

Presseinformation

BSH erzielt in 2023 Umsatz von 14,8 Milliarden Euro und stärkt Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit durch hohe Investitionen und Rekordausgaben für Forschung und Entwicklung

- / **CEO Dr. Matthias Metz:** „Wir haben einen klaren Zukunftsfahrplan, um in diesem herausfordernden Marktumfeld nachhaltig erfolgreich zu sein: Unsere Konsumenten begeistern und unsere Kunden und Handelspartner bei ihrem Erfolg unterstützen.“
- / **CFO Dr. Gerhard Dambach:** „Hohe Investitionen stärken unsere Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit: Mit Rekordausgaben für Forschung und Entwicklung in Höhe von rund 850 Millionen Euro legen wir den Grundstein für unsere ambitionierten Wachstumsziele.“

München/Wien, 11.04.2024 (BSH) – Die BSH Hausgeräte GmbH erzielte im Geschäftsjahr 2023 einen Umsatz von 14,8 Milliarden Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte lag der Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres. Nominal ging der Umsatz erwartungsgemäß nach der Corona-Sonderkonjunktur um sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr zurück. Trotz übergreifend rückläufiger Entwicklungen in den Regionen verzeichnet die BSH auch Umsatzzuwächse in einigen Ländern und Marktanteilsgewinne. „Wir verfolgen einen klaren Zukunftsfahrplan, mit dem wir nicht nur die aktuellen Herausforderungen meistern, sondern darüber hinaus unsere Stärken weiter ausbauen können“, betont CEO Dr. Matthias Metz.

Wie die gesamte Branche blickt auch Europas führender Hausgerätehersteller auf ein herausforderndes Jahr zurück. Geopolitische Krisen, eine weltweit angespannte Wirtschaftslage und ein damit einhergehend stagnierender globaler Hausgerätemarkt stellten schwierige Rahmenbedingungen dar. Während die BSH in den Vorjahren noch von einer pandemiebedingten Sonderkonjunktur im Konsumgütergeschäft profitieren konnte, sorgten hohe Inflationsraten, massiv gestiegene Zinsen und der daraus resultierende weltweite Einbruch der Immobilienmärkte 2023 für ein deutlich gedämpftes Konsumklima. „Die anhaltenden weltwirtschaftlichen und geopolitischen Krisen haben die Rahmenbedingungen für die gesamte Hausgerätebranche nachhaltig verändert. Um die Wettbewerbsfähigkeit der BSH weiter zu stärken und die dafür nötigen Investitionen zu finanzieren, ist es erforderlich, die Kostensituation im Fokus zu halten und auch die zugehörige Personalplanung vorausschauend auf die Zukunft auszurichten“, erklärt Matthias Metz. „In einem herausfordernden Umfeld hat die BSH ihre Resilienz einmal mehr unter

Hausgeräte unter den Marken



Postanschrift: BSH Hausgeräte Gesellschaft mbH, Postfach 122, 1101 Wien / Besucher: Quellenstraße 2a, 1100 Wien /
Vermittlung: +43 1 60575-0, Telefax (Zentrale): +43 1 60575-51444, www.bsh-group.com /
Geschäftsführung: Ulrike Pesta, Alexandra Dietmair /
Sitz: Wien, Registergericht: Handelsgericht Wien · FN: 117829 d · UID: ATU14661604 · DVR: 4014272 / Bankverbindung: Bank Austria · IBAN:
AT331100000711159400 · BIC: BKAUATWW

BOSCH und die Bildmarke sind registrierte Marken der Robert Bosch GmbH, Stuttgart. Die BSH Gruppe ist eine Markenlizenznehmerin der Siemens AG.

Beweis gestellt und sich insgesamt deutlich besser entwickelt als der Markt. Das verdanken wir vor allem dem engagierten Einsatz unserer weltweit rund 60.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“

In Österreich konnte die BSH 2023 unter der Geschäftsführung von Ulrike Pesta und Alexandra Dietmair auf Anhieb die Zertifizierung als „Great Place To Work®“ erreichen.

Wechselkurseffekte belasten Umsatz in allen Regionen

Die **Region Nordamerika (USA/Kanada)** verzeichnete trotz stabiler Marktanteile einen Umsatzrückgang von minus 11,3 Prozent, im Wesentlichen bedingt durch eine sehr schwache Nachfrage und ein sehr wettbewerbsintensives Umfeld.

Einen deutlichen Umsatzrückgang von minus 10,5 Prozent erlebte auch die **Region Greater China** – vor allem aufgrund negativer Währungseffekte und der Abschwächung der chinesischen Wirtschaft. Die BSH ist nach wie vor der größte nicht-chinesische Hausgerätehersteller in China, steht jedoch in einem harten Preiswettbewerb mit den asiatischen Anbietern.

Verstärkt durch den Einbruch der Immobilienmärkte und die damit verbundenen Auswirkungen auf das wichtige Einbaugeschäft, ging die Zahl der verkauften Hausgeräte auch in der **Region Europa** zurück. Höhere Durchschnittserlöse konnten den Umsatzrückgang auf ein Minus von 6,3 Prozent beschränken. Trotz der rückläufigen Entwicklung, insbesondere im Heimatmarkt Deutschland, gab es auch positive Ergebnisse: So erzielte die BSH Umsatzzuwächse etwa in Südeuropa.

In der **Region Emerging Markets**, die unter anderem Osteuropa, den Mittleren Osten und den afrikanischen Kontinent umfasst, fiel der Umsatzrückgang mit einem Minus von 2,2 Prozent vergleichsweise geringer aus. Ohne Berücksichtigung der vollständig vollzogenen Aufgabe des Russlandgeschäfts konnte die BSH insbesondere durch die positive Entwicklung in der Türkei ein leichtes Umsatzwachstum verzeichnen

Klarer Zukunftsfahrplan und Wachstumsziel in allen Regionen

Die BSH blickt zuversichtlich in die Zukunft. „Unser Anspruch ist klar: Wir wollen mit herausragenden Marken und leistungsstarken, innovativen und langlebigen Produkten unsere Konsumenten begeistern und darüber gleichzeitig zum Erfolg unserer Kunden und Handelspartner beitragen“, betont Matthias Metz. „Dafür verfolgen wir einen strategischen Zukunftsfahrplan: Wir wollen in allen BSH-Regionen weiterhin erfolgreich wachsen und bauen dafür unsere Präsenz in den lokalen Märkten weiter aus. Neben der Entwicklung marktspezifischer Produktinnovationen haben wir beispielsweise in der Türkei ein neues Service- und Logistik-Zentrum sowie in eine neue Herdfabrik in Ägypten für den afrikanischen Markt investiert. In unserer neuen Fabrik in Mexiko laufen ab Mitte des Jahres die ersten Kühlgeräte für den nordamerikanischen Markt vom Band. Mit unseren neuen Erlebnis- und Design-Zentren in verschiedenen Städten Nordamerikas ermöglichen

wir Konsumenten einen breiten Eindruck von unseren Marken und Produkten und unterstützen aktiv unsere Kunden und Partner, wie zum Beispiel Bauträger, Designer und Architekten. Auch ein umfassendes Konzept für die erfolgreiche Vermarktung unseres Objektgeschäfts in anderen Weltregionen sei beispielhaft genannt.“

Wachstum in den Produktfamilien Wäschepflege und Kundendienst

Der Rückgang der Haus- und Wohnungskäufe im vergangenen Jahr führte zu einer deutlichen Reduktion des Küchenabsatzes und damit zu einer insgesamt geringeren Nachfrage nach Hausgeräten, insbesondere im Einbausegment. Besonders deutlich wird dies im Bereich **Kochen**, also bei Öfen und Kochfeldern, sowie im Bereich **Kühlen** und **Geschirrspülen**.

Positiv entwickelten sich der Bereich **Wäschepflege** und unser **Kundendienst** mit seinem umfassenden Serviceangebot.

In Österreich lässt sich der starke Fokus auf einen hervorragenden Kundendienst auch an regelmäßigen Auszeichnungen ablesen. So gingen die Marken Bosch und Siemens beim erlebten Kundenservice in 2023 zum wiederholten Mal als die besten ihrer Branche bei den Erhebungen unabhängiger, externer Institutionen hervor¹.

Consumer Products, der Bereich der kleinen Hausgeräte, verzeichnete einen Umsatzrückgang von 7,2 Prozent, der auch auf die hochwasserbedingte Fertigungsunterbrechung in unserer slowenischen Produktionsstätte in Nazarje zurückzuführen war. Mittlerweile ist die BSH wieder voll lieferfähig.

Innovationen mit echtem Mehrwert für die Konsumenten

2023 hat die BSH unter ihrem leistungsstarken Markenportfolio weltweit neue, innovative Produkte vorgestellt und auf den Markt gebracht, die individuelle Lösungen für Konsumentenbedürfnisse bieten.

Bester Beleg dafür ist die Auszeichnung des **Bosch Cookit** als Testsieger und damit beste Küchenmaschine mit Kochfunktion durch die renommierte deutsche Verbraucherorganisation Stiftung Warentest Ende 2023.

Die neue Premium-Einbaubackofenreihe von **Siemens** bietet eine Lösung für das perfekte Backergebnis: Der Backofen nutzt Künstliche Intelligenz und eine eingebaute Kamera, um Gerichte automatisch zu erkennen und passende Backeinstellungen vorzuschlagen.

Die hohen Ansprüche an das Design hat die BSH mit einer Weiterentwicklung des minimalistischen Trends in Luxusküchen im Blick: So verschwindet das „Essential Induction“- Kochfeld der BSH-Luxusmarke **Gaggenau** unsichtbar unter der Arbeitsplatte

¹ Quelle: u.a. zuletzt „Branchen Champion 2023“ für Bosch im größten Service-Ranking Österreichs „Service-Champions Österreich 2023“ von Service Value in Kooperation mit der Goethe-Universität Frankfurt am Main sowie die Auszeichnungen lt. Branchenmonitor der ÖGVS (Österreichische Gesellschaft für Verbraucherstudien) für Siemens als Nummer Eins in den drei Kategorien Kühlschrank-, Kaffeemaschinen und Waschmaschinen-Hersteller

aus gepresstem Sandstein und schafft damit für Architekten und Designer vollkommen neue Gestaltungsspielräume.

Rekordausgaben für Forschung und Entwicklung sichern Basis für Wachstumsziele

Dank vorausschauender Planung steht die BSH auch in diesen herausfordernden Zeiten auf einem soliden wirtschaftlichen Fundament und kann auch weiterhin gezielt in ihre Zukunft investieren. Mit Investitionen von 600 Millionen Euro, rund vier Prozent des Umsatzes, setzt die BSH ihre Produkt- und Wachstumsstrategie in allen Regionen fokussiert um. „Mit einer Rekordsumme von rund 850 Millionen Euro investieren wir zudem so viel in Forschung und Entwicklung wie nie zuvor. Damit schaffen wir die Basis zur Erreichung unserer ehrgeizigen Wachstumsziele als einer der weltweit führenden Hausgerätehersteller“, sagt CFO Gerhard Dambach.

Nachhaltige Produkte und Produktionsverfahren

Die BSH investiert weiter in das Thema Nachhaltigkeit: Über 10 Millionen Euro hat die BSH allein im vergangenen Jahr in mehr als 270 Energieeffizienzmaßnahmen investiert und damit rund 35 Gigawattstunden Energie in der Produktion eingespart. Im deutschen Kühlgerätewerk in Giengen wurde beispielsweise eine Wärmerückgewinnungsanlage installiert, in China die größte Photovoltaikanlage der gesamten Bosch-Gruppe errichtet.

Bereits in der Entwicklung und Produktion spielt der Einsatz möglichst umweltfreundlicher Materialien eine wichtige Rolle: Seit September 2023 kommt am Standort Dillingen in Deutschland bei der Fertigung von Geschirrspülern teilweise Edelstahl zum Einsatz, der einen bis zu 47 Prozent geringeren CO₂-Fußabdruck als herkömmlicher Edelstahl hat.² Dieser wird europaweit in Geschirrspülern der Energieeffizienzklassen A und B eingesetzt.

Darüber hinaus setzt die BSH auf Qualität und Langlebigkeit. Um den Einsatz von Reparaturen als nachhaltigere Alternative zum Austausch zu stärken, hat die BSH im vergangenen Jahr die Ersatzteilverfügbarkeit für Großgeräte auf bis zu 15 Jahre, für Kleingeräte auf bis zu 10 Jahre verlängert.³ Für die meisten Konsumenten ist dabei die tatsächliche Ersatzteilverfügbarkeit vom Tag des Kaufes gerechnet sogar deutlich länger. Damit übertrifft der Hausgerätehersteller bei Großgeräten die gesetzlichen Anforderungen in der EU und auch die meisten Wettbewerber deutlich. In Österreich unterstützt die BSH als Partnerbetrieb auch den 2022 eingeführten Reparaturbonus, der weiterhin sehr gut von der Bevölkerung angenommen wird.

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2024

Das vergangene Jahr war herausfordernd, gleichwohl blickt die BSH optimistisch in die Zukunft. „Unser Unternehmen ist seit über 55 Jahren erfolgreich und im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld robust aufgestellt – mit einem klaren Zukunftsfahrplan, herausragenden Marken, überzeugenden

² Beim Produktionsprozess wird CO₂-reduzierter Edelstahl mit konventionellem Edelstahl gemischt.

³ Dies bezieht sich auf alle funktionsrelevanten und lagerfähigen Teile für Geräte, die nach dem 1. Januar 2023 produziert wurden.

Innovationen und einem starken Team“, betont Matthias Metz. „Auch 2024 wollen wir den Markt aktiv gestalten, Konsumenten begeistern und Kunden in ihrem Erfolg unterstützen und in der Folge in allen Regionen profitabel wachsen“.

Kontakt für Journalistenfragen (Österreich):

Lisa Vockenhuber

PR & Corporate Communications, BSH Hausgeräte Gesellschaft mbH

Quellenstraße 2A, 1100 Wien

vie-presse.bsh@bshg.com

Weitere Informationen



Website: <https://www.bsh-group.com/at/>



Pressematerialien: <https://www.bsh-group.com/at/presse/pressemitteilungen>



Unternehmens-Blog "Stories": https://stories.bsh-group.com/de_DE



Facebook: <https://www.facebook.com/bshgroup.DE>



LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bsh-home-appliances-group/>

Über die BSH

Die BSH Hausgeräte GmbH ist mit einem Umsatz von rund 14,8 Mrd. Euro im Jahr 2023 und rund 60.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein weltweit führendes Unternehmen der Hausgerätebranche. Zum Markenportfolio des Konzerns gehören neben zwölf bekannten Hausgerätemarken wie Bosch, Siemens, Gaggenau und Neff auch die Ökosystemmarke Home Connect sowie verschiedene Servicemarken, darunter Kitchen Stories. Die BSH produziert in 37 Fabriken und ist in rund 50 Ländern vertreten.

Die BSH ist ein Unternehmen der Bosch-Gruppe.