

hansgrohe

DAS ORIGINAL

GESCHICHTE

Der Tuchmachermeister Hans Grohe (1871-1955) war ein Tüftler und zog 1899 nach Schiltach im Schwarzwald. Zwei Jahre später gründete er einen Handwerksbetrieb für Metalldrückwaren. Und da sein Element bereits Wasser war, verlagerte sich Hans Grohe ab 1901 auf den noch jungen Sanitärbereich. Zudem kam seinerzeit das private Hausbad gerade in Mode. Grohe spezialisierte sich auf Blechbrausen

und legte damit den Grundstein für seinen ungeahnten Siegeszug. Aus einem Drei-Mann-Betrieb im Kinzigtal wird dann im Laufe des 20. Jahrhunderts ein weltumspannendes Unternehmen und zählt heute zu den internationalen Innovations- und Marktführern bei Armaturen und Brausen.

Für Hans Grohe galt die Brause gegenüber dem Wannenbad als erschwingliche Alternative, und ab 1928 wurde Hans Grohes Handbrause die komfortable Alternative zur damals üblichen Kopfbrause. Hans Grohe gilt folglich als Pionier der deutschen Sanitärindustrie und erfindet noch mit 82 Jahren die Brausenstange, an der sich die Handbrause in beliebiger Höhe fixieren lässt. 1953 - ein sanitärer Geniestreich!

Seit 1968 ist dessen jüngster Sohn, Klaus Grohe, in der Firma aktiv. Als „Green Mind“ (Financial Times Deutschland) wird Klaus Grohe zum Vordenker der Sanitärindustrie in Sachen Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Klaus Grohe leitete die weltweit tätige Hansgrohe SE 33 Jahre lang und machte danach Platz für seine drei Söhne Richard



Grohe, der die Marke Hansgrohe leitet, Philippe Grohe, der die Marke Axor leitet, und Pierre Grohe, der 2015 in den Aufsichtsrat einzog. Hansgrohe beschäftigt weltweit aktuell über 3.600 Mitarbeiter.

INNOVATIONEN

Ein Grundsatz von Hansgrohe lautet: Qualität ist, wenn der Kunde zurückkommt und nicht das Produkt! Diese stehen daher weltweit für Langlebigkeit in außergewöhnlichem Design, für Benutzerfreundlichkeit und intelligente Funktionsweise - kurz gesagt: von der Brausenstange bis zum mehrstrahligen Duschvergnügen auf Knopfdruck! Seit 1901 prägen sozusagen Erfindungen aus dem Schwarzwald die Badezimmerlandschaft rund um den Globus. Vieles, was bei Hansgrohe erdacht, skizziert und schließlich realisiert wurde, gab der internationalen Sanitärbranche Impulse. Nicht verwunderlich also, dass Hansgrohe rund 30 Prozent des Umsatzes mit Neuprodukten generiert, die nicht älter als drei Jahre sind. Die Badprofis von Hansgrohe entwickeln stets „vom Menschen

zum Produkt“ - nicht umgekehrt - und verfügen außerdem über rund 16.000 aktive Schutzrechte. Eine besondere Innovation der letzten Jahre ist die Hansgrohe „Select“-Technologie samt ihrem intuitiven Bedienkomfort: Ein leichter Knopfdruck genügt, um zwischen verschiedenen Strahlarten zu wechseln. Dank der Armatur „Metris Select“ steht die Select-Technologie auch in der Küche zur Verfügung

und erlaubt dort eine Steuerung mittels Handrücken oder Ellenbogen.

MARKENWERT

Unter dem Dach von Hansgrohe SE firmieren die beiden Marken „Hansgrohe“ und „Axor“. Hansgrohe steht für technische Brillanz, ein breit gefächertes Angebot und außerordentliches Design. Die Premium-Marke der Hansgrohe-Gruppe überzeugt funktional wie auch emotional. In aller Welt mit Auszeichnungen bedacht, stehen ihre Produkte für innovatives Design, nachhaltige Technologien und ein Höchstmaß an funktionaler Qualität. Mit Erfindungen und Technologien wie der Brausenstange, der QuickClean Anti-Kalk-Funktion, der AirPower- oder der EcoSmart-Technologie sowie der komfortablen Select-Bedientechnologie gilt Hansgrohe als einer der Innovationsführer in der internationalen Sanitärbranche. Die Marke „Axor“ wiederum erfüllt in Zusammenarbeit mit Designern und Architekten selbst die kühnsten Badträume. Axor-Badkollektionen und -Raumkonzepte sind so individuell wie die Menschen

selbst und realisieren Bäderträume auf höchstem ästhetischem und technischem Niveau. Ronan und Erwan Bouroullec, Antonio Citterio, Front, Jean-Marie Massaud, Nendo, Phoenix Design, Philippe Starck und Patricia Urquiola zählen heute zu den Designpartnern der Marke Axor.

ERFOLGE

1928 liefert Hansgrohe die erste Handbrause mit weißem Porzellangriff aus und macht das Duschen für viele Haushalte erschwinglich. 1934 folgt die automatische Ab- und Überlaufgarnitur für Badewannen. Diese verchromte Garnitur ist ebenfalls die Erste ihrer Art. Die Brausenstange „Unica“ wird 1953 entwickelt und damit die Handbrause in der Höhe verstellbar. Die weltweit erste Handbrause mit verstellbaren Strahlarten wurde „Selecta“ (1968) genannt, und mit den farbigen Kunststoffbrausen „Sixty Brausenset“ und „Tri-bel Handbrause“ zog 1970 bunte Design-Ästhetik ins Bad ein. Seit 2015 setzt die Marke Hansgrohe mit dem Werkstoff Glas in den Produkten wie im Design einen weiteren Akzent. Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigt Hansgrohe immer schon. Beispielsweise senkt die „Mistral Eco“ Handbrause, die 1987 auf den Markt kam, den Wasserverbrauch um satte 50 Prozent. Ende der 1980er-Jahre eroberten vorinstallierte Hansgrohe-Duschsysteme und -Duschpaneele das Bad. Diese sind seit 1990 auch elektronisch steuerbar. Für Axor entwickelte 1994 der Stardesigner Philippe Starck das erste Bad-Raum-Konzept. Im Jahr 2000 folgte von Hansgrohe die Unterputzinstallation „Box universal“, dem bis heute einzigen Grundset für jede

Standard- und Thermostatlösung. „Pontos AquaCycle“ (2001) und „HeatCycle“ (2010) setzten forcierten in dieser Zeit dank Grauwasserrecycling und Wärmerückgewinnung den Schutz von Ressourcen. Und die 2007 auf den Markt kommenden „EcoSmart“ Armaturen und Brausen verbrauchen bis zu 60 Prozent weniger Wasser als üblicherweise. Zu einem Trendsetter wurden die „Raindance Brausen“ von 2003 und überzeugen mit einer großen Strahlscheibe, einer flachen Silhouette sowie kurzem Griff. Ab 2005 wird dem Wasser Luft beigemischt: „AirPower“ verwirbelt also Wasser mit Luft, macht Tropfen füllig-weich und steigert zudem die Wassereffizienz.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Hansgrohe sieht seinen künftigen Geschäftserfolg eng mit einer konsequenten Nachhaltigkeitsstrategie verknüpft. Schon heute erwirtschaftet Hansgrohe über 25 Prozent des Umsatzes mit Produkten, die Wasser und Energie sparen helfen. Seit 2009 formuliert der Vorstand regelmäßig strategische Nachhaltigkeitsziele. Zudem soll ein Lenkungsausschuss samt Green Controlling das nachhaltige Wirtschaften weiter in den Geschäftsprozessen verankern und auch messen. Hansgrohe veröffentlichte auch als weltweit erster Armaturen- und Brausenhersteller 2013 einen durch die Global Reporting Initiative zertifizierten Nachhaltigkeitsbericht. Genauso ernst nimmt Hansgrohe die soziale Verantwortung eines erfolgreichen Unternehmens. Dabei erfolgen umfangreiche Programme und Initiativen in der Aus- und Weiterbildung der

Mitarbeiter, in der Gesundheit wie auch zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Aber auch gesamtgesellschaftlich ist man aktiv und stellt zumeist das Lebenselixier Wasser in den Mittelpunkt von Projekten, wie etwa die Wiederansiedelung von Lachsen im Schwarzwälder Fluss Kinzig.



CHRISTIAN TRÖGER
GESCHÄFTSFÜHRER

„Unsere Leidenschaft ist Wasser! Sie sorgt seit über 114 Jahren dafür, dass wir mit immer neuen, spritzigen Ideen Trends in der Branche setzen. Dabei ist das Geheimnis unseres Erfolges längst bekannt: Kunden auf der ganzen Welt wissen, dass wir unser Qualitätsversprechen verlässlich einlösen! Antrieb ist dabei der Wille zur Spitzenleistung, ob in der Entwicklung, in der Produktion, im Vertrieb oder in der Verwaltung.“



WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- 1901: UNTERNEHMENSGRÜNDUNG DURCH HANS GROHE.
- 2014: 3.650 MITARBEITER UND 874,1 MILLIONEN EURO UMSATZ
- 27 PROZENT% BETRÄGT DER UMSATZANTEIL DER NEUPRODUKTE.
- 30 MIO. MAL VERKAUFT HANSGROHE DIE WELTWEIT ERSTE HANDBRAUSE MIT VERSTELLBAREN STRAHLARTEN.
- 2014: HANSGROHE BESITZT ÜBER 12.000 DESIGNSCHUTZRECHTE
- 15 SONDEROBERFLÄCHEN BIETET DIE AXOR MANUFAKTUR FÜR ARMATUREN UND BRAUSEN AN.