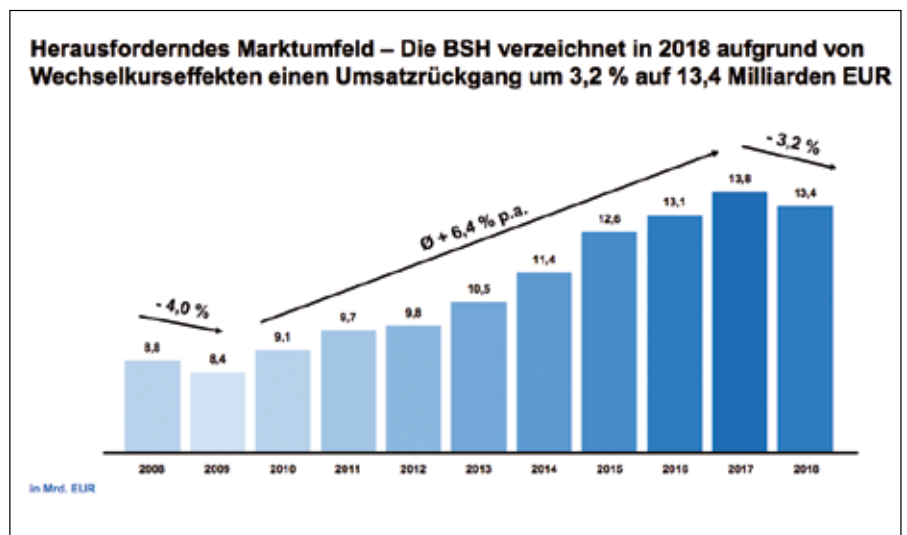


BSH behauptet sich in schwierigem Umfeld

Fokus auf Innovationen

In dem von Wechselkurschwankungen und volatilen Märkten geprägten globalen Umfeld hat die BSH Hausgeräte GmbH im Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz von 13,4 Milliarden Euro erzielt. Das ist das zweithöchste Volumen der Unternehmensgeschichte und entspricht wechselkursbereinigt einem Plus von knapp einem Prozent. Auf Euro-Basis ergibt sich dagegen ein Rückgang von 3,2 Prozent. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung erreichten 2018 mit 673 Millionen Euro fünf Prozent des Umsatzes und lagen damit um 8,2 Prozent über dem Vorjahrsniveau.

Nach Ansicht der Unternehmensspitze hat die BSH damit auch 2018 ihren Weg zum branchenführenden Hardware+ Unternehmen fortgesetzt. Um die Verbindung von hochwertigen Geräten und digitalen Diensten weiter zu beschleunigen, will das Unternehmen die Kooperationen mit Start-ups verstärken. Dafür hat die BSH im vergangenen Jahr die Digital Business Unit gegründet. Aktuell läuft in dieser Einheit neben der BSH Initiative Startup



Erstmals seit acht Jahren musste die BSH aufgrund äußerer Einflüsse eine kleine Umsatzdelle hinnehmen.

Kitchen auch das gemeinsam mit dem Start-up-Spezialisten Techstars begonnene Future Home Accelerator Programm, das in erster Linie dazu dient, in Zusammenarbeit mit ausgewählten Start-ups innovative digitale Dienste für Konsumenten zu entwickeln. Am 9. Mai 2019 werden zehn Finalisten-Teams den Vertretern der BSH und potentieller Investoren ihre Produkte und Lösungen präsentieren. „Wir sind davon überzeugt, dass wir von der Transparenz, der Neugier und dem Wissensaustausch mit jungen Unternehmen profitieren können“, erklärte Karsten Ottenberg, Vorsitzender der BSH-Geschäftsführung. „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.“

„Nachhaltiger Erfolg erfordert, dass wir unsere Konsumenten weltweit weiterhin mit exzellenten, innovativen Geräten begeistern“, fügte Ottenberg hinzu. „Zunehmend wollen wir sie aber auch mit digitalen und individuell zugeschnittenen Zusatzdienstleistungen überzeugen.“

Hohe Investitionen

Die BSH hat 2018 nicht nur 5 Prozent des Gesamtumsatzes in Forschung und Entwicklung investiert, sondern auch 619 Millionen Euro (4,6 Prozent des Umsatzes) in zehn Technologiezentren und Fabriken. Im chinesischen Chuzhou entstand eine neue Geschirrspülerfabrik, Produktionsstätten für Trockner und Öfen befinden sich dort im Bau. Auch in Nordamerika, Europa und der Region Asien-Pazifik investierte die BSH in Technologie-

zentren und Produktionsflächen: drei in den USA, eine in Indien, zwei in Polen sowie das Technologiezentrum für Elektronikentwicklung am deutschen Standort Traunreut. Insgesamt verzeichnete die BSH zum Jahresende 2018 einen stabilen Beschäftigungsstand mit weltweit rund 61.000 Mitarbeitern.

Einheitliche Netzwerk-Plattform

Mit dem SystemMaster hat die BSH eine einheitliche digitale Steuerungseinheit für ihre vernetzten Hausgeräte entwickelt, die es mit einem neuen Mikroprozessor und einer einheitlichen Softwarearchitektur den Konsumenten ermöglicht, auf ihren vernetzten Hausgeräten digitale Dienste zu nutzen, Apps und Programme herunterzuladen sowie Software zu aktualisieren. Damit können Hausgeräte während ihrer Nutzungszeit

mit Weiterentwicklungen und Innovationen verbessert werden.

Im September 2018 wurden am Standort Dillingen die ersten Geschirrspüler als Testeinheiten für System-Master gefertigt. Die ersten auf der neuen Plattform basierenden Geräte sollen ab 2020 in den Handel kommen.

Mit Home Connect verfügt die BSH bereits seit 2014 über das weltweit größte digitale Ökosystem für die vernetzte Küche. Es ist derzeit in 34 Ländern vertreten und wird auch von 37 Partnern unterstützt, die über Home Connect ihre Dienstleistungen anbieten.

Weitere Länder und Partner sollen im Laufe des Jahres folgen. Konsumenten können in Zukunft selbst entscheiden, ob sie mit ihren Home Connect Geräten per App, Sprachsteuerung, Facebook-Messenger oder Wearables wie der Fitbit Smart Watch kommunizieren wollen.

Unterschiede in den Regionen

Der weltweite Hausgerätemarkt wurde 2018 von verschiedenen politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen beeinflusst. Das hat auch die BSH an den Umsätzen in den Regionen gespürt. Während sich die Geschäfte in Nordamerika (+ 2,5 Prozent) und Asien-Pazifik (+11,3 Prozent) positiv entwickelten, führten insbesondere in der Region T-MEA-CIS (Türkei, Naher Osten, Afrika, Russland und GUS-Staaten) deutliche Wechselkurseffekte zu einem Umsatzrückgang von 16 Prozent, der das Plus von 3,7 Prozent in den lokalen Währungen mehr als kassierte.

In der Region Greater China (China, Hongkong, Taiwan) ist die BSH weiterhin der größte nicht-chinesische Hausgerätehersteller. Die verminderte Nachfrage nach Konsumgütern sowie die Unsicherheit durch den Handelsstreit mit den USA belasteten jedoch die Umsatzentwicklung und führten zu einem Minus von 5,7 Prozent.

In Europa konnte die BSH ihre Position als Marktführer behaupten und die rückläufige Nachfrage gut auffangen. So steigerte das Unternehmen in vielen Ländern Osteuropas sowie in Frankreich, Italien und den Niederlanden seine Marktanteile. Dagegen belastete die Situation in wichtigen Märkten wie Deutschland und Großbritannien die Umsatzentwicklung, so dass sich am Ende ein kleines Minus von 1,2 Prozent ergab.



Die BSH Geschäftsleitung sieht das Unternehmen weiter auf gutem Weg zum branchenführenden Hardware+ Unternehmen: v. l. Karsten Ottenberg (CEO), Silke Maurer (COO), Matthias Ginthum (CMO) und Johannes Närgel (CFO).