

Presseinformation

BSH mit Rekordumsatz im Geschäftsjahr 2017 und auf Kurs zum Hardware+ Unternehmen

- **Weltweites Wachstum: BSH steigert in allen Regionen den Umsatz, alle Marken und Geräteklassen legen zu**
- **BSH beschäftigt erstmals über 60.000 Mitarbeiter und schafft über 3.500 neue Arbeitsplätze, davon 1.825 in Europa**
- **Ausgaben für Investitionen sowie für Forschung und Entwicklung erneut gestiegen**
- **BSH treibt Wandel zum Hardware+ Unternehmen voran – vernetzte Hausgeräte, digitale Services, Industrie 4.0**

München, 13. März 2018 (BSH) – Die BSH Hausgeräte GmbH setzt ihren Erfolgskurs fort und meldet zum achten Mal in Folge einen Rekordumsatz. Im Geschäftsjahr 2017 hat das global agierende Multi-Markenunternehmen seinen Umsatz auf 13,8 Milliarden Euro steigern können und ist deutlich schneller gewachsen als der Markt. Während der weltweite Hausgerätemarkt im vergangenen Jahr durchschnittlich zwei Prozent zulegte, konnte die BSH ihren Umsatz um 5,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr deutlich steigern (3,5 Prozent im Jahr 2016) und damit ihre Marktposition als Europas Nummer eins ausbauen. Zugleich hat die BSH weltweit ihre Ausgaben für Investitionen sowie für Forschung und Entwicklung erneut gesteigert und so die Weichen für nachhaltiges Wachstum gestellt.

„Wir sind voll auf Kurs, unsere langfristigen Wachstumsziele zu erreichen und gleichzeitig die kulturelle und digitale Transformation der BSH voranzutreiben“, sagt Karsten Ottenberg, Vorsitzender der BSH-Geschäftsführung. Bis zum Jahr 2025 plant das Unternehmen, den Gruppenumsatz auf 20 Milliarden Euro zu steigern. Das BSH-Markenportfolio umfasst weltweit Hausgeräte 14 verschiedener Marken (darunter Bosch, Siemens, Gaggenau und Neff). Digitale Services im Bereich vernetzter Hausgeräte, die eine immer wichtigere Rolle spielen, werden unter Home Connect vertrieben. Sie bieten Konsumenten einen persönlichen Mehrwert und eröffnen der BSH zusätzliche Erlösquellen durch neue, digitale Geschäftsmodelle.

„Die Art, wie Menschen leben, kochen und ihre Hausarbeit erledigen, verändert sich. Weil wir auch in Zukunft auf der ganzen Welt die erste Wahl für Konsumenten sein wollen, möchten wir ihnen neue und spannende Angebote bieten. Aus diesem Grund treibt die BSH den Wandel zu einem Hardware+ Unternehmen voran, das neben exzellenten Hausgeräten zunehmend digitale und individuelle Services anbietet“, erklärt Ottenberg. „Deswegen haben wir zum Beispiel im vergangenen Jahr 65 Prozent der Anteile am Berliner Start-up Kitchen Stories erworben. Mit der globalen Food-Plattform, deren Rezepte wir nach und nach in unser digitales Ökosystem Home Connect einbinden, ermöglichen wir unseren Konsumenten

neue Erlebnisse rund um das Kochen in der zunehmend vernetzten Küchenwelt“, sagt Ottenberg. Bereits heute nutzen Menschen in 150 Ländern die Angebote von Kitchen Stories.

Alle Regionen und Marken tragen zum Rekordjahr bei

Die BSH konnte im Jahr 2017 in allen Regionen den Umsatz steigern. In den gesättigten Märkten **Europa und Nordamerika** erzielte der Hausgerätehersteller leichte Umsatzzuwächse¹ (Europa: + 2,1 Prozent; Nordamerika: + 0,1 Prozent). In Europa steigerte die BSH den Marktanteil und festigte ihre Position als größter Hausgerätehersteller. In den drei weiteren BSH-Regionen² konnte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2017 den Umsatz zweistellig steigern. Besonders positiv verlief die Umsatzentwicklung in der Region **Asien-Pazifik** (+ 14,6 Prozent) und in der Region **Greater China** (China, Hongkong, Taiwan (+ 14,1 Prozent)). Die Umsätze in der BSH-Region **T-MEA-CIS** (Türkei, Naher Osten, Afrika und GUS-Staaten) entwickelten sich mit einem Plus von 14 Prozent ebenfalls äußerst positiv. Auf Basis lokaler Währungen verzeichnet diese BSH-Region sogar ein Wachstum von 25,1 Prozent. Die Region profitierte von der starken Umsatzentwicklung in der Türkei (+ 31 Prozent auf Basis lokaler Währung).

Bereinigt um Wechselkurseffekte konnten auch alle BSH-Marken ihren Umsatz steigern – über alle Gerätekategorien und Services hinweg.

BSH beschäftigt so viele Mitarbeiter wie noch nie

Im Jahr 2017 erreichte die Zahl der Mitarbeiter der BSH ein neues Rekordniveau. Zum Geschäftsjahresende waren weltweit **61.856 Mitarbeiter** bei der BSH beschäftigt, rund 3.500 mehr als im Vorjahr. Die BSH hat in allen Regionen neue Arbeitsstellen geschaffen, in Europa 1.825, davon rund 400 in Deutschland.

Profitable Geschäftsentwicklung ermöglicht Rekordinvestitionen

Wie in den Vorjahren hat die BSH auch im Geschäftsjahr 2017 kräftig in die Zukunft investiert: Sowohl die Investitionen (rund 637 Millionen Euro bzw. rund 4,6 Prozent des Umsatzes), als auch die Aufwände für Forschung und Entwicklung (rund 622 Millionen Euro bzw. rund 4,5 Prozent des Umsatzes) erreichten Rekordwerte. Im vergangenen Jahr gingen gleich drei neue Fabriken an den Start – zwei in Polen und eine China. Im baden-württembergischen Giengen, dem Taktgeber für Industrie 4.0 Exzellenz für den globalen BSH-Verbund und die Branche, wurde eine der weltweit modernsten, voll vernetzten Produktionsanlagen im Hausgerätemarkt in Betrieb genommen. Außerdem investierte die BSH im Jahr 2017 verstärkt in Maßnahmen, um den Konsumenten ein nahtloses Marken- und Serviceerlebnis anzubieten – sowohl online als auch offline. So eröffnete die BSH unter anderem zahlreiche Brandstores und Showrooms sowohl in Metropolen wie Wien, Shanghai und Chicago als auch in Wachstumsmärkten, hier speziell in boomenden Städten wie Kapstadt, Marrakesch und Mumbai. Außerdem testet die BSH gegenwärtig Services, die es Konsumenten innerhalb stark genutzter sozialer Netzwerke (etwa WeChat in China) erlauben, Hausgeräte online individuell zu konfigurieren.

„Wir wollen schneller werden im Bereich der vernetzten Küche. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen wir nicht nur unsere Innovationsfähigkeit und Investitionen weiter steigern, sondern schlichtweg anders arbeiten. In diesem Zusammenhang setzen wir vermehrt auf mobile Arbeitswelten, die ein agiles Arbeiten ermöglichen. Darüber hinaus konzentrieren wir uns in drei neu geschaffenen Organisationseinheiten noch gezielter auf folgende Themen: Erstens,

¹ Konsolidiert in EUR

² Vgl. hierzu Pressegrafik

unsere Digitalisierungsstrategie. Zweitens, strategische Investitionen. Drittens, unsere Entwicklung zum Hardware+ Unternehmen“, sagt Ottenberg. „Dieser Entwicklung liegt unsere Überzeugung zugrunde, dass alles, was wir tun, die Lebensqualität unserer Konsumenten weltweit verbessern soll. Dazu gehört auch der Eintritt in neue Märkte – mit gänzlich anderen, maßgeschneiderten Produkten unter anderem für die Menschen in Schwellenländern.“

Weitere Presse-Materialien aus dem Pressegespräch gibt es im Newsroom unter: <https://www.bsh-group.com/de/newsroom/pressemitteilungen>. Informieren Sie sich aktuell über weltweite Themen der BSH auch unter <http://stories.bsh-group.com/de>.

Die BSH Hausgeräte GmbH ist mit einem Umsatz von rund 13,8 Mrd. Euro im Jahr 2017 und mehr als 61.800 Mitarbeitern ein weltweit führendes Unternehmen der Hausgerätebranche. Die BSH produziert in rund 40 Fabriken und ist mit etwa 80 Gesellschaften in circa 50 Ländern vertreten. Die BSH ist ein Unternehmen der Bosch Gruppe.

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