

#LikeABosch-Imagekampagne erfolgreich gestartet: Bosch Hausgeräte GmbH betont führende Position im smarten Zuhause

Februar 2019

PI 8852-0219

München. „Like A Bosch“. Dieser Slogan bildet das Herzstück einer neuen weltweiten Imagekampagne, die das Technologie- und Dienstleistungsunternehmen Bosch am 7. Januar 2019 zum Auftakt der weltgrößten Konsumelektronikmesse CES in Las Vegas erfolgreich gestartet hat. Ziel ist es, die Bekanntheit des Unternehmens als führender Anbieter von vernetzten Produkten und Lösungen zu steigern. Den Kern der Maßnahmen bildet ein [Hip-Hop-Musikvideo](#), in dem der Alltagsheld genau weiß, wo es im Internet der Dinge (Internet of Things, IoT) langgeht. Bis zum 5. Februar erzielte „Like A Bosch“ über 21 Millionen Klicks auf YouTube. Auf Facebook wurde das Video rund 23.000 mal geliked und 4.000 mal geteilt.

Von „Like A Boss“ zu „Like A Bosch“

Ein Grund für den Erfolg könnte die bisher ungewohnte Herangehensweise und Tonalität für das 1886 gegründete Unternehmen sein. Die Werbemaßnahme nutzt eine bestehende Online-Bewegung – das Internetphänomen „Like A Boss“. Im Netz finden sich unzählige „Like A Boss“-Kurzfilme mit Klickzahlen im zweistelligen Millionenbereich. Jedes Video zeigt Sequenzen von und mit Alltagshelden, die kuriose Stunts fabrizieren, schwere sportliche Übungen ausführen oder heikle Situationen mit technischem Geschick lösen. In der Unternehmenskampagne wird dieses Internetphänomen kurzerhand zu „Like A Bosch“. Der junge Mann im Bosch-Video ist jederzeit Herr der Lage – dank vernetzter Lösungen von Bosch. Mit dem Smartphone steuert er cool, smart und souverän sein Auto, seinen Rasenmäher oder seine Kaffeemaschine – „wie ein Bosch“ eben.

IoT-Bewegung viral in Gang setzen

„Wir haben einen strategischen Ansatz entwickelt, der einen weltweiten Internethype aufgreift und humorvoll umdeutet“, sagt Bosch-Markenchef Boris Dolkhani. „An Bosch führt im Internet der Dinge kein Weg vorbei. Das ist die klare Botschaft der Kampagne.“ Um die breite Masse zu erreichen,

will das Unternehmen eine IoT-Bewegung viral in Gang setzen, die diese Botschaft auf allen relevanten Kommunikationskanälen vermittelt. Dafür setzt Bosch auch auf seine mehr als 400 000 Mitarbeiter. Sie sollen die Videos liken und teilen. Im Laufe des Jahres folgen weitere Produktfilme zu den IoT-Domänen Connected Mobility und Connected Living. Die von der Hamburger Werbeagentur Jung von Matt kreierte Imagekampagne wird auf digitalen und sozialen Kanälen gespielt.

Das IoT und die vernetzte Küche

Die Robert Bosch Hausgeräte GmbH ist als Teil der Bosch-Gruppe ein Mit-Absender der Kampagne. Immerhin nimmt die vernetzte Küche im Internet der Dinge breiten Raum ein. Bosch hält für seine Haushalte inzwischen quer durch alle Produktkategorien vernetzte Hausgeräte bereit. Und über die App Home Connect können Nutzer darüber hinaus auf ein stetig wachsendes Angebot zusätzlicher digitaler Services zugreifen, wie etwa digitale Einkaufsmöglichkeiten, die Verknüpfung von Hausgeräten mit anderen Bestandteilen des Smart Home oder der Zugriff auf Rezeptwelten. „Wir sind stolz, als Hausgeräte-Hersteller ein führender Partner im smarten Zuhause zu sein“, erklärt Michael Bohn, Marketingleiter Bosch Hausgeräte. „Das jetzt veröffentlichte Musikvideo unterstreicht auf charmante Weise unsere führende Position im Internet der Dinge. Es ist sichtbarer Ausdruck des konsequenten Kulturwandels, der Bosch in die digitale Zukunft führt.“

Unternehmen im Wandel

Bosch baut seine Position als führendes IoT-Unternehmen immer weiter aus: 2017 verkaufte die Marke bereits 38 Millionen internetfähige Erzeugnisse, von inzwischen rund 27.000 Software-Entwicklern arbeiten allein 20 Prozent für das IoT. Nach Einschätzung von Bosch wird bis 2020 das IoT-Marktvolumen weltweit um jährlich 35 Prozent auf 250 Milliarden US-Dollar steigen. Daher verfolgt auch das Unternehmen ehrgeizige Ziele und will bis dahin alle seine elektronischen Geräte internetfähig machen. Mit jedem Gerät sollen künftig datenbasierte Services angeboten werden, ein Schlüssel dafür ist künstliche Intelligenz.

Link zum Video: [Das Internet der Dinge präsentiert – #LikeABosch](#)

Pressebilder: 8852_01 – 08

Journalistenkontakt:

Astrid Zászló

+49 (0)89 4590 2906

presse.bosch@bshg.com

Der Name Bosch steht weltweit für herausragende Qualität und Verlässlichkeit. Seit über 85 Jahren lösen auch die Hausgeräte diesen Anspruch ein: Bosch ist Europas führender Hausgerätehersteller. Seine Produkte orientieren sich ausschließlich an den realen Bedürfnissen moderner Haushalte. Dank fortschrittlicher Technologien und überraschend einfacher Lösungen erzielen sie mühelos perfekte Ergebnisse und entlasten im Alltag. Zugleich sorgen hochwertige, präzise verarbeitete Materialien und ein zeitloses, international ausgezeichnetes Design für wahrnehmbare Qualität und Nachhaltigkeit. Eine anerkannt hohe Servicequalität bestätigt das Vertrauen der Verbraucher in die Marke und untermauert den Bosch Leitgedanken „Technik fürs Leben“.

Die Bosch-Gruppe ist ein international führendes Technologie- und Dienstleistungs- unternehmen mit weltweit rund 402 000 Mitarbeitern (Stand: 31.12.2017). Sie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2017 einen Umsatz von 78,1 Milliarden Euro. Die Aktivitäten gliedern sich in die vier Unternehmensbereiche Mobility Solutions, Industrial Technology, Consumer Goods sowie Energy and Building Technology. Als führender Anbieter im Internet der Dinge (IoT) bietet Bosch innovative Lösungen für Smart Home, Smart City, Connected Mobility und Industrie 4.0. Mit seiner Kompetenz in Sensorik, Software und Services sowie der eigenen IoT Cloud ist das Unternehmen in der Lage, seinen Kunden vernetzte und domänenübergreifende Lösungen aus einer Hand anzubieten. Strategisches Ziel der Bosch-Gruppe sind Lösungen für das vernetzte Leben. Mit innovativen und begeisternden Produkten und Dienstleistungen verbessert Bosch weltweit die Lebensqualität der Menschen. Bosch bietet „Technik fürs Leben“. Die Bosch-Gruppe umfasst die Robert Bosch GmbH und ihre rund 440 Tochter- und Regionalgesellschaften in 60 Ländern. Inklusive Handels- und Dienstleistungspartnern erstreckt sich der weltweite Fertigungs-, Entwicklungs- und Vertriebsverbund von Bosch über fast alle Länder der Welt. Basis für künftiges Wachstum ist die Innovationskraft des Unternehmens. Bosch beschäftigt weltweit rund 64 500 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung an 125 Standorten. Mehr Informationen unter www.bosch.com, www.iot.bosch.com, www.bosch-presse.de, [www.twitter.com/BoschPresse](https://twitter.com/BoschPresse).