BSH

Rekordumsatz in 2020

Dienstag, 23.03.2021

Die BSH Hausgeräte GmbH (BSH) hat in 2020 das umsatzstärkste Jahr ihrer über 50-jährigen Geschichte erzielt. Europas führender Hausgerätehersteller erreichte einen Umsatz von 13,9 Mrd. Euro – das ist ein Zuwachs von 5,3% gegenüber dem Vorjahr. Wechselkursbereinigt verzeichnete die BSH ein Wachstum von 8,5%. Die BSH profitierte nach eigenen Angaben von der in 2020 gestiegenen globalen Nachfrage nach hochwertigen Hausgeräten sowie von ihren starken Marken, digitalen Innovationen und überzeugendem Kundenservice.

„2020 war für die BSH ein Rekordjahr. Dank des engagierten Einsatzes unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit ist es uns gelungen, die Herausforderungen der globalen Pandemie erfolgreich zu meistern. Durch die gestiegene Bedeutung des eigenen Zuhauses und der Küche als Wohlfühlort erlebt unsere Branche einen Aufschwung. Mit unserem starken Markenportfolio, innovativen Produkten und digitalen Lösungen konnten wir die Wünsche und Erwartungen der Konsumenten erfüllen“, sagt Dr. Carla Kriwet, Vorsitzende der BSH-Geschäftsführung.

Wachstum in allen Regionen

Alle Regionen konnten den zu Beginn der Pandemie eingetretenen Einbruch des Geschäfts im Laufe des Jahres überkompensieren und die Umsätze insgesamt deutlich steigern.

In der Region Europa legte die BSH im vergangenen Jahr um 4,8% zu (wechselkursbereinigt +8,6%). Insbesondere in Deutschland, Großbritannien und Nordeuropa stieg der Umsatz deutlich.

Der amerikanische Markt erwies sich als robust und die BSH konnte Marktanteile hinzugewinnen. Die BSH erzielte in der Region Amerika ein überdurchschnittliches Umsatzwachstum von 7,7% (wechselkursbereinigt +10,3%) im Vergleich zum Vorjahr. Besonders nachgefragt wurden Kühlschränke mit hohem Fassungsvermögen sowie Geschirrspüler.

In der Region Asien-Pazifik / Afrika lag das Geschäft 5,3% (wechselkursbereinigt +7,7%) über dem Vorjahresniveau. In China waren bereits im Februar die Auswirkungen der Pandemie spürbar. Ab Mai setzte eine deutliche Erholung des Geschäfts mit hohen Wachstumsraten ein; die Umsatzverluste aus den ersten Monaten konnten überkompensiert werden. Vor allem die Nachfrage nach Geschirrspülern (Umsatzplus von 34%) und Wäschetrocknern (+59%) entwickelte sich in China besonders positiv. Die BSH ist in China der stärkste nicht-chinesische Hersteller von Hausgeräten und konnte Marktanteile hinzugewinnen. Auch in Indien und Afrika ist die BSH gewachsen und plant, ihr Geschäft in den aufstrebenden Märkten substantiell auszubauen.

Wachstum in allen Produktkategorien sowie im Kundenservice

Die BSH ist in allen Produktkategorien deutlich gewachsen: So verzeichneten die Produktbereiche Kochen, Kälte und Spülen einen signifikanten Umsatzanstieg um jeweils rund 6% (wechsellkursbereinigt um +8 bis +10%). Im Bereich Wäschepflege lag der Umsatz leicht über dem Vorjahr. Sehr positiv entwickelte sich der Umsatz bei den Consumer Products mit über 9% Wachstum (wechsellkursbereinigt +12%); zu diesem Bereich zählen Kleingeräte wie Kaffeevollautomaten, Küchenmaschinen und Staubsauger.

Sehr positiv angenommen wurde auch das Serviceangebot des Kundendienstes (+8%, wechsellkursbereinigt +11%). Die rund 15.000 Kundendienstmitarbeiter von BSH und BSH Service-Partnern unterstützten während der gesamten Corona-Pandemie in rund 50 Ländern ununterbrochen die Konsumenten.

Ausgaben für Forschung & Entwicklung unverändert

Ende 2020 beschäftigte die BSH weltweit 60.000 Mitarbeiter, rund 3% mehr als im Vorjahr. Der Anstieg ist insbesondere auf Neueinstellungen im Fertigungsbereich aufgrund der gestiegenen Nachfrage zurückzuführen.

Große Investitionsprojekte, darunter beispielsweise die neue Wäschepflege- und Trocknerfabrik im chinesischen Chuzhou, hat die BSH 2020 planmäßig fortgesetzt.

Bei den Ausgaben für Forschung und Entwicklung bleibt der Fokus weiterhin auf den Bereichen konsumentenzentrierte Innovationen, IoT-Lösungen sowie Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette. Die Ausgaben lagen hier im Jahr 2020 mit 708 Mio. Euro auf dem Niveau des Vorjahres und entsprechen 5,1% des Gesamtumsatzes.

Im vergangenen Jahr ist das Online-Geschäft der BSH um 25% gewachsen. Immer mehr Konsumenten nutzen Online-Tools, beispielsweise die Markenwebsites der BSH dazu, sich bequem von Zuhause aus beraten zu lassen und das für sie optimale Gerät auszuwählen.

Einen Meilenstein auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit erreichte die BSH Ende 2020: Seit diesem Zeitpunkt sind alle BSH Produktions-, Entwicklungs- und Verwaltungsstandorte weltweit CO₂-neutral. Dies gelang vor allem durch Energieeffizienzmaßnahmen an Gebäuden und Anlagen, den Ausbau eigener regenerativer Energie sowie den Zukauf von Ökostrom. Verbleibende, unvermeidbare CO₂-Emissionen gleicht die BSH durch die Unterstützung ausgewählter Klimaschutzprojekte aus. Bis 2030 will die BSH den Anteil an selbst erzeugter, grüner Energie von derzeit 10 GWh verfünffachen. Für CEO Carla Kriwet ist Nachhaltigkeit ein zentrales Thema: „Neben der Energieeffizienz leisten unsere Maßnahmen zur Kreislaufwirtschaft einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung der BSH Nachhaltigkeitsstrategie. Material, Verpackung sowie Zerlegbarkeit und Wiederverwertbarkeit der Komponenten unserer Geräte müssen zu Beginn des Entwicklungszyklus auf Nachhaltigkeit ausgelegt werden. Gleichzeitig arbeiten wir in nachhaltigen Geschäftsmodellen die Geräte wieder auf und stärken so die Kreislaufwirtschaft.“

Ausblick 2021

„Auch in diesem Jahr wird es angesichts der noch nicht überstandenen globalen Pandemie Unwägbarkeiten für die gesamte Wirtschaft geben“, sagt Carla Kriwet. „Wir sind mit unserer globalen Präsenz und der Nähe zu unseren Konsumenten gut aufgestellt. Und mit Home Connect werden wir nicht nur die

Konsumentenwünsche optimal erfüllen, sondern auch die Ressourcen schonen. Ich bin überzeugt, dass wir auch in 2021 die positive Entwicklung des vergangenen Jahres fortsetzen können.”

Rekordumsatz in 2020

Links

- [BSH](#)