noch erwartet.

- Bevor ich zu den Kennzahlen komme, möchte ich einige unserer Maßnahmen zur Krisenbewältigung ansprechen. Wir haben schnell gehandelt und unsere Kosten an den Umsatzrückgang angepasst. Aber wir haben auch darauf geachtet, wichtige Zukunftsthemen wie Elektromobilität und AIoT voranzutreiben.
- Zudem konnten wir gemeinsam mit unseren Arbeitnehmervertretern kurzfristig Lösungen finden, um durch proportionale Einsparungen bei den Personalkosten Arbeitsplätze zu sichern – gegriffen haben unter anderem Kurzarbeit, Arbeitszeitabsenkungen und unbezahlte Urlaubstage bei den Führungskräften. Unsere Beschäftigten haben die notwendigen Sparmaßnahmen über alle Ebenen hinweg unterstützt. Dafür bedanke ich mich an dieser Stelle ebenfalls ausdrücklich.
- Konsequenter waren wir auch bei den Investitionen: Durch Investitionskürzungen haben wir mehr als 1,1 Milliarden Euro an finanziellen Mitteln im Vergleich zum Vorjahr eingespart. Die Investitionsquote betrug rund 5 Prozent. Damit konnten wir auch unsere Liquidität erhöhen.
- Meine Damen und Herren, wie spiegelt sich die Geschäftsentwicklung in den vorläufigen Geschäftszahlen konkret wider? Dazu weisen wir wie in den Vorjahren die Kennzahlen des internen Berichtswesens aus, die von den externen Zahlen des Geschäftsberichts etwas abweichen können:
- Der Umsatz der Bosch-Gruppe belief sich auf 71,6 Milliarden Euro und lag damit wechsellkursbereinigt um 4,4 Prozent unter Vorjahr.
- Das EBIT erreichte rund 1,9 Milliarden Euro.
- Die EBIT-Rendite liegt damit voraussichtlich bei rund 2,5 Prozent vom Umsatz.
- Das Ergebnis enthält Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von rund 1,4 Milliarden Euro – damit stärken wir langfristig unsere Ertragskraft.
- Bereinigt um diese Aufwendungen kommen wir auf ein EBIT von voraussichtlich rund 3,3 Milliarden Euro oder rund 4,5 Prozent vom Umsatz.
- Die Kostenanpassungen und Investitionskürzungen führen zudem zu einem positiven Free Cash Flow von rund 5 Milliarden Euro. Das ist der bisher höchste Wert in unserer Unternehmensgeschichte – obwohl wir im ersten Halbjahr noch von einem negativen Wert ausgingen.

Geschäftsjahr 2020: Entwicklung der Unternehmensbereiche

- Meine Damen und Herren, Umsatzrückgänge sehen wir nahezu in allen Unternehmensbereichen, wenn auch in unterschiedlichem Maße. Einzig das Gebrauchsgütergeschäft ist im Umsatz gewachsen.
- Unseren größten Unternehmensbereich **Mobility Solutions** hat der Shutdown besonders stark getroffen. Der Umsatz blieb mit 42,3 Milliarden Euro 9,5 Prozent unter Vorjahr. Wechselkursbereinigt betrug das Minus 8,1 Prozent. Insgesamt entwickelte sich unser Geschäft dennoch besser als der Markt, schrumpfte die Automobilproduktion doch um 15 Prozent.
- Der Unternehmensbereich **Consumer Goods** wirkte stabilisierend für unser Geschäft. Wir haben hier von einer Sonderkonjunktur bei Hausgeräten und Elektrowerkzeugen profitiert, da sich die Konsumenten durch die Corona-Pandemie auf den häuslichen Bereich konzentrierten. Der Umsatz legte trotz des Einbruchs im Frühjahr nominal um 5,2 Prozent auf 18,6 Milliarden Euro zu. Wechselkursbereinigt ist das sogar ein Plus von 8,2 Prozent.
- Der Unternehmensbereich **Industrial Technology** konnte sich der anhaltenden Marktschwäche auch 2020 nicht entziehen. Zudem belastet die Corona-Krise das Geschäft deutlich. Der Umsatz von 5,1 Milliarden Euro blieb insgesamt um 16,0 Prozent unter Vorjahr, wechselkursbereinigt um 15,0 Prozent. Erfreulicherweise ziehen seit Herbst auch hier die Auftragseingänge wieder an.
- Der Unternehmensbereich **Energy and Building Technology** profitierte von Förderprogrammen für klimafreundliche Heizungen sowie einem stabilen Errichtergeschäft in der Gebäudetechnik. Weniger günstig verlief dort das Produktgeschäft. Der Ausfall vieler Veranstaltungen führte zum Beispiel bei der Konferenz- und Beschallungstechnik zu erheblichen Einbußen. Insgesamt hielt sich der Umsatzrückgang allerdings in Grenzen. Die Erlöse sanken um 3,4 Prozent auf 5,4 Milliarden Euro. Wechselkursbereinigt ist das lediglich ein Rückgang von 2,0 Prozent.

Geschäftsjahr 2020: Entwicklung in den Regionen

- Meine Damen und Herren, als nächstes blicke ich kurz auf die regionale Umsatzentwicklung. Auch hier hinterließ der Umsatzeinbruch des Frühjahrs Spuren, wenn auch in unterschiedlicher Ausprägung.
- In **Europa** lag der Umsatz bei 38,0 Milliarden Euro. Das ist ein Minus von 5,7 Prozent, wechselkursbereinigt von 4,6 Prozent.

- In **Nordamerika** sank der Umsatz um 14,0 Prozent auf 10,8 Milliarden Euro, wechsellkursbereinigt verringerte er sich um 12,0 Prozent.
- In **Südamerika** gaben die Erlöse wechsellkursbereinigt um 2,5 Prozent nach und erreichten 1,1 Milliarden Euro. Nominal belief sich das Minus auf 21,0 Prozent.
- In **Asien-Pazifik** lagen die Erlöse bei 21,7 Milliarden Euro, was erfreulicherweise nur einem leichten Rückgang von 1,4 Prozent entspricht. Wechselkursbereinigt ergibt sich sogar ein Plus von 0,5 Prozent. Geholfen hat die frühe Markterholung und die positive Umsatzentwicklung in China. Unser Umsatz in China übertraf zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte den Umsatz in Deutschland.

Geschäftsjahr 2020: Mitarbeiterentwicklung

- Meine Damen und Herren, ich komme zur Mitarbeiterentwicklung. Weltweit zählte die Bosch-Gruppe zum Stichtag 31. Dezember 2020 rund 394 500 Mitarbeiter. Davon waren 129 900 in Deutschland beschäftigt.
- Unsere weltweite Mitarbeiterzahl lag lediglich um 1,1 Prozent unter Vorjahr. Das zeigt, dass wir das Beschäftigungsniveau trotz Krise bislang nahezu stabil halten konnten – in unseren Forschungs- und Entwicklungsbereichen haben wir sogar leicht aufgebaut, um unsere Investitionen in die Zukunft gezielt fortzuführen.

Ausblick 2021: Verhaltene Entwicklung der Weltwirtschaft

- Nicht nur vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie blicken wir vorsichtig auf das neue Geschäftsjahr. Wir müssen uns darauf einstellen, dass sich die Weltwirtschaft langsamer erholt als in den vergangenen Monaten. Nachdem sie im vergangenen Jahr um etwa 4,5 Prozent geschrumpft war, wird sie in diesem Jahr nach unserer Einschätzung um knapp 4 Prozent wachsen.
- Dabei wird das Wachstum nicht nur durch die anhaltenden Folgen der Pandemie gedämpft. Auch politische Entwicklungen, wie etwa der Brexit und die unveränderte strategische Konkurrenzsituation mit potenziellen Handelseinschränkungen zwischen den USA und China, beeinträchtigen die weltwirtschaftliche Entwicklung.

- Ähnliches gilt in der Automobilindustrie. Weltweit werden in diesem Jahr rund 85 Millionen Fahrzeuge von den Bändern rollen. 2020 war die Automobilproduktion auf rund 78 Millionen Stück eingebrochen, nach gut 92 Millionen 2019. Zur Erinnerung: Der Höchststand hatte 2017 bei 98 Millionen Einheiten gelegen. Dies deutet auf Überkapazitäten im Markt hin – um bis zu 20 Prozent. Aktuell erschwert der Engpass auf dem weltweiten Halbleiter-Markt das Geschäft der Automobilbranche – dem kann sich auch Bosch nicht entziehen.
- Meine Damen und Herren, aufgrund der nach wie vor volatilen Rahmenbedingungen wollen wir Ihnen zum jetzigen Zeitpunkt keine Umsatz- und Ertragsprognose für das laufende Jahr geben.
- Es bleibt unser Ziel, in den für uns wichtigen Branchen und Regionen stärker als die Märkte zu wachsen. Unabhängig von der weiteren Entwicklung der Pandemie müssen wir die notwendigen und bereits eingeleiteten Strukturanpassungen fortsetzen. Dafür streben wir weiterhin möglichst sozialverträgliche Lösungen an – wir verstehen das als unseren Bosch-Weg.
- Uns geht es um zweierlei: zum einen, Bosch gestärkt aus der Corona-Krise zu führen, zum anderen den strukturellen Wandel der Automobilbranche erfolgreich mitzugestalten. Dazu werden wir konsequent an unserer Wettbewerbsfähigkeit und Ertragskraft arbeiten. Unser EBIT-Ziel liegt – wie Sie wissen – bei rund 7 Prozent. Wir brauchen eine starke finanzielle Basis, um den Ausbau unserer Zukunftsfelder zu sichern.
- Was aber sind kommende Wachstumsfelder für Bosch, was unsere Herausforderungen? Das wird Ihnen jetzt Volkmar Denner erläutern.

Strategie I:

Nachhaltig wachsen – mit Klimaneutralität und Elektromobilität

- Vielen Dank, Stefan! Meine Damen und Herren, meine strategischen Ausführungen möchte ich mit dem Kompass von Bosch beginnen, der gerade in Zeiten der Krise Orientierung gibt. Ich spreche von unserem Leitmotiv „Technik fürs Leben“. Wir folgen ihm mit Produkten und Dienstleistungen, die Leben retten, Lebensqualität verbessern und Umwelt wie auch Ressourcen schonen.

- Technik fürs Leben – das spornt vor allem unsere Ingenieure an, regelmäßig auch zu Pionierleistungen. So ist unser Automated Valet Parking AVP die erste Lösung fürs fahrerlose Fahren, die behördlich zugelassen ist. Und in diesen Monaten bringen wir die weltweit ersten radarbasierten Assistenzsysteme für Motorräder in Serie, bei BMW ebenso wie bei Ducati und KTM – wir sprechen vom virtuellen Schutzschild für Motorradfahrer.
- Technik fürs Leben – das leitet nicht zuletzt unsere Strategie an. Wir richten sie klar und konsequent auf Zukunftsfelder aus – Felder, die wir mitgestalten können, Felder, auf denen wir wachsen wollen und können. Das ist zum einen IoT, das Zusammenspiel von Internet der Dinge und künstlicher Intelligenz, das ist zum anderen die Nachhaltigkeit mit dem Schwerpunkt Klimaschutz.
- Selbst nachdem wir Bosch als erstes globales Industrieunternehmen klimaneutral gestellt haben, hört unsere Arbeit für den Klimaschutz nicht auf. Mit der neuen Gesellschaft Bosch Climate Solutions geben wir unsere Erfahrungen auch an andere Firmen weiter. Das Interesse ist groß, erste Kunden sind gewonnen – zum Beispiel so verschiedene Unternehmen wie Freudenberg und Hansgrohe, Köhler Papier und Prettl. Mit dem CO₂-Consulting ebnet Bosch den schnellen Weg in die klimaneutrale Wirtschaft. Und wir machen aus Klimaschutz ein neues Geschäftsmodell, mit dem wir wachsen können.
- Überdies wollen wir den CO₂-Fußabdruck entlang unserer Lieferkette weiter drastisch reduzieren, wir gehen also den sogenannten Scope 3 an. Dazu haben wir als weltweit erster Automobilzulieferer mit der Science-Based-Target-Initiative ein verbindliches Ziel vereinbart: 15 Prozent weniger CO₂-Emissionen bis 2030. Dies setzt neue und weiterentwickelte technische Lösungen für unsere Erzeugnisse voraus, nicht zuletzt für die Zukunft des Autofahrens. Klimaschutz von Bosch muss auch auf der Straße stattfinden.
- Was aber heißt nachhaltige Mobilität? Im Kern geht es um den Antrieb der Zukunft. Für Bosch ist diese Zukunft offen, jedenfalls haben wir schon immer in Alternativen gedacht. Auf dem Weg in die Elektromobilität investieren wir in diesem Jahr rund 700 Millionen Euro, nach 500 Millionen Euro im Jahr zuvor. Insgesamt haben wir dafür bereits gut 5 Milliarden Euro an Vorleistungen erbracht.

- Wiederum zahlt sich der Aufwand aus: Seit 2018 hat Bosch 90 Projekte für die Elektrifizierung des Antriebs gewonnen, davon allein 30 im vergangenen Jahr im Wert von 7,5 Milliarden Euro. Wir wachsen derzeit doppelt so schnell wie der Markt. Mehr als 2,5 Millionen Fahrzeuge weltweit fahren bereits mit elektrischen Antriebskomponenten von Bosch. Elektromobilität ist schon heute für Bosch ein Geschäft von mehreren Milliarden Euro.
- Die Elektromobilität wird also zu einem Kerngeschäft von Bosch. Dennoch tun wir in Zeiten des Strukturwandels gut daran, nach wie vor in Alternativen zu denken. Schon für das elektrische Fahren setzen wir nicht nur auf die Batterie, vielmehr entwickeln wir auch den Brennstoffzellen-Antrieb zur Serienreife. Und so wie Elektroautos mit regenerativem Strom CO₂-neutral unterwegs sind, so können das auch Diesel und Benziner mit synthetischen Kraftstoffen sein. Diese Chance für den Klimaschutz sollte durch die kommende Euro7-Regulierung nicht vertan werden.
- Schon jetzt belasten moderne Diesel und Benziner die Luftqualität in den Städten nicht mehr signifikant. Nach den bisher bekannten Vorschlägen der EU-Kommission müssten sie die Euro7-Grenzwerte allerdings in jedem auch noch so unrealistischen Fahrszenario einhalten – was ohne erhebliche Verteuerung der Fahrzeuge nicht möglich sein wird.
- Grundsätzlich stecken wir in einer anspruchsvollen Übergangsphase. Das sollte allen Beteiligten klar sein – auch der regulierenden Politik. Die Elektromobilität kommt und wird von niemandem in Frage gestellt – Bosch treibt diesen Wandel seit Jahren aktiv voran. Aber die nötigen Vorleistungen müssen aus dem bestehenden Antriebsgeschäft finanziert werden. Und um möglichst viele Beschäftigte bei diesem Wandel mitzunehmen, brauchen wir einen gleitenden Übergang. Dabei können wir alle Antriebsalternativen, Diesel und Benziner ebenso wie Elektrofahrzeuge, CO₂-neutral betreiben. Was wirtschaftlich und sozial richtig ist, wird damit ökologisch nicht falsch. Wir müssen im Dreieck aus ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten Balance halten. Den Wandel in der Automobilindustrie hin zu einer Mobilität ohne negative Klima- und Umweltfolgen ermöglichen und zugleich Beschäftigung sichern – das sollte Ziel sein. Derzeit beobachte ich allerdings eine einseitige Betonung des ökologischen Aspekts, mit der impliziten Annahme, das sei wirtschaftlich zu verkraften. Diese Hypothese sollte dringend überprüft werden.

Strategie II:

Wachstumschance AIoT – Vernetzte Produkte werden intelligent

- Das Beispiel des automobilen Antriebs zeigt deutlich, welche Gemengelage aus Chancen und Herausforderungen das Thema Nachhaltigkeit für ein Technologie-Unternehmen wie Bosch schafft. Hier kann neues Wachstum entstehen.
- Damit komme ich zu einem weiteren Zukunftsfeld für unser Unternehmen. Wer, wenn nicht Bosch, hat die Chance, sein Produktportfolio mit dem Internet der Dinge (IoT) und künstlicher Intelligenz (AI) zu verbinden? Wir sprechen von „AIoT“. Hier wollen wir führender Anbieter werden, und dafür bringen wir mehr als die meisten Wettbewerber mit: breites Domänenwissen zum einen, tiefe Elektronik- und Software-Kompetenz zum anderen.
- Mit AIoT schaffen wir Mehrwert für unsere Kunden – etwa weniger Energiekosten, mehr Komfort und Sicherheit. Uns selbst eröffnet AIoT die Möglichkeit eines geschlossenen Wertschöpfungskreislaufs. Wertschöpfung – das hieß für Bosch bisher vor allem Herstellung und Lieferung von Produkten. Erst die Vernetzung generiert Wissen über die Verwendung unserer Erzeugnisse – Felddaten, die wir mit AI analysieren können, um über Software-Updates die Produktnutzung zu verbessern oder neue Funktionen und Services zu entwickeln.
- Die technischen Voraussetzungen sind geschaffen: eine IoT-Suite, um Geräte, Sensoren und Gateways zu verbinden, eine Cloud-Infrastruktur, um Daten zu prozessieren, eine AI-Plattform, um Anwendungen der künstlichen Intelligenz zügig zu skalieren. Jetzt geht es darum, aus der technischen Kompetenz Geschäft zu machen.
- Bosch ist auf einem guten Weg, ein führendes AIoT-Unternehmen zu werden. Wir haben bereits rund 10 Millionen vernetzbare Elektrowerkzeuge, Hausgeräte und Heizsysteme verkauft, und die Zahl der aktiven Nutzer steigt. Insgesamt sind mehr als 90 Prozent aller elektronischen Bosch-Produkte schon heute vernetzbar. Zudem sollen spätestens von 2025 an alle Bosch-Produkte entweder über AI verfügen, damit entwickelt oder hergestellt werden.

- Reife Früchte trägt bereits die Arbeit des Bosch Center for Artificial Intelligence. Es hat schon im dritten Jahr nach seiner Gründung einen „return of invest“ realisiert. Seine Projekte haben inzwischen einen positiven Ergebnisbeitrag von rund 300 Millionen Euro erzielt.
- In besonderem Maße rechnet sich künstliche Intelligenz in der Produktion. Bei Bosch wird sie bereits in 600 Fertigungslinien eingesetzt. In unseren hochkomplexen Chipfabriken zum Beispiel kommt KI in der Feinplanung der Produktion zum Einsatz, um die Wafer zeit- und kostensparend durch nahezu 1 000 Bearbeitungsschritte zu steuern. Allein das steigert den Wafer-Durchsatz um 5 Prozent, und die Investition rechnet sich hier schon nach 3 Monaten.
- Wie sehr wir auf dem Weg zum AIoT unsere Elektronik- und Software-Kompetenz stärken, zeigt sich besonders in unserem größten Unternehmensbereich Mobility Solutions. Hier arbeiten seit Jahresbeginn weltweit rund 17 000 Mitarbeiter im neuen Geschäftsbereich Cross-Domain Computing Solutions zusammen. Die Einheit bündelt die Hard- und Software-Entwicklung für neue Elektronikarchitekturen im Fahrzeug.
- Wir zielen hier auf einen Zukunftsmarkt, der zum Beispiel mit dem automatisierten Fahren entsteht. Automatisierung setzt mehr Intelligenz im Auto voraus. Und mehr denn je werden domänenübergreifende Fahrzeugcomputer die Funktionen dezentraler Steuergeräte für Bremse, Antrieb und Lenkung vereinen.
- Schon jetzt kommt der Markt für software-intensive Elektroniksysteme im Fahrzeug auf ein Volumen von rund 20 Milliarden Euro. Bis 2030 erwarten wir jährlich einen Zuwachs um bis zu 15 Prozent. Bosch selbst akquirierte im zweiten Halbjahr 2020 für seine Fahrzeugrechner Aufträge über rund 2,5 Milliarden Euro. In diesem Jahr zeichnen sich weitere Abschlüsse in Milliardenhöhe ab.
- Über alle Unternehmensbereiche hinweg erschließen wir AIoT-Anwendungen. Die Spannweite der Lösungen aber ist groß, das zeigen drei sehr unterschiedliche Beispiele:
- Zunächst der intelligente Brandschutz. Ausgestattet mit KI, kann unsere videobasierte Branderkennung Aviotec auch in Umgebungen ohne sichtbares Licht eingesetzt werden. Dazu haben wir neue Algorithmen für die Videoanalyse entwickelt. Aviotec ist damit in der Lage, auch bei bloßer Infrarot-Beleuchtung Rauch und Flammen zuverlässig zu erkennen.

- Zweites Beispiel, das Fitness Tracking. Dazu haben wir auf der CES in Las Vegas einen KI-fähigen Sensor vorgestellt – den weltweit ersten seiner Art. Der Sensor kann jede neue Fitness-Aktivität erkennen, die sich regelmäßig wiederholt. Sein Clou ist „Edge AI“. Das heißt: Die Intelligenz steckt im Sensor selbst. So werden Latenzzeiten und Stromverbrauch minimiert, und die Daten bleiben geschützt. Der weltweite Markt für Fitness Tracking legt derzeit jährlich um 15 Prozent zu (Quelle: Fortune Business Insights).
- Schließlich die künstliche Intelligenz in der Produktion. Dazu hat unser Sondermaschinenbau eine Applikationsplattform für die maschinelle optische Inspektion von Werkstücken entwickelt. Wir nennen sie „Machine Vision AI“ – sie hilft, auch noch so unscheinbare Kratzer in Oberflächen oder Defekte in Schweißnähten nachzuweisen. Mit Anwendungen wie diesen haben wir gute Wachstumschancen. Denn industrielle Lösungen machen einen Großteil des weltweiten IoT-Marktes aus, der bis 2024 jährlich um elf Prozent zulegen wird (Quelle: IDC).

Nicht alles ist Corona – Bosch hält Kurs auf seine Ziele

- Gerade die Vielseitigkeit unserer AloT-Lösungen spiegelt die breite Aufstellung von Bosch wider. Und ganz persönlich könnte ich hinzufügen: Auch wenn wir weiter umsichtig durch die Corona-Krise navigieren müssen, verlieren wir unsere selbstgesteckten strategischen Ziele nicht aus den Augen.
- 2020 war ein außergewöhnliches Jahr, 2021 wird kaum weniger herausfordernd, und doch halten wir Kurs – um nachhaltige Mobilität für Personen und Güter zu ermöglichen und ein führendes AloT-Unternehmen zu werden.
- Noch ist die Krise nicht vorbei. Um zukunftsfähig zu bleiben, werden wir unsere Kostenarbeit fortsetzen. Aber in unseren Zielen übers Jahr hinaus stecken solide Wachstumschancen. Ich freue mich auf unseren Austausch, vorerst bedanke ich mich für Ihre Aufmerksamkeit!