

Presseinformation

BSH setzt strategische Entwicklung zum Hardware+ Unternehmen erfolgreich fort

- **Umsatz erreicht in schwachem Gesamtmarkt 13,4 Milliarden Euro**
- **Wechselkursbereinigtes Umsatzwachstum von einem Prozent**
- **Stabile Ertragskraft bei steigenden Ausgaben für Forschung und Entwicklung**
- **Im Fokus: Konsumentenzentrierung, digitale Technologien und Innovationen**

München, 11. April 2019 (BSH) – In einem herausfordernden Umfeld, geprägt von Wechselkursschwankungen und volatilen Märkten weltweit, konnte die BSH Hausgeräte GmbH im Geschäftsjahr 2018 mit 13,4 Milliarden Euro den zweithöchsten Umsatz der Unternehmensgeschichte verzeichnen. Wechselkursbereinigt entspricht das einem Plus von knapp einem Prozent, auf Euro-Basis einem Rückgang von 3,2 Prozent. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung stiegen 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 8,2 Prozent auf 673 Millionen Euro. Sie liegen mit 5,0 Prozent des Umsatzes auf Rekordniveau. Um die Innovationsgeschwindigkeit zu erhöhen und die Entwicklung zum führenden Hardware+ Unternehmen der Branche zu beschleunigen, verstärkt die BSH zudem ihre Kooperationen mit Start-ups.

„Nach acht Jahren mit starkem Wachstum haben sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im vergangenen Jahr spürbar verändert: Die Entwicklung unserer Märkte ist volatil geworden, gleichzeitig sehen wir einen stark zunehmenden Wettbewerb aus Asien sowie Herausforderungen und Veränderungen im Handel“, sagt Karsten Ottenberg, Vorsitzender der BSH-Geschäftsführung. „In diesem Umfeld hat sich die BSH gut behauptet und mit unserer Hardware+ Strategie adressieren wir für die Zukunft die richtigen Themen.“

„Unser nachhaltiger Erfolg erfordert, dass wir unsere Konsumenten weltweit weiterhin mit exzellenten, innovativen Geräten begeistern. Zunehmend wollen wir sie aber auch mit digitalen und individuell zugeschnittenen Zusatzdienstleistungen überzeugen. Wir fokussieren dabei auf Produkte, die die teilweise sehr unterschiedlichen Bedürfnisse unserer Konsumenten in den fünf BSH-Regionen weltweit bedienen. Dazu gehört neben Innovationen für unsere Kernmärkte auch der Eintritt in Schwellenländer.“ In diesem Zusammenhang wird die BSH noch in diesem Jahr einen Kocher in Indien anbieten, der es Menschen ohne Zugang zu Gas oder Strom ermöglicht, Speisen schneller und gesünder zuzubereiten. Bereits im vergangenen Jahr hat das Unternehmen die FreshBox in Kenia und

Nigeria auf den Markt gebracht. Mit dieser Kühlbox können Lebensmittel ohne Strom kühl und länger gelagert werden.

Unterschiedliche Ergebnisse in den Regionen

Der weltweite Hausgerätemarkt stand 2018 weiterhin unter dem Einfluss vielfältiger politischer und wirtschaftlicher Entwicklungen. Bei der BSH ist dies an den Umsatzentwicklungen der einzelnen Regionen ablesbar. Während sich der Umsatz in den BSH-Regionen **Nordamerika** (+ 2,5 Prozent) und **Asien-Pazifik** (+ 11,3 Prozent) positiv entwickelte, machten sich insbesondere in der Region **T-MEA-CIS** (Türkei, Naher Osten, Afrika, Russland und GUS- Staaten) deutliche Wechselkurseffekte bemerkbar, die zu einem Umsatzrückgang von 16 Prozent führten (+ 3,7 Prozent auf Basis der lokalen Währung). In der Region **Greater China** (China, Hongkong, Taiwan) ist die BSH weiterhin der größte nicht-chinesische Hausgerätehersteller. Eine verminderte Nachfrage nach Konsumgütern sowie die Unsicherheit durch den Handelsstreit mit den USA belasteten jedoch die BSH-Umsatzentwicklung (- 5,7 Prozent).

In der Region **Europa** konnte die BSH ihre Position als Marktführer behaupten und die rückläufige Nachfrage der Konsumenten gut auffangen. In vielen Ländern Osteuropas sowie in Frankreich, Italien und den Niederlanden konnte die BSH dabei ihre Marktanteile im Vergleich zum Vorjahr weiter steigern. Die Situation insbesondere in den Märkten Deutschland und Großbritannien belastete hingegen die Umsatzentwicklung in Europa, so dass diese in Summe knapp auf dem Vorjahresniveau blieb (- 1,2 Prozent). Insgesamt verzeichnet die BSH zum Jahresende 2018 einen stabilen Beschäftigungsstand mit weltweit rund 61.000 Mitarbeitern.

Rekordausgaben für Forschung und Entwicklung – Investitionen auf Vorjahres-Niveau

Auch im Jahr 2018 steigerte die BSH ihre Ausgaben für Forschung und Entwicklung deutlich. Dabei standen weiterhin digitale Technologien und Innovationen im Fokus. Im vergangenen Jahr hat der Hausgerätehersteller neben den 5,0 Prozent des Gesamtumsatzes für Forschung und Entwicklung auch 619 Millionen Euro (4,6 Prozent des Gesamtumsatzes) für Investitionen aufgewendet.

Die BSH investierte dabei stark in bestehende und neue Standorte, insgesamt in zehn Technologiezentren und Fabriken weltweit: Im chinesischen Chuzhou entstand eine neue Geschirrspülerfabrik, eine neue Trockner- und Ofenfabrik befinden sich im Bau. In Nordamerika, Europa und der Region Asien-Pazifik finanzierte die BSH sowohl die Erweiterung als auch den Neubau von Technologiezentren und Produktionsflächen: drei in den USA, eine in Indien, zwei in Polen sowie das Technologiezentrum für Elektronikentwicklung am deutschen Standort Traunreut.

Einheitliche Plattform für vernetzte Hausgeräte

Mit dem SystemMaster hat die BSH eine einheitliche digitale Steuerungseinheit für ihre vernetzten Hausgeräte entwickelt. Der neue Mikroprozessor und seine einheitliche Softwarearchitektur ermöglichen es Konsumenten, auf ihren vernetzten Hausgeräten digitale Services zu nutzen, Apps und Programme herunterzuladen sowie Software zu aktualisieren. Damit können Konsumenten in Zukunft auch während der Nutzungszeit an BSH-Innovationen für ihr Gerät teilnehmen. Im September 2018 wurden am Standort Dillingen die ersten Testgeräte (Geschirrspüler) mit SystemMaster gefertigt. Erste Geräte mit dieser neuen Plattform kommen ab 2020 in den Handel.

Weiterer Ausbau von Home Connect und der Digital Business Unit

Mit Home Connect verfügt die BSH bereits seit 2014 über das weltweit größte digitale Ökosystem für die vernetzte Küche. Aktuell ist Home Connect in 34 Ländern

vertreten. 37 Partner sind Teil der Home Connect Plattform und bieten ihre Dienstleistungen für vernetzte Hausgeräte an. Weitere Länder und Partner werden im Laufe des Jahres folgen. Konsumenten können künftig wählen, über welchen Kanal sie mit Home Connect interagieren wollen, sei es per App, Sprachsteuerung, Facebook-Messenger oder über sogenannte Wearables, etwa die Fitbit Smart Watch. So ermöglicht Home Connect dem Konsumenten einen persönlich effizienten Einstieg in die Welt der individuellen Zusatzdienstleistungen für seine vernetzten Hausgeräte.

Um seine Entwicklung zum Hardware+ Unternehmen weiter zu beschleunigen, hat die BSH im vergangenen Jahr die Digital Business Unit gegründet. Aktuell läuft in dieser Einheit sowohl das Future Home Accelerator Programm, das die BSH gemeinsam mit dem Start-up-Spezialisten Techstars ins Leben gerufen hat, als auch die BSH Venture Client Initiative BSH Startup Kitchen. Das Accelerator-Programm dient in erster Linie dazu, innovative digitale Services für Konsumenten in Zusammenarbeit mit ausgewählten Start-ups zu identifizieren und zu entwickeln. Am 9. Mai 2019 werden die zehn Finalisten-Teams ihre Produkte und Lösungen der BSH und potentiellen Investoren präsentieren. „Wir sind davon überzeugt, dass wir von Transparenz, Neugier und Wissensaustausch mit jungen Unternehmen profitieren können. Unsere BSH Startup Kitchen und unser Accelerator-Programm fördern Innovationen, mit denen wir zügig Produkte und Services in der vernetzten Welt anbieten, die die Bedürfnisse unserer Konsumenten weltweit wirklich befriedigen“, sagt Karsten Ottenberg.

Weitere Presse-Materialien aus dem Jahrespressegespräch gibt es im BSH-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 13,4 Mrd. Euro im Jahr 2018 und knapp 61.000 Mitarbeitern ein weltweit führendes Unternehmen der Hausgerätebranche. Zum Markenportfolio des Konzerns gehören neben 13 bekannten Hausgerätemarken wie Bosch und Siemens auch die Ökosystemmarke Home Connect und drei Servicemarken, darunter Kitchen Stories. 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