

Presseinformation**BSH setzt in 2016 profitablen Wachstumskurs fort**

- **BSH-Umsatz steigt auf 13,1 Milliarden Euro**
- **Wachstum in allen Regionen**
- **Verstärkte Investitionen in Forschung und Entwicklung mit Fokus auf digitale Technologien**

München, 29. März 2017 (BSH) – Die BSH Hausgeräte GmbH hat im Geschäftsjahr 2016 einen erneuten Rekordumsatz in Höhe von 13,1 Milliarden Euro erzielt.¹ Während der Markt für Hausgeräte weltweit um 0,5 Prozent gewachsen ist, konnte die BSH ein Plus von 3,5 Prozent erzielen (7,1 Prozent währungsbereinigt). Damit bestätigt der Hausgerätehersteller nicht nur seine Position als Marktführer in Europa, sondern unterstreicht im Jahr seines 50-jährigen Bestehens nachdrücklich seine Rolle als weltweite Nummer 2.

„Unsere strategische Ausrichtung, bei allen Unternehmensaktivitäten den Konsumenten in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen, zeigt deutliche Erfolge“, erklärt Karsten Ottenberg, Vorsitzender der BSH-Geschäftsführung. „Wir freuen uns sehr, im Jubiläumsjahr unseren profitablen Wachstumskurs fortgesetzt zu haben. Zugleich wollen wir unsere Wachstumsdynamik nutzen, um die Voraussetzungen für eine weiterhin erfolgreiche Zukunft zu schaffen. Die konsequente Weiterentwicklung regionaler Märkte, die Positionierung unserer Marken sowie innovative Produkte und Lösungen – gerade mit unserem offenen und digitalen System Home Connect – bleiben im Fokus unserer Strategie.“

Positive Bilanz in allen Regionen

Alle Regionen haben einen positiven Beitrag zum neuen Rekordumsatz geleistet. Im gesättigten Markt **Europa** konnte die BSH erneut wachsen und stärkte ihre Rolle als Marktführer. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016 stieg der Umsatz währungsbereinigt um 4,8 Prozent (2,8 Prozent in Euro). Besonders positiv verlief die Umsatzentwicklung in der Region **Asien-Pazifik**. Vor allem die stark ansteigende Nachfrage nach Hausgeräten im bevölkerungsreichen indischen Markt sorgte für ein Umsatzplus von 9,3 Prozent in lokaler Währung (7,7 Prozent in Euro).

Die Region **Greater China (China-Hongkong-Taiwan)** legte um mehr als 7,7 Prozent zu (1,6 Prozent in Euro). Dieser Erfolg hängt eng mit strategischen Weichenstellungen der BSH wie der Regionalisierung und der Digitalisierung zusammen: Allein in China konnte die BSH im zurückliegenden Jahr ihren Umsatz mit Geschirrspülern um 43 Prozent steigern. Am 11. November 2016, dem sogenannten „Singles‘ Day“ in China, konnte die BSH im vergangenen Jahr ihren Online-Umsatz um 58 Prozent erhöhen und allein an diesem Tag Bestellungen im Gesamtwert von 170 Millionen Euro erzielen. Der Umsatz in der **Region Nordamerika** wuchs um 2,6 Prozent in US-Dollar (2,3 Prozent in Euro). Positiv entwickelte sich auch der

Umsatz in der **Region Türkei, Mittlerer Osten, Afrika und Russland** mit einem Wachstum von 15,8 Prozent (5,0 Prozent in Euro).

Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der BSH-Gruppe weltweit lag zum Jahresende 2016 bei 58.339, davon waren rund 17.628 in Deutschland beschäftigt. Damit ist die Zahl der Mitarbeiter weltweit im Vergleich zum Vorjahr um 3,2 Prozent gewachsen. In Deutschland stieg die Zahl der BSH-Mitarbeiter im Jahr 2016 um 3,8 Prozent.

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sowie Investitionen auf Rekordniveau

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung lagen im Jahr 2016 bei 4,4 Prozent des Umsatzes. Im vergangenen Jahr wurde das neue und weltweit tätige Technologiezentrum in Bangalore, Indien eingeweiht und die Aktivitäten in Nanjing, China deutlich ausgeweitet. Die internationalen Technologiezentren und die dort angesiedelte Produktentwicklung haben die Zielsetzung, regionalisierte Produkte für weltweit höchst unterschiedliche Konsumentenbedürfnisse und -erwartungen zu entwickeln. Mit 4,5 Prozent vom Umsatz lagen im Jahr 2016 auch die Investitionen auf Rekordniveau.

Digitale Lösungen öffnen weltweit starkes Wachstumspotenzial

Wachstumspotenziale sieht die BSH in digitalen Lösungen und Services für den Haushalt. Als erster Hausgerätehersteller hat die BSH mit Home Connect das gesamte Hausgeräteportfolio vernetzt. Mit Home Connect stehen den Konsumenten nicht nur Steuerungs- und Monitoring-Funktionen für ihre vernetzten Hausgeräte zur Verfügung. Home Connect ist auch die Eintrittskarte in ein umfangreiches Online-Angebot, das mit einer wachsenden Anzahl von Partnern zur Verfügung gestellt wird. Die Kooperation mit Amazon Alexa ermöglicht es seit Ende des vergangenen Jahres, Home Connect auch sprachgesteuert zu nutzen. Darüber hinaus entwickelt die BSH aktuell das Konzept des persönlichen Küchenassistenten Mykie weiter. Mykie steht für „my kitchen elf“. Mit Mykie öffnet sich eine neue Welt der intelligenten Haushaltsassistenten, die das Nutzererlebnis im Fokus hat. Gesten- und Sprachsteuerung machen Kochen noch leichter und intuitiver und in Verbindung mit einer Projektionsmöglichkeit entstehen völlig neue Möglichkeiten, Menschen für gemeinsame Erlebnisse in der Küche zusammenzubringen.

¹ Die BSH ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Robert Bosch GmbH; alle Finanzkennzahlen entsprechen der Darstellungsform des Konzerns.

Weitere Presse-Materialien im Newsroom unter: <https://www.bsh-group.com/de/newsroom/pressemitteilungen>

Informieren Sie sich aktuell über weltweite Themen der BSH ab sofort auch unter: <http://stories.bsh-group.com/de>

Die BSH Hausgeräte GmbH ist mit einem Umsatz von rund 13,1 Mrd. Euro im Jahr 2016 und mehr als 58.000 Mitarbeitern ein weltweit führendes Unternehmen der Hausgerätebranche. Die BSH produziert in rund 40 Fabriken und ist mit über 80 Gesellschaften in circa 50 Ländern vertreten.

Die BSH ist ein Unternehmen der Bosch Gruppe.

Kontakt für Journalistenfragen:

BSH Hausgeräte GmbH
Corporate Communication Region Europe
Eva Bauerschmidt
Tel.: +49 (0)89 4590-3441
E-Mail: eva.bauerschmidt@bshg.com