

Internationalität als Grundlage des Erfolgs

Während viele Elektrowerkzeughersteller von der Wirtschaftskrise hart getroffen wurden, weil das gewerbliche Baugeschäft einbrach, konnten andere gestärkt daraus hervorgehen. Dies zeigt das Beispiel Bosch. Die Gründe hierfür: Die internationale Ausrichtung sowie die breite Aufstellung mit Geschäftsfeldern.

Die Krise als Chance zu begreifen, das haben viele Unternehmen inzwischen gelernt. Noch besser ist es jedoch, mit seiner Geschäftspolitik von vornherein auf Krisen vorbereitet zu sein. Dazu gehört vor allem eine starke inter-



nationale Ausrichtung der Aktivitäten. Bei Bosch hat dies Tradition. Der Firmengründer Robert Bosch eröffnete bereits 1906 eine Vertretung in New York und 1910 ein Fertigungswerk in Springfield, USA. Bosch Power Tools erzielt schon seit Jahren rund 90 Prozent seines Umsatzes außerhalb Deutschlands. Der Geschäftsbereich ist in allen Kontinenten vertreten und

hat sich längst Geschäftsschwerpunkte in den Zukunftsmärkten Asiens und Lateinamerikas gesetzt.

Dies zahlte sich in den schwierigen Jahren 2008 und 2009 aus. Denn nicht alle Märkte waren gleichermaßen von der Krise betroffen. Asien und Südamerika trafen die wirtschaftlichen Schwierigkeiten lange nicht so heftig wie Europa. So hat sich Bosch Power Tools im Jahr 2009 besser entwickelt als der Gesamtmarkt und konnte zusätzliche Marktanteile gewinnen.

Neben der Bearbeitung der Märkte ist ein breites, auf mehrere Geschäftsfelder ausgedehntes und innovatives Produktprogramm ein wichtiger Stabilitätsfaktor. So besinnen sich beispielsweise die Menschen besonders in Krisenzeiten darauf, was in Haus oder Garten selbst erledigt werden kann, und gehen fällige Reparatur- oder Verschönerungsarbeiten selbst an. Auch die Kreativität in den eigenen vier Wänden kommt vermehrt zum Zug. Zu diesem Ergebnis kommt auch eine repräsentative Umfrage des internationalen Marktforschungsinstituts Ipsos, die im Dezember 2008 in unserem Auftrag durchgeführt wurde.

73 Prozent der Befragten gaben an, dass sie in Anbetracht der wirtschaftlich unsicheren Zeiten vermehrt selbst zu Bohrer, Akkuschrauber und Säge greifen. Kleinere Reparatur- und Ausbesserungsarbeiten stehen mit 82 Prozent ganz oben auf der To-Do-Liste. So mancher wagt sich auch an schwierigere Projekte. Immerhin 43 Prozent gehen heute auch mal gerne eine „heimwerkerische Herausforderung“ an.

Viele Menschen entdecken auch ihre Häuslichkeit neu. Anstatt auszugehen oder zu verreisen, verbringt knapp die Hälfte der Befragten ihre Zeit lieber zuhause und richtet die eigenen vier Wände richtig schön ein. Neue Farben für Wand und Vorhänge, jahreszeitliche Dekorationen und individuelle Einrichtungs-Highlights zählen zu den populärsten Ideen.

Heimwerker und Heimwerkerinnen unterstützt Bosch in diesem Trend. Sie wünschen sich handliche, leichte, kompakte und mobile Geräte mit selbsterklärender Bedienung. Maßgeschneidert dazu passt die neue Lithium-Ionen-Technologie. Akkus dieser Technik sind klein, leicht, fast immer einsatz-



bereit und völlig anspruchslos in der Pflege.

Bosch hat als erster Anbieter Elektrowerkzeuge mit Lithium-Ionen-Akku auf den Markt gebracht. Der Erfolg war überwältigend: Vom kleinen Akkuschrauber Ixo wurden mehr als acht Millionen Stück verkauft. Andere Akkugeräte für Heimwerker folgten dieser Spur: die DIY-Serie Akkuschrauber mit 12-, 14,4- und 18-Volt-Akku 2006 sowie der innovative Akku-Bohrhammer Uneo 2008.

Bosch hat auch die Sparte Messtechnik für den Heimwerker entdeckt. Erfolgsgründe waren bei den Geräten zur Entfernungsmessung, Ortung und zum Nivellieren die technologischen Fortschritte sowie deren rasche Umsetzung in anwenderfreundliche Produkte. Geeignete Bosch-Präsentationen am PoS und bei der Zweitplatzierung beseitigten die Informationsdefizite. So wurde die Messtechnik zu einem bei Heimwerkern viel geschätzten Arbeitsmittel.

Der Trend zum Wohnen mit Wohlfühlatmosphäre macht an den vier Wänden nicht Halt und bezieht den Garten mit ein. Der Wohnbereich wächst mit Garten und Terrasse zum naturverbundenen Lebensraum zusammen. Gartenarbeit ist eines der beliebtesten Hobbys in Deutschland. In den letzten sechs Jahren wuchs die Zahl der am Garten interessierten Deutschen sogar um zwölf Prozent. Laut einer Studie des Freizeitforschungsinstituts BAT Hamburg betätigen sich rund 40 Prozent der Männer als Freizeitgärtner, bei den Frauen liegt dieser Anteil bei 42 Prozent. Damit über-

trifft die Anzahl der Gartenfreunde sogar die der Heimwerker und Bastler.

Mit dem Gartentrend wächst auch der Bedarf an leicht handhabbaren und mobilen Gartenwerkzeugen, die darüber hinaus überall einsatzbereit und möglichst leicht aufzubewahren sind. Auch die Umweltverträglichkeit des Antriebs der Werkzeuge gewinnt an Bedeutung. Weniger Energieverbrauch, geringere Emissionen sowie wenig Geräusentwicklung zum Wohle der eigenen Familie und Nachbarschaft rücken für die Anwender immer mehr in den Vordergrund.

Dieser Herausforderung stellte sich Bosch und brachte Geräte auf den Markt, die genau diese Anforderungen erfüllen. Eine Schlüsseltechnik hierzu sind wiederum Lithium-Ionen-Akkus in Verbindung mit innovativer Elektronik, extrem effizienter Antriebstechnik und gelungener Ergonomie. Schon im Jahr 2007 versechsfachte sich der Bosch-Umsatz im Segment Akku-Gartengeräte. Richtungsweisende Neuheiten waren beispielsweise der Akku-Mäher Rotak LI im Jahr 2007 oder die Akku-Gartenschere Ciso im Jahr 2009. Beides sind Geräte einer Art, die es zuvor nicht gab. Mit der Energie eines 36V-Lithium-Ionen-Akku gespeist, ist der Rotak-Mäher bis zu 50 Prozent leichter als vergleichbare Benzin-Mäher und bietet zudem eine wesentlich niedrigere Geräusch- und Geruchsbelastung.

Viele Ideen zu neuen oder verbesserten Produkten bezieht Bosch aus dem intensiven Dialog mit Verwendern und Händlern. Dazu werden die Kommunikationsins-

trumente gezielt ausgebaut. So informieren Bosch-Berater in den mehr als 700 Shop-in-Shops in europäischen Baumärkten die Verwender und hören ihnen auch zu. Die neue Online-Community „1-2-do.com“ bietet ergänzend eine Plattform zum gegenseitigen Austausch und zur Inspiration. Hier finden Anwender Ideen für Projekte inklusive Bauanleitungen, Chatmöglichkeiten mit ausgewählten Experten von Bosch sowie Produkttests für ausgewählte Tester, die einen umfangreichen Testbericht in der Community veröffentlichen. Seit dem Start im November 2009 erlebten wir einen gewaltigen Zuwachs der von Verwendern generierten Inhalte. Die Grenzen überschreitende Kommunikation im Internet wird die konsequente internationale Ausrichtung von Bosch Power Tools künftig weiter verstärken und den stark auf die Verwender und Kunden ausgerichteten Geschäftsstrategien zusätzliche positive Impulse geben. ■

Die Gras- und Strauchschere „Isio“ ist das meistverkaufte elektrische Gartengerät in Europa im Jahr 2009.

