



Präsenz in Südamerika:

Bosch seit 60 Jahren erfolgreich in Brasilien

Innovative Lösungen für Mobilität und Sicherheit

11. Juni 2014

PI 8601 INT De/af

- ▶ Sicherheit für Stadien und U-Bahnen
- ▶ FlexFuel-Technik von Bosch in fast jedem Fahrzeug in Brasilien verbaut
- ▶ Produktion überwiegend für den lokalen Markt

Dynamische Entwicklung, große Vielfalt und warmherzige Menschen: Brasilien zieht zu Recht die weltweite Aufmerksamkeit auf sich. Und nicht nur zu Zeiten sportlicher Großveranstaltungen. Mit einem BIP von 1,7 Billionen Euro gehört Brasilien inzwischen zu den sieben wirtschaftlich stärksten Ländern der Welt. Die Bosch-Gruppe begleitet die bemerkenswerte Entwicklung des Landes schon sehr lange. Die erste Vertretung wurde 1910 in Rio de Janeiro eingerichtet. Vor 60 Jahren wurde in São Paulo dann ein erstes Verkaufshaus eröffnet. Seitdem ist Bosch offiziell in Brasilien niedergelassen. Zwei Jahre später startete Bosch mit seiner ersten Fertigung in Campinas – rund 100 Kilometer von der Stadt São Paulo entfernt.

Heute ist die Bosch-Gruppe in Brasilien mit allen Unternehmensbereichen – Kraftfahrzeugtechnik, Industrietechnik, Gebrauchsgüter sowie Energie- und Gebäudetechnik – an acht Standorten vertreten. Das Unternehmen beschäftigt in dem Land 8 600 Mitarbeiter und erzielte im Jahr 2013 auf dem lokalen Markt einen Umsatz von 1,3 Milliarden Euro – das entspricht rund 80 Prozent des Bosch-Geschäftsvolumens in Südamerika. Darüber hinaus ist die Bosch-Gruppe einschließlich nicht konsolidierter Gesellschaften mit rund 1 000 Mitarbeitern in sechs weiteren süd- und zentral-amerikanischen Ländern vertreten, darunter Argentinien, Venezuela, Chile und Kolumbien.

Markt mit langfristigem Wachstumspotenzial

Südamerika ist wegen seines ausgezeichneten langfristigen Entwicklungspotenzials eine strategisch wichtige Region für Bosch. In den vergangenen zehn Jahren hat das Unternehmen dort rund 750 Millionen Euro investiert, davon den Großteil in Brasilien. Angesichts der rund 400 Millionen Einwohner in Südamerika, eines niedrigen Altersdurchschnitts und einer zunehmenden Kaufkraft der wachsenden Mittelschicht, rechnet das Unternehmen mit einer steigenden Nachfrage nach "Technik fürs Leben" – Produkte und Dienstleistungen für mehr Energieeffizienz, CO₂-Reduktion und Sicherheit. In Brasilien beispielsweise dürfte insbesondere der Bedarf an [Kraftfahrzeugtechnik](#) ansteigen: Nicht einmal jeder vierte Brasilianer besitzt heute ein Auto. Zudem gilt seit 2014 eine ABS (Antiblockiersystem)-Pflicht für alle Fahrzeuge, die in Brasilien und Argentinien produziert werden. Davon verspricht sich das Unternehmen einen zusätzlichen Schub.

Tägliche Sicherheit für Millionen Menschen

Die Kameras, Brandmelder und Evakuierungssysteme des Geschäftsbereichs Bosch Sicherheitssysteme sorgen dafür, dass täglich viele Millionen Brasilianer sicher reisen. Beispielsweise mit der U-Bahn von São Paulo, der größten Stadt Südamerikas. Allein den zentralen Knotenpunkt an der Praça da Sé nutzen täglich 900 000 Fahrgäste. Auch auf den beiden Autobahnen „Bandeirantes“ und „Anhanguera“, die die Millionenstädte São Paulo und Campinas verbinden, ist Sicherheitstechnik von Bosch zu finden: Seit dem Jahr 2000 hat die private Betreibergesellschaft CCR AutoBan insgesamt 360 Kilometer im Blick und kann Autofahrer schnell vor Gefahren warnen oder bei Notfällen eingreifen.

Bosch-Erzeugnisse sichern auch die Besucher in vielen Stadien des Landes ab. So zum Beispiel in der [Arena Itaipava Fonte Nova](#) in Salvador da Bahia. Dort sind 280 Kameras, 500 Lautsprecher und 4 000 Brandmelder von Bosch installiert. Das Stadion mit seinen 50 000 Plätzen kann dank dieser Sicherheitstechnik im Notfall innerhalb von acht Minuten evakuiert werden. Zur Ausstattung gehören außerdem Solarthermie-Kollektoren von Bosch Thermotechnik, die für warmes Wasser in der Anlage sorgen. Gefertigt werden diese Produkte in Alphaville, in der Nähe von São Paulo.

Breites Angebotsspektrum

Das Beispiel des Stadions in Salvador belegt die Stärke der Bosch-Gruppe, ein breites Lösungsspektrum durch Einbindung verschiedener Geschäftsbereiche anbieten zu können. Allein in Südamerika gibt es aktuell mehr als 190 Projekte dieser Art: Neben dem Bau von Sportstätten sind das

Vorhaben im Bergbau oder der Bauindustrie. Für Kunden in Südamerika bieten die Communication Center von Bosch in São Paulo und Joinville eine breite Palette an Dienstleistungen an. Dazu gehören Marketing, Kundenbetreuung, Finanzen, Sicherheit oder IT-Betreuung in Portugiesisch, Englisch und Spanisch. Die beiden Zentren sind Teil eines weltweiten Netzes mit mehr als 20 Standorten und Dienstleistungen in rund 30 Sprachen.

FlexFuel – Eine Entwicklung „local for local“

Die brasilianischen Standorte sind ein Beispiel für die Bosch-Strategie „local for local“. Dies bedeutet, dass vor Ort für den Markt der Region produziert wird. Dabei wird unter lokalem Management auf die besonderen Erfordernisse in der jeweiligen Region eingegangen. So hat Bosch speziell für Brasilien die [FlexFuel-Technik](#) entwickelt. Damit ist es möglich, dass Automobile sowohl Benzin als auch Ethanol in beliebiger Mischung tanken können. Seit den 1970er Jahren setzt Brasilien verstärkt auf das lokal produzierte Ethanol, um die Importe von Benzin und Diesel zu reduzieren. Dieselmotoren sind bis heute in Personenwagen nicht zugelassen. Aktuell sind dort rund 90 Prozent aller Personenwagen mit FlexFuel ausgestattet. Im Jahr 2013 wurde das zwanzigmillionste Fahrzeug mit dieser Bosch-Technik in Brasilien produziert. Andere wichtige Märkte dafür sind die USA, Kanada und Mexiko. Aktuell entwickelt Bosch die FlexFuel-Technologie für Dieselmotoren weiter. DualFuel heißt die Lösung, mit der Lastwagen auch Erdgas nutzen können. Damit kann Diesel bis zu 90 Prozent ersetzt werden. Bereits heute sind Bosch-Komponenten aus der Fertigung in Curitiba in fast jedem Lkw-Dieselmotor verbaut, der in Brasilien zum Einsatz kommt.

Qualifizierte Ausbildung seit 1960

Wie in anderen Ländern setzt Bosch auch in Brasilien auf eine qualifizierte Ausbildung nach dem bewährten deutschen Modell der dualen Ausbildung, einer Kombination aus theoretischen Inhalten und praktischem Training. Bereits 1960 vereinbarte das Unternehmen eine Zusammenarbeit mit dem staatlichen Ausbildungsprogramm SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) und stellte die ersten Auszubildenden ein. Rund 1 400 Absolventen haben seitdem die Technical Schools an den Bosch-Standorten Campinas und Curitiba verlassen. Heute nehmen dort jedes Jahr insgesamt 60 Jugendliche eine Ausbildung auf. Bosch hat in den vergangenen zehn Jahren rund 90 Prozent seiner Auszubildenden übernommen und liegt damit deutlich über dem Landesdurchschnitt von 50 Prozent.

Engagement über die wirtschaftlichen Interessen hinaus

Die Aktivitäten der Bosch-Gruppe in Brasilien gehen aber weit über die wirtschaftlichen Interessen hinaus. Von Kultur und Geschichte des Landes fasziniert begann das Unternehmen in den 1960er Jahren mit dem Aufbau einer Spezialbibliothek, die in Erstausgaben der wichtigsten Werke viele Facetten des Landes repräsentiert. Die Sammlung umfasst heute rund 1 000 Titel, darunter den Kolumbusbrief, einen Druck von 1493 in Latein, sowie den Ptolemaeusatlas von 1482 aus Ulm, der Amerika noch nicht enthält.

Das [Instituto Robert Bosch](#) unterstützt seit 2003 Aus- und Weiterbildungsprojekte an den brasilianischen Standorten. Im Sinne des Unternehmensgründers unterstützt die Organisation Kinder und Jugendliche aus sozial schwierigen Verhältnissen. Zusammen mit der Stadtverwaltung in Curitiba werden beispielsweise Kurse für mehr als 500 junge Leute angeboten. Etwa 70 Prozent von ihnen finden im Anschluss eine qualifizierte Beschäftigung. Das Instituto Robert Bosch arbeitet unter anderem auch eng mit der Hilfsorganisation [Primavera](#) - Hilfe für Kinder in Not e.V. zusammen, einem Verein, der von Bosch-Mitarbeitern gegründet worden ist.

Pressebilder: 1-INT-20225, 1-INT-20226, 1-INT-20227, 1-INT-20228, 1-INT-20229, 1-INT-20277

Journalistenkontakte in Deutschland:

Melita Delic, Telefon: +49 711 811-48617

Trix Böhne, Telefon: +49 711 811-6831

Journalistenkontakt in Brasilien:

Carlos Abdalla, Telefon: +55(19)2103-2734

Die Bosch-Gruppe ist ein international führendes Technologie- und Dienstleistungsunternehmen und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2013 mit rund 281 000 Mitarbeitern einen Umsatz von 46,1 Milliarden Euro. (Hinweis: Aufgrund geänderter Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind die Kennzahlen für 2013 mit den früher veröffentlichten Kennzahlen für 2012 nur bedingt vergleichbar). Die Aktivitäten gliedern sich in die vier Unternehmensbereiche Kraftfahrzeugtechnik, Industrietechnik, Gebrauchsgüter sowie Energie- und Gebäudetechnik. Die Bosch-Gruppe umfasst die Robert Bosch GmbH und ihre rund 360 Tochter- und Regionalgesellschaften in rund 50 Ländern; inklusive Vertriebspartner ist Bosch in rund 150 Ländern vertreten. Dieser weltweite Entwicklungs-, Fertigungs- und Vertriebsverbund ist die Voraussetzung für weiteres Wachstum. Im Jahr 2013 investierte die Bosch-Gruppe rund 4,5 Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung und meldete rund 5 000 Patente an. Das sind durchschnittlich 20 Patente pro Tag. Ziel der Bosch-Gruppe ist es, mit ihren Produkten und Dienstleistungen die Lebensqualität der Menschen durch innovative, nutzbringende sowie begeisterte Lösungen zu verbessern und Technik fürs Leben weltweit anzubieten.

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.bosch-presse.de,
<http://twitter.com/BoschPresse>