

Glühende Ideen schnell umgesetzt

Die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH bietet weltweit hochwertige Küchenherde an. Eine intensivere Zusammenarbeit mit Schott bei „Ceran“ und veredelten Flachgläsern eröffnet ein beachtliches Innovationspotential.

Lautes Vogelgezwitscher, dichter Wald, funktionale Flachbauten: nur wenig deutet darauf hin, dass am Stadtrand von Traunreut BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH Europas größte Fabrik für Elektroherde mit einer Tageskapazität von 4000 Geräten unterhält. „Dieses Umfeld motiviert uns“, betont Hanns-Walter Muhr, der weltweit für den Einkauf Produktbereich Herde verantwortlich ist. Modernste Fertigung, ausgeklügelte Logistik bei der Teilezuführung und hohe Umweltschutzstandards charakterisieren den Produktionsprozess. Und was auf den ersten Blick idyllisch erscheinen mag, wird durch Fakten nachdrücklich widerlegt: 2500 Beschäftigte, 60 Lkw-Ladungen und zwölf Bahnwagons erreichen täglich das Werk, 30.000 Tonnen Blech werden pro Jahr zu Herden verarbeitet.

Wachsen aus eigener Kraft

Das Werk Traunreut ist eine von 14 Produktionsstätten, in denen BSH Herde und Mulden fertigt. Weltweit stellt die Unternehmensgruppe in 35 Fabriken ein komplettes Sortiment an hochwertigen Hausgeräten her. Diese werden in die Produktgruppen Kochen, Kühlen/Gefrieren, Waschen/Trocknen und Spülen gegliedert. Zu den nützlichen Helfern im Haushalt gehören auch Consumer Products wie Küchenmaschinen, Bodenpflege- oder Klimageräte.

Kompetenzen bündeln, Synergien nutzen und Marktanteile gewinnen waren die Motive, als sich die Robert Bosch GmbH und die Siemens AG 1967 mit jeweils 50 Prozent am neu gegründeten Gemeinschaftsunternehmen beteiligten. Seit dem Ende der 80er Jahre entwickelt sich BSH – auch durch Akquisitionen – immer stärker vom deutschen Exporteur zum Global Player mit Fertigungen in Europa, Amerika und Asien. Die Geschäftsausweitung im Jahr 2000 brachte den Hausgerätehersteller mit einem Um-

satz von über 6 Milliarden Euro an die dritte Stelle im Weltmarkt für weiße Ware – nur Electrolux und Whirlpool sind noch größer. Die Produktgruppe Herde erzielte einen Umsatz von 1,8 Milliarden Euro.

Innovationsführerschaft ausbauen

Die traditionsreichen Unternehmensmarken „Bosch“ und „Siemens“ sind bei Herden die tragenden Säulen des internationalen Geschäftes. Mit weiteren Regionalmarken (z.B. „Balay“ in Spanien, „Coldex“ in Lateinamerika) und Spezialmarken wie „Gaggenau“, „Neff“ oder „Thermador“ bietet die BSH ein umfassendes Portfolio. Menschen in aller Welt schätzen die hohe Qualität und Funktionalität der Geräte.

Der BSH-Produktbereich Herde hat sich vorgenommen, auch zukünftig mit seinen Produkten die Innovationsführerschaft in der Hausgerätebranche unter Beweis zu stellen. Zu den wegweisenden Entwicklungen gehören zum Beispiel der Elektroherd mit Backwagen, der Universaleinbaubernd mit Pyrolyse und integrierter Mikrowelle, das Kochfeld mit



In den von Schott entwickelten „Vario-Boxen“ werden die „Ceran“ Kochflächen angeliefert.



Jede Glaskeramik-Kochfläche wird vor dem Einbau in die Mulde sorgfältig geprüft.



Bis zu 4000 Herde könnten täglich im Werk Traunreut montiert werden.

elektronischer Kochstellenanzeige oder Kochen mit Koch- und Backsensor. „Die Messlatte für die Zukunft ist hoch gelegt“, betont Rudolf Walfort, Leiter Produktmanagement/Produktentwicklung im Bereich Herde.

Dabei ist gerade der Herd – im Gegensatz zu Kühl- oder Spülgeräten – kein „Einheitsweltprodukt“. Bei keinem anderen „Helfer im Haushalt“ ist die Nutzung von Region zu Region so verschieden und hängt der Erfolg im Markt von der Anpassung an diese Gewohnheiten ab. Zum hohen Anspruch an Funktionalität und Individualität kommt der Trend, Kochen und Essen zu zelebrieren und zum Ereignis werden zu lassen.

Die regionale Differenzierung hat auch Auswirkungen auf die Einkaufspolitik bei BSH. „Wir betrachten es als großen Vorteil, mit einem global agierenden Partner wie Schott zusammen zu arbeiten, der zudem unseren sehr differenzierten Bedarf erfüllen kann“, betont Gertrude Pohl, Lead-Buyer für Glaskeramik und Koordinatorin für den Flachglaseinkauf bei BSH. Schließlich liegt der Lieferanteil von Schott bei Glaskeramik-Kochflächen und bei veredelten Flachgläsern bei je rund 80 Prozent. Die europäischen und südamerikanischen BSH-Herdfabriken werden von den Schott-Werken in Mainz, Jena und den Unternehmen der Schott-Claverbel-Gruppe beliefert. In Nordamerika ist das Schott-Unternehmen Gemtron langjähriger Partner von BSH. Die Geschäftsbeziehungen werden regelmäßig in Rahmenvereinbarungen festgeschrieben. „Permanente Aktualisierung der Abrufe ist selbstverständlich, und auch Schnellschüsse gehören dazu“, betont Einkaufschef Muhr.

Partnerschaft mit Zukunft

Die gute Zusammenarbeit zwischen BSH und Schott hat Tradition. Beleg dafür ist das viermal in Folge erhaltene „Goldene Q“ der Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, Werk Traunreut. Diese Auszeichnung verleiht BSH an Lieferanten, die hervorragende

BSH auf einen Blick*

Weltumsatz: 6,28 Mrd Euro

Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit: 312 Mio Euro

Mitarbeiter weltweit 36.500;
16.000 in Deutschland

Auslandsanteil: 70 Prozent

*Geschäftsjahr 2000



Küchenherde von BSH verbinden hohe Funktionalität und anspruchsvolles Design. Mit intelligenten Kochsystemen will das Unternehmen seine Innovationsführerschaft weiter ausbauen.



„Bosch“ und „Siemens“

Die beiden Hauptmarken weltweit im Einsatz

„Bosch“ steht für Produkte mit hoher Zuverlässigkeit, praktischer Handhabung und Langlebigkeit. Traditionell verbinden viele Kunden mit dieser Marke vor allem hochwertige Kühl- und Gefriergeräte. So brachte das Unternehmen 1933 den ersten elektrischen Haushaltskühlschrank auf den Markt.

Bei Hausgeräten ist die Marke „Siemens“ mit Abstand die Nummer eins in Deutschland, in Europa folgt sie unmittelbar der Marke „Bosch“. Seit über 150 Jahren steht der Name Siemens für Erfindergeist, Weltoffenheit und Innovationen. „Technische Neuerungen werden stets von der Frage nach der Praxisrelevanz und Nützlichkeit für die Menschheit bestimmt“ – in diese Worte hatte der Firmengründer Werner von Siemens seine bis heute lebendige Philosophie gefasst.

Leistungen im Bereich Qualität und Logistik realisiert haben. Außerdem gibt es eine enge Partnerschaft bei diversen Entwicklungsvorhaben. „Bei dieser Form der Zusammenarbeit müssen beide Partner mit offenen Karten spielen. Dazu ist vor allem gegenseitiges Vertrauen notwendig“, umschreibt Rudolf Walfort die Voraussetzungen für den Erfolg. Ziel von BSH ist, zum einen die Entwicklungszeiten zu reduzieren, zum anderen einen Innovationsvorsprung zu erzielen und damit eine Alleinstellung am Markt zu sichern.

Das Potenzial für Glaskeramik-Kochfelder ist längst nicht ausgeschöpft. Eine ganze Reihe von Ideen und Vorschlägen werden derzeit intensiv auf die Möglichkeit gemeinsamer Entwicklungsaktivitäten hin geprüft. Ein zusätzlicher Erfolgsfaktor ist die Flexibilität. Problemlos lassen sich heute verschiedene Garmethoden miteinander kombinieren. Neben einem

„Ceran“ Glaskeramik-Kochfeld mit Elektro- und/oder Gas-Lösung kann beispielsweise noch ein offener Grill oder eine Fritteuse in die Arbeitsplatte eingelassen werden. Damit man beim Zubereiten der Speisen nicht den Überblick verliert, tüftelt BSH an intelligenten Systemen. So wird es vielleicht bald genügen, per Touchscreen auf das Symbol Lammkeule oder Apfelkuchen zu drücken – der Ofen gart dann Keule oder Kuchen automatisch auf den Punkt ■

*Einkaufsprofis bei BSH:
Hanns-Walter Muhr, Leiter
Einkauf, Produktbereich
Herde, und Gertrude Pohl,
Lead-Buyer für Glas und
Glaskeramik im Produkt-
bereich Herde.*

