

BORGWARNER

Das neue Logo von BorgWarner symbolisiert die Fortschritte des Unternehmens in Richtung Elektromobilität und die Umsetzung seiner Strategie “Charging Forward”.

In der traditionsreichen Geschichte von BorgWarner wurde nun nach über 30 Jahren erstmals das Logo des Unternehmens geändert. Bereits im März 2021 kündigte BorgWarner seine Strategie “Charging Forward” an und hat bereits beachtliche Fortschritte bei der Erreichung der darin formulierten Ziele gemacht. Das Unternehmen befindet sich auf dem Weg, bis 2025 mindestens 25 % seines Umsatzes mit Komponenten für batteriebetriebene Elektrofahrzeuge (EV) zu generieren.

Die EV-bezogenen Aufträge des Unternehmens für 2025 übertreffen mit einem Wert von 3 Milliarden US-Dollar bereits jetzt das zuvor festgelegte Ziel von 2,5 Mrd. US-Dollar. Durch fünf Akquisitionen in den Bereichen Batteriepacks, E-Motoren, Leistungselektronik und Schnellladung hat BorgWarner das Ziel für Fusionen und Übernahmen im Bereich Elektrifizierung ebenfalls schon erreicht.

Laut der aktuellen Pläne von BorgWarner soll der Umsatz mit Produkten für EV- und Hybridfahrzeuge kontinuierlich steigen und bis 2025 5,6 Milliarden US-Dollar erreichen. Das Unternehmen rechnet bis 2027 mit einer weiteren Steigerung auf über 10 Milliarden US-Dollar. Für dieses Jahr erwartet das Unternehmen einen Umsatz von 2,3 bis 2,6 Milliarden US-Dollar.

Hier finden Sie die aktuelle Broschüre von BorgWarner zum Aftermarkt:

<https://www.borgwarner.com/de/aftermarket>