

**Bosch Automotive Aftermarket treibt Vernetzung
voran:
Zukunftsfähigkeit der Werkstatt und Mobilität des
Autofahrers stehen im Fokus**

Referat von Dr. Uwe Thomas

Vorsitzender des Bereichsvorstands

Automotive Aftermarket der Robert Bosch GmbH

anlässlich der Automechanika-Presskonferenz

am 16. September 2014

Es gilt das gesprochene Wort.

Robert Bosch GmbH
Postfach 41 09 60
76225 Karlsruhe

Corporate Communications
E-Mail
Heiderose.Dreiner@bosch.com
Telefon: +49 721 942-3145
Telefax: +49 711 811 507-4145

Leitung: Uta-Micaela Dürig
Presse-Forum:
www.bosch-presse.de

Sehr geehrte Damen und Herren,
ich begrüße Sie sehr herzlich auf unserem Messestand und zur Pressekonferenz von Bosch Automotive Aftermarket. Dies ist nicht nur die erste Pressekonferenz eines Ausstellers auf der diesjährigen Automechanika, es ist auch mein erster Besuch der Messe als Vorsitzender des Bereichsvorstandes von Automotive Aftermarket. Wenn ich mich hier auf unserem Stand umblicke, kann ich nur sagen: Ich hätte es nicht besser treffen können, als mit diesem großartigen Angebot an Parts, Bytes und Services auf dieser Messe zu sein.

Dabei sind weder die Automechanika noch unser Geschäftsbereich neu für mich. Ich habe vor genau 25 Jahren bei Bosch angefangen und meine erste Station hieß: Automotive Aftermarket. Zwar hat es mich in den Folgejahren in unterschiedliche Länder und zu verschiedenen anderen Bereichen von Bosch verschlagen, die meiste Zeit war ich jedoch bei Automotive Aftermarket tätig. Als ich im vergangenen Jahr die Chance bekam, den Bereich zu leiten, habe ich daher auch keine Sekunde gezögert.

Ich übertreibe wohl nicht, wenn ich sage, dass sich Bosch Automotive Aftermarket seit der Automechanika 2012 äußerst dynamisch entwickelt hat. Ich nenne hier nur die Übernahme von SPX Service Solutions. Damit können wir unsere Präsenz vor allem in Nordamerika – dem weltweit größten Markt für Ersatzteile, Werkstattzubehör und Dienstleistungen – weiter ausbauen. Die Zahl unserer Mitarbeiter ist um 3 500 auf mehr als 18 000 Mitarbeiter gestiegen. Inzwischen sind wir an 150 Standorten rund um den Globus vertreten. Damit sind wir einer der weltweit größten Anbieter für Parts, Bytes und Services – und blicken als solcher optimistisch nach vorn.

Denn auch für die Zukunft erwarten wir weiteres, wenn auch moderates Wachstum. In Europa wird das im Wesentlichen durch die Nachfrage in Frankreich und Deutschland getrieben, sowie die deutliche Erholung in Spanien und Großbritannien. Positiv gestaltet sich auch die Marktentwicklung in Nordamerika, Japan und China. Dämpfer sind hingegen in Lateinamerika, Russland und Indien zu verzeichnen. Global betrachtet bleibt unser Ausblick jedoch positiv.

Das ist auch wichtig, denn eine weltweite und wirtschaftlich starke Grundlage ist essenziell, um den Herausforderungen der Zukunft gewachsen zu sein. Unser Geschäftsfeld befindet sich sowohl technisch als auch regional deutlich im Wandel. Dabei nehmen weltweit die Anforderungen an die Marktteilnehmer hinsichtlich Know-how, Innovationskraft, internationaler Präsenz und Investitionsbereitschaft immer mehr zu. Nur wer diese Bedingungen erfüllen kann, wird in den kommenden Jahren bestehen. Wir stellen uns konsequent diesen Herausforderungen. Wir werden diesen Wandel aber nicht nur begleiten, sondern ihn als einer der Marktführer aktiv mitgestalten. Dabei folgen wir weiter unserem Geschäftsprinzip: We keep vehicles moving.

Im Mittelpunkt unserer strategischen Überlegungen steht immer der Autofahrer. Wir sorgen dafür, dass er mobil bleibt. Gleichzeitig entwickeln wir moderne Technik, von der Autofahrer in vielerlei Hinsicht profitieren: Durch verkürzte Reparaturzeiten, mehr Sicherheit im Straßenverkehr und mehr Komfort. Wir ermöglichen also nicht nur die Mobilität unserer Kunden, wir verbessern sie sogar.

Um auch den Herausforderungen der Zukunft erfolgreich begegnen zu müssen, muss man den Kunden verstehen. Man muss wissen, was der Autofahrer braucht. Und genau das tun wir. Wir wissen, was unsere Kunden wollen, und bieten die entsprechenden Lösungen an:

- eine schnelle, zeitwertgerechte Reparatur mit hochwertigen Teilen,
- umgesetzt mit moderner Werkstattausrüstung und gut geschultem Personal.

Darum investieren wir in die Entwicklung von neuen Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette: vom Ersatzteil über Software und Diagnosetechnik bis zu unserem Dienstleistungsangebot.

Diese Erwartung der Endkunden – also der Autofahrer - ist weltweit gleich. Sie wollen mobil bleiben. Doch unterschiedliche Technologien der Fahrzeuge und verschiedene wirtschaftliche Bedingungen erfordern differenzierte Ansätze. Deshalb entwickeln wir beispielsweise für Schwellenländer spezielle Lösungen, um dort Fahrzeuge besonders kostengünstig mobil zu halten. Und das ohne Abstriche an der Zuverlässigkeit und Qualität. Für diesen Grundsatz steht Bosch auch in den Emerging Markets. Lösungen, die dem Zeitwert des Fahrzeugs ent-

sprechen, spielen aber auch in den etablierten Märkten eine immer größere Rolle. Deshalb bieten wir mit aufbereiteten Teilen und garantierter Qualität eine attraktive und gleichzeitig hochwertige Alternative zum Neuteil an.

Wir unterstützen auch die Werkstätten mit innovativen Lösungen, damit sie dem Endkunden eine schnelle und kostengünstige Reparatur anbieten können. Dabei nutzen wir die Möglichkeiten der zunehmenden Vernetzung. Denn digitale Kommunikation und Datenvernetzung machen auch vor der Werkstatt nicht halt. Daher erarbeiten wir aktuell zahlreiche technische Lösungen für unsere Vision der zukünftigen „Vernetzten Werkstatt“.

Die Werkstatt der Zukunft wird mit unserer Unterstützung den „Gesundheitszustand“ ihrer Kundenfahrzeuge kennen und kann dem Fahrzeughalter bei Bedarf eine Reparatur empfehlen, noch bevor eine Fahrzeugkomponente ausfällt. Pannen und – vor allem bei gewerblichen Nutzfahrzeugen wichtig – unnötige Standzeiten können so vermieden werden. Das spart Zeit und Kosten und steigert die Wettbewerbsfähigkeit der Werkstatt. Gleichzeitig bekommt der Kunde schnell sein repariertes Fahrzeug zurück und bleibt somit mobil.

Derartige Szenarien zeigen auch, dass die immer komplexere Technik in den Fahrzeugen kein Schreckgespenst ist. Im Gegenteil: die Servicemitarbeiter erleben, dass mit Hilfe von Tablet-Computern und Datenbanken auch solche Fehler schnell erkannt und beseitigt werden können, die sonst verborgen bleiben. So gestalten wir moderne, attraktive Arbeitsplätze in den Werkstätten, auch und gerade für junge Leute – Arbeitsplätze mit Technik, die Spaß macht!

Meine Damen und Herren, wir bei Bosch werden die Entwicklung der Vernetzung in und um das Fahrzeug mit unserer Softwarekompetenz nicht nur begleiten, sondern aktiv vorantreiben. Ich übertreibe nicht, wenn ich sage: wir stehen am Anfang einer geradezu revolutionären Entwicklung. Denken Sie nur an die neuen Möglichkeiten, die sich aus der Fahrzeugvernetzung und neuen Telematik-Dienstleistungen ergeben. Insbesondere für Fahrzeugflotten bieten sich beispielsweise für Leasingunternehmen, Fuhrparkmanager oder auch Kfz-Versicherer ganz neue Ansätze zur Kostentransparenz. Mit den so gewonnenen Daten können beispielsweise Wartungstermine für jedes Fahrzeug individuell nach dem jeweiligen Einsatz geplant und in einer Partnerwerkstatt angemeldet werden. Wir haben mit unseren Kollegen von Bosch Software Innovations eine Lösung entwi-

ckelt, die sich für das jeweilige Flottenmanagement individuell an den genauen Kundenwunsch anpassen lässt.

Sie sehen, die Vernetzung bietet viele Vorteile: sowohl für den Autofahrer als auch für die professionelle Anwender rund um das Fahrzeug. Allerdings bedarf es klarer Bestimmungen, die regeln,

- wem die Daten im Auto gehören,
- wie sie gesichert werden
- und wer unter welchen Bedingungen darauf zugreifen kann.

Denken Sie nur an Entwicklungen wie das europäische Notrufsystem eCall, das ab Oktober 2017 EU-weit für neu entwickelte Fahrzeuge vorgeschrieben sein wird. Oder an die sogenannte Car2Car-Kommunikation, bei der Fahrzeuge für mehr Sicherheit Daten austauschen, deren obligatorische Einführung derzeit vom US-amerikanischen Verkehrsministerium geprüft wird.

Ohne klare Regelungen können sich viele Innovationen und Geschäftsmodelle nicht entfalten, weil Zugriffsrechte und Haftungsrisiken nicht geklärt sind. Unserer Ansicht nach sind hier dringend klare rechtliche Leitplanken erforderlich, die einerseits den Datenschutz berücksichtigen und gleichzeitig einen offenen

Markt rund um die Vernetzung des Automobils ermöglichen. Die europäische Automobilindustrie hat hier die Chance, zusammen mit der EU-Kommission eine Vorreiterrolle zu übernehmen und Standards für die gesamte Branche zu setzen. Hier besteht eine hervorragende Gelegenheit, sich einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. So eine Chance sollte man nicht ungenutzt lassen.

An dieser Stelle möchte ich an Hans-Peter Meyen übergeben, der einige der Themen, die ich kurz angerissen habe, weiter vertiefen wird. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Journalistenkontakt:

Heiderose Dreiner

Telefon +49 721 942-3145

Der Geschäftsbereich Automotive Aftermarket (AA) bietet Handel und Werkstätten weltweit die komplette Diagnose- und Werkstatttechnik sowie ein umfassendes Kfz- und Nfz-Ersatzteilsortiment - vom Neuteil über instandgesetzte Austauschteile bis hin zur Reparaturlösung. Das Produktportfolio von AA besteht aus Erzeugnissen der Bosch Erstausrüstung sowie aus eigenentwickelten und -gefertigten Aftermarket-spezifischen Produkten und Dienstleistungen. Über 18 000 Mitarbeiter in 150 Ländern sowie ein weltweiter Logistikverbund stellen sicher, dass mehr als 650 000 verschiedene Ersatzteile schnell und termingerecht zum Kunden kommen. AA bietet unter der Bezeichnung "Automotive Service Solutions" Prüf- und Werkstatttechnik, Software für Diagnose, Service-Training sowie technische Informationen und Serviceleistungen. Der Geschäftsbereich ist auch verantwortlich für die Werkstattkonzepte Bosch Service, eine der größten unabhängigen Werkstattketten weltweit mit rund 16 500 Betrieben, und AutoCrew mit über 800 Betrieben.

Mehr Informationen unter www.bosch-automotive.com

Die Bosch-Gruppe ist ein international führendes Technologie- und Dienstleistungsunternehmen und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2013 nach vorläufigen Zahlen mit rund 281 000 Mitarbeitern einen Umsatz von 46,4 Milliarden Euro (Hinweis: Aufgrund veränderter gesetzlicher Konsolidierungsregularien 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 meldete Bosch rund 5 000 Patente weltweit an. Ziel der Bosch-Gruppe ist es, mit ihren Produkten und Dienstleistungen die Lebensqualität der Menschen durch innovative, nutzbringende sowie begeisternde Lösungen zu verbessern und Technik fürs Leben weltweit anzubieten.

Mehr Informationen unter www.bosch.com, www.bosch-presse.de,
<http://twitter.com/BoschPresse>