

Hansgrohe Group

2017/18

NACHHALTIGKEITSBERICHT

Inhalt

- 03 Vorwort
- 04 Unternehmensporträt

UNTERNEHMENSFÜHRUNG ⁰¹

- 08 Wertschöpfung
- 10 Werte und Integrität
- 12 Nachhaltigkeitsmanagement

PRODUKTE ⁰²

- 17 Innovation
- 18 Produktverantwortung
- 19 Lieferkette

UMWELT ⁰³

- 22 Umweltmanagement
- 23 Energie und Emissionen
- 25 Wasser und Abwasser
- 26 Materialien und Abfall

MENSCHEN ⁰⁴

- 29 Mitarbeiterstruktur
- 31 Mitarbeiterentwicklung
- 33 Arbeitssicherheit und Gesundheit
- 35 Vielfalt und Chancengleichheit
- 37 Über diesen Bericht
- 38 GRI Inhaltsindex
- 46 Impressum

Vorwort



Hans Jürgen Kalmbach

Vorsitzender des Vorstands Hansgrohe SE

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

verantwortungsbewusst mit Menschen und Ressourcen umzugehen, das verstehen wir unter Nachhaltigkeit. Seit unserer Gründung 1901 in Schiltach, mitten im Schwarzwald, agieren wir im Einklang mit der Umwelt. Unsere Geschäftstätigkeit verpflichtet uns seit jeher, achtsam zu sein, Ressourcen zu schonen und zu bewahren. Und so handeln wir aus Überzeugung.

Nun erleben wir, dass nachhaltiges Handeln in der Gesellschaft und für unsere Kunden immer wichtiger wird. Deshalb wollen wir das, was uns seit unserer Gründung ausmacht, wieder stärker in den Fokus rücken: langfristiges Denken, aus dem eine tief empfundene Verantwortung für Umwelt und Menschen entspringt. Das hat unseren Unternehmenserfolg ermöglicht und das soll uns auch in die Zukunft leiten. Wir werden uns ambitionierte Ziele setzen und unsere Werte über die Unternehmensgrenzen hinaus leben und erlebbar machen. Wir wollen Vorbild und Benchmark sein. Das ist unser Anspruch.

Wir sind sicher, dafür alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen. Denn der Mensch mit seinen Wünschen und Bedürfnissen steht auch in unserem Unternehmen im Mittelpunkt. Wer begeistert daran arbeitet, die nachhaltigen Momente mit Wasser noch besser zu machen, erwartet zu Recht, dass sein Unternehmen weltweit zu einer lebenswerten Zukunft beiträgt.

Was wir dafür tun, beschreiben wir im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht. Er ist Ausgangspunkt für ein sichtbareres Engagement. Allen, die daran mitgewirkt haben, sei herzlich gedankt.

Schiltach, im September 2019

Hans Jürgen Kalmbach
Vorsitzender des Vorstands der Hansgrohe SE

Unternehmensporträt

ÜBER DIE HANSGROHE GROUP

Die Hansgrohe SE und ihre Tochtergesellschaften (nachfolgend zusammenfassend als „Hansgrohe Group“ bezeichnet) gehören zu den weltweit führenden Herstellern in der Sanitärbranche. Hauptsitz ist Schiltach im Schwarzwald. Unter den Marken hansgrohe und AXOR vertreibt das Unternehmen hochwertige Brausen, Duschsysteme, Bad- und Küchenarmaturen sowie Küchenspülen.

Im Geschäftsjahr 2018 erzielte die Hansgrohe Group einen Umsatz von 1.081 Milliarden Euro (2017: 1.065 Milliarden Euro). Rund 23 Prozent davon erwirtschafteten wir im Heimatmarkt Deutschland, rund 77 Prozent entfallen auf Märkte im Ausland. In China konnten wir mit währungsbereinigt rund 150 Millionen Euro Umsatz ein respektables Wachstum von rund 17 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ausweisen.

Weltweit sind 4.687 Mitarbeiter¹ bei der Hansgrohe Group beschäftigt (2017: 4.525), davon rund 61 Prozent in Deutschland. Hier produziert das Unternehmen in zwei Werken: Schiltach und Offenburg. Im Berichtszeitraum ist außerdem die Außenstelle Willstätt hinzugekommen. Hinzu kommen Werke in Frankreich, den USA und China. Kunden der Hansgrohe Group können heute in über 140 Ländern Produkte erwerben.

Weiterführende Informationen im aktuellen Geschäftsbericht 

¹ Angabe ohne Zeitarbeiternehmer

² Stichtagszahl 31.12.18

DIE HANSGROHE GROUP IN ZAHLEN

23.682	Tonnen ausgelieferte Produkte
15.000	aktive Schutzrechte
4.687	Mitarbeiter ¹ weltweit
143	Auszubildende und duale Studenten ²

UNSERE MARKEN

AXOR	die Design-Marke für höchste Ansprüche
hansgrohe	die Premium-Marke für Bad und Küche

UNSERE PRODUKTIONSSTANDORTE



DER UMSATZ DER HANSGROHE GROUP

WELTWEIT	1.081 Milliarden Euro Umsatz	+1,5 % Umsatzwachstum zum Vorjahr
DEUTSCHLAND	247 Millionen Euro Umsatz	+4 % Umsatzwachstum zum Vorjahr
CHINA	150 Millionen Euro Umsatz	+17 % Umsatzwachstum zum Vorjahr

DIE HANS GROHE GROUP WELTWEIT



-  Hauptsitz
-  Tochtergesellschaften
-  Verkaufsbüro
-  Vertrieb

RECHTSFORM UND EIGENTÜMERSTRUKTUR

Insgesamt fünf Vorstandsmitglieder leiten die Geschäfte der Hansgrohe SE. Jeder von ihnen hat ein eigenes, klar definiertes Aufgabengebiet. Sie vertreten unser Unternehmen zudem nach außen. Vorstandsvorsitzender ist seit 1. August 2018 Hans Jürgen Kalmbach.

Mehrheitsgesellschafter der Hansgrohe SE ist die US-amerikanische Masco Corporation mit Sitz in Livonia (Michigan), USA. Die amerikanische Gesellschaft hält derzeit 68 Prozent der Aktien der Hansgrohe SE. Masco ist mit mehr als 20 Unternehmen einer der weltweit größten Anbieter von Markenprodukten für den Hausbau- und Heimwerkermarkt. Das Unternehmen ist seit 1985 an der Hansgrohe SE beteiligt.

Mit ihrer Verwaltungs- und Beteiligungs-GmbH Syngroh hält die Familie Klaus Grohe, Schiltach, 32 Prozent der Anteile der Hansgrohe SE.

DIE MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS

Vorsitzender	Klaus F. Jaenecke
Stellvertretender Vorsitzender/ Group President, Masco Corporation	Richard O'Reagan
President und CEO, Masco Corporation	Keith Allman
Mitglied im Aufsichtsrat, Verwaltungs- und Beteiligungs-GmbH Syngroh	Richard Grohe
Gewählter Arbeitnehmervertreter	Stefan Krischak
Gewählter Arbeitnehmervertreter	Jürgen Nähr

DIE MITGLIEDER DES VORSTANDS

Personalien der Vorstandsressorts mit Wirkung bis zum 31. Oktober 2019.

Vorsitzender des Vorstands	Hans Jürgen Kalmbach
Stellvertretender Vorsitzender des Vorstands/ Vorstand Finanzen	Reinhard Mayer
Vorstand Vertrieb	Christophe Gourlan
Vorstand Technik	Frank Schnatz
Vorstand Digital / Arbeitsdirektor	Frank Semling



Der Vorstand der Hansgrohe Group (v.l.n.r., oben: H.J. Kalmbach (Vorsitzender), R. Mayer (stellv. Vorsitzender), v.l.n.r., unten: C. Gourlan, F. Semling)

1 Unternehmensführung

WEITER DENKEN

Nachhaltigkeit als langfristiges Denken und tägliche Verantwortung für Mensch und Umwelt ist bei der Hansgrohe Group, dem Erfinderunternehmen aus dem Schwarzwald, eine gelebte, ja eine selbstverständliche Grundhaltung, die Innovation, Design und Qualität prägt. So ist die Hansgrohe Group heute ein Unternehmen, das sich im Wandel behauptet, aus eigener Kraft wächst und für eine nachhaltige Wertschöpfung steht.



WERTSCHÖPFUNG

Als ein im Schwarzwald verwurzelt Unternehmen leistet die Hansgrohe Group einen wichtigen Beitrag zum Erhalt regionaler Strukturen. Unsere internationale Ausrichtung der Wertschöpfung sichert Arbeitsplätze weltweit.

UNSER GESCHÄFT

Gegründet als Familienunternehmen sind wir heute ein international agierender Konzern und einer der führenden Hersteller in der Sanitärbranche. Unseren Marken AXOR und hansgrohe vertrauen Menschen auf der ganzen Welt.

Seit 118 Jahren steht die Hansgrohe Group für Innovation, Design und Qualität. Von Erfindungen wie der ersten Handbrause mit unterschiedlichen Strahlarten, der ersten ausziehbaren Küchenarmatur bis hin zur ersten Duschstange – unser Innovationsgeist prägt die langjährige Firmengeschichte.

Zu den wichtigsten Produktkategorien 2018 nach Umsatz zählten Badarmaturen, Brausen und Duschsysteme. Mit ihnen schaffen wir für Kunden weltweit begeisternde und nachhaltige Erlebnisse mit Wasser.

MARKTPRÄSENZ UND WACHSTUM

Mit 33 Gesellschaften, 22 Verkaufsbüros und einem Vertrieb in über 140 Ländern ist die Hansgrohe Group ihren Kunden weltweit ein verlässlicher Partner. Unsere Fokushmärkte sind Deutschland, China, Frankreich, die USA und Großbritannien. Zum Einsatz kommen unterschiedliche Vertriebskanäle wie Groß- und Einzelhandel als auch Installateure. Einen wichtigen Stellenwert nimmt das globale Projektgeschäft ein. Mit eigenen Fertigungsstätten in Deutschland, Frankreich, China und den USA können wir auf ein internationales Produktionsnetzwerk zurückgreifen. Die beiden größten deutschen Produktionsstätten werden seit 2018 durch die neu gegründete Außenstelle in Willstätt unterstützt.

	2016	2017	2018
Produktionsstandorte	5 ¹	5	6
Tonnen ausgelieferte Produkte	24.320	24.682	23.682
Gesellschaften	34	34	33
Umsatz ² (Milliarden Euro)	1,029 ³	1,076	1,081
Mitarbeiter ⁴	4.082 ⁵	4.525	4.687

ZUKUNFT FÜR DIE REGION

Die Hansgrohe Group wächst – und damit auch der Bedarf an Kapazitäten. Im September 2018 verlegten wir zunächst die Schlauchfertigung, später die Stangenmontage von Offenburg nach Willstätt. Mit zusätzlichen 8.000 Quadratmeter Produktionsfläche investieren wir nicht nur in einen neuen Produktionsstandort, sondern bekennen uns weiterhin zur Region. Etwa 90 Mitarbeiter sind im neuen Werk im Einsatz. Dank Teamwork in allen Bereichen verlief der Umzug reibungslos.

Weiterführende Informationen zum unmittelbar erzeugten und ausgeschütteten wirtschaftlichen Wert finden sich im aktuellen Geschäftsbericht 

¹ Der Wert ist nicht mit dem Vorjahresbericht vergleichbar, da die Zahl nun um die Unternehmenszentrale bereinigt wurde.

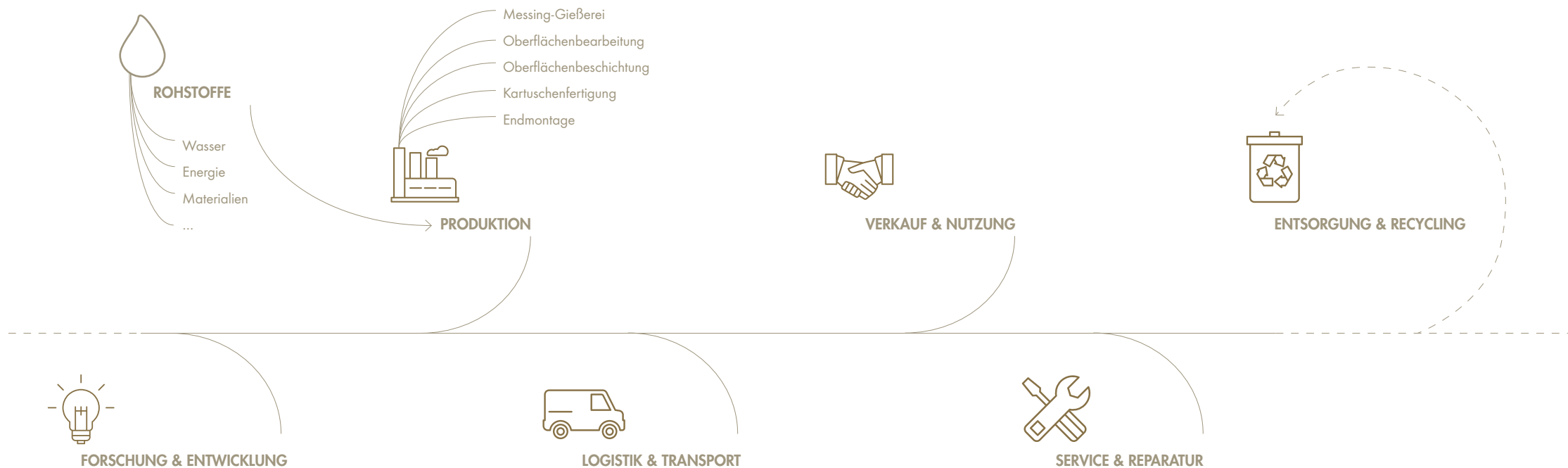
² Jahresabschluss nach US-GAAP

³ Der Wert ist nicht mit dem Vorjahresbericht vergleichbar, da der Jahresabschluss 2016 rückwirkend nach US-GAAP angegeben wird.

⁴ Angaben ohne Zeitarbeitnehmer

⁵ Der Wert ist nicht mit dem Vorjahresbericht vergleichbar, da die Mitarbeiterzahl hier ohne Zeitarbeitnehmer berichtet wird.

DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE DER HANSGROHE GROUP



WERTE UND INTEGRITÄT

Unser tägliches Handeln ist geprägt von unseren Werten und von dem, was wir als zentrale Erfolgsfaktoren bestimmt haben: Innovation, Design und Qualität.

UNSERE WERTE

LEIDENSCHAFT: Wir sind stolz, ein Teil von Hansgrohe zu sein, und gehen unsere Aufgaben mit Leidenschaft und Freude an. In Kombination mit unserer unvergleichbaren Leidenschaft für Wasser, Innovation und Design schaffen wir außergewöhnliche Produkte. Wir begeistern damit unsere Kunden, Partner und uns gegenseitig.

WERTSCHÄTZUNG: Wir gehen respektvoll und fair miteinander um und geben uns konstruktiv Feedback. Wir tauschen unsere Meinungen offen aus und schätzen das Handeln und die Leistung anderer. Damit schaffen wir die Basis für unser Miteinander und unser gegenseitiges Vertrauen.

MITEINANDER: Wir geben und nehmen, gehen offen aufeinander zu und zeigen Interesse füreinander. Gemeinsam packen wir an und unterstützen uns gegenseitig. In Teams erarbeiten wir innovative und ausgezeichnete Lösungen, in denen sich die Summe unserer Ideen widerspiegelt. Wir sind auf unsere erreichten Erfolge stolz und bereit, die Chancen und Herausforderungen der Zukunft aktiv zu gestalten.

VERTRAUEN: Wir tun, was wir sagen, und tragen unsere Entscheidungen gemeinsam. Durch verbindliches Verhalten schaffen wir gegensei-

tiges Vertrauen und Freiräume, die uns alle zu eigenverantwortlichem Handeln ermutigen.

FÜHRUNG WELTWEIT LEBEN

Als international tätiges Unternehmen steht die Hansgrohe Group heute vor größeren Herausforderungen als je zuvor. Unsere Anspruchsgruppen erwarten von uns zu Recht ein einwandfreies Verhalten, wo auch immer wir tätig sind. Um ethisches Verhalten im Arbeitsalltag sicherzustellen, bieten unsere Führungsleitsätze Orientierung. Gleichzeitig verstehen wir die Führungsleitsätze als Maßstab, um zu überprüfen, wo wir stehen und wo wir gegebenenfalls nachjustieren müssen. Unser **Ethikkodex** dokumentiert die Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards, die für alle Beschäftigten weltweit verbindlich sind. Illegale oder unethische Handlungen schließen wir darin vollständig aus – auch dann, wenn diese sich positiv auf unser Geschäft auswirken oder das Ergebnis beschleunigen würden. Etwaige Verstöße werden erfasst, geprüft und verfolgt.



„ZUSAMMENARBEIT BASIERT AUF VERTRAUEN UND WERTSCHÄTZUNG – SO AGIEREN WIR BEI HANSGROHE. WERTE, DIE ALLE UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER LEBEN, DENN NUR ALS TEAM SIND WIR ERFOLGREICH. MIT LEIDENSCHAFT GESTALTEN WIR GEMEINSAM DIE GEGENWART UND ZUKUNFT UNSERES UNTERNEHMENS – FÜR EIN NACHHALTIGES, STETES WACHSTUM.“

Hans Jürgen Kalmbach, Vorstandsvorsitzender Hansgrohe SE

COMPLIANCE-KULTUR GESTALTEN

Wir achten streng darauf, gesetzliche Regeln und andere für uns geltende Vorgaben einzuhalten und nach Möglichkeit zu übertreffen. 2018 haben wir mit dem Aufbau eines Compliance-Management-Systems auf Basis des ISO 19600-Standards begonnen, das in bestehende Managementsystem-Ansätze integriert wird. Die Implementierung wird 2019 abgeschlossen werden.

Die Bereiche Risikomanagement und Compliance haben wir in einer Abteilung gebündelt, die organisatorisch in den Finanzbereich eingegliedert ist. Aufgrund der Vielfalt an internen und externen Anforderungen sind einzelne Themen, wie beispielsweise Produkt-Compliance und Arbeitsschutz, in den jeweiligen Fachbereichen verankert. Über Abstimmungsgremien wird sichergestellt, dass die wichtigen Themen aus allen Bereichen bei den Verantwortlichen im Unternehmen adressiert werden. Die Abstimmungsrunden finden monatlich statt. Bestehende und neue Anforderungen an das Unternehmen werden fortlaufend in einer Rechtsdatenbank erfasst und betroffenen Personen zugewiesen. Die Abteilung arbeitet eng mit der Masco Konzernrechtsabteilung zusammen, die das Unternehmen in allen anfallenden rechtlichen Fragestellungen unterstützt und berät.

In Verbindung mit dem Aufbau eines Compliance-Management-Systems fanden zahlreiche Maßnahmen für Fach- und Führungskräfte sowie interne Auditoren und Compliance-Multiplikatoren statt. Dazu zählte beispielsweise die Ausbildung zum „Compliance Officer“, die zehn Teilnehmer mit der Prüfung durch die Deutsche Gesellschaft für

Qualität erfolgreich abgeschlossen haben. Anwälte der Masco Konzernrechtsabteilung führten im Berichtszeitraum zusätzliche themen- und anlassbezogene Präsenzs Schulungen durch. So fanden mit wechselndem Teilnehmerkreis 2017 insgesamt drei Schulungen, 2018 vier Schulungen statt.

Weltweit erhalten alle Mitarbeiter mit PC-Arbeitsplatz jährlich verpflichtende Online-Schulungen zu Compliance und Ethik. Mitarbeiter ohne PC werden über die Führungskräfte informiert. Dabei werden u.a. folgende Schulungsinhalte vermittelt:

- EU-Wettbewerbsrecht
- Kartellrecht / Antitrust
- Datenschutzrecht in der EU
- Finanzielle Integrität
- Anti-Korruption

HOTLINE FÜR HINWEISE

Unsere Belegschaft wird ermutigt, illegale, unethische und andere fragwürdige Handlungen anzuzeigen. Die dafür von der Masco Corporation eingerichtete Hotline wird von einem externen Dienstleister betreut und ist weltweit Anlaufstelle, um Anliegen zu platzieren. Meldungen können auch anonym erfolgen. Im gesamten Unternehmen (inklusive aller ausländischen Beteiligungen und Vertriebs-Niederlassungen) wird die Hotline-Nummer über Informationsplakate kommuniziert. Meldungen werden durch die Konzernrechtsabteilung von Masco verfolgt und bearbeitet. Darüber hinaus können sich unsere Mitarbeiter an fachlich

kompetente Vertrauenspersonen wenden. Sie sind im Intranet in der Rubrik „Legal & Compliance“ aufgeführt.

Die Einhaltung bindender Anforderungen für das Compliance-Management wird im Rahmen von Management-Audits und Audits gemäß dem Sarbanes-Oxley Act, einem US-Bundesgesetz, regelmäßig geprüft. Für deren Durchführung sind der Fachbereich Risk & Compliance und das Masco Internal Audit Department verantwortlich. Im Berichtszeitraum fanden an Standorten in Europa, Asien, Nordamerika und Afrika insgesamt 21 Audits statt.

DATENSCHUTZ

Seit dem 25. Mai 2018 gilt die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union, die die Verarbeitung personenbezogener Daten durch private Unternehmen und öffentliche Stellen regelt. Zur datenschutzrechtlichen Stärkung der Organisation unternahm der Hansgrohe Datenschutzbeauftragte zusammen mit der Masco Konzernrechtsabteilung unter Einbeziehung der Hansgrohe Fachabteilungen zahlreiche Schritte. So erfolgten bspw. eine Überprüfung der unternehmerischen Datenverarbeitungsprozesse zum Schutz personenbezogener Daten sowie eine Dokumentation und Sicherstellung detaillierter organisatorischer und technischer Datenschutzmaßnahmen. Neben dem Hansgrohe Datenschutzbeauftragten wurden zudem in allen betroffenen Geschäftsbereichen und Tochtergesellschaften interne Datenschutzkoordinatoren bestimmt. Im Berichtszeitraum wurden keine begründeten datenschutzrechtlichen Beschwerden bekannt.

NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

GRI 102-40, GRI 102-42

Nachhaltiges Wirtschaften gehört zum Selbstverständnis der Hansgrohe Group. Als ein Vorreiter der Branche streben wir dauerhaft herausragende Geschäftsergebnisse an – mit dem Anspruch, wirtschaftlichen Erfolg, gesellschaftliche Verantwortung und Umweltschutz in Einklang zu bringen. Dass sich dies auch auf das Umfeld und insbesondere auf vor- und nachgelagerte Wertschöpfungsketten erstrecken muss, um die hohe Qualität allen Handelns und aller Innovationen weiter zu garantieren, ist Hansgrohe bewusst. Denn wer in 140 Ländern dieser Welt agiert, kennt die globalen Herausforderungen aus eigener Anschauung.

Wir befassen uns mit unserem Umfeld und haben die Interessen unserer Anspruchsgruppen – Eigentümer, Lieferanten, Kunden, Behörden, Anwohner, Mitarbeiter – im Blick. Die Auswahl der relevanten Stakeholder ergibt sich aus der Geschäftstätigkeit sowie der internationalen Präsenz der Hansgrohe Group und wird regelmäßig mit den Vertretern der jeweiligen Landesgesellschaften abgeglichen. Wichtige Entscheidungen treffen wir fakten gestützt und unter Berücksichtigung der an uns gestellten Anforderungen. Die Pflicht, als Unternehmen verantwortungsbewusst zu handeln, sehen wir nicht erst seit der Verabschiedung des Pariser Klimaschutzabkommens 2015.

NACHHALTIGKEITSORGANISATION

Über sämtliche Nachhaltigkeitsthemen entscheidet der Vorstand der Hansgrohe SE. Er trägt die Gesamtverantwortung für die GreenCompany-Strategie und definiert konkrete Nachhaltigkeitsziele. Das Managementsystem basiert auf der Logik der international anerkannten Standards ISO 9001, ISO 14001, ISO 19600, ISO 50001, OHSAS 18001.

Die Steuerung und Koordination der Strategieumsetzung erfolgt im Lenkungsausschuss „GreenCompany“. Er ist mit Mitgliedern unterschiedlicher Fachdisziplinen (z.B. Engineering, Entwicklung, Einkauf und Produktion) besetzt. Der Managementsystem-Beauftragte stellt sicher, dass Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt und das System stetig weiterentwickelt wird. Über dessen Leistungsfähigkeit berichtet er regelmäßig an den Vorstand. Inhouse Consultants und Fachspezialisten unterstützen ihn dabei. Die Sitzungen des Ausschusses finden quartalsweise statt.

Ziele, Maßnahmen, Standards und Richtlinien werden dabei in Abstimmung mit den GreenFactories vereinbart. Das GreenFactory-Management wird in den Werken durch Qualitätsmanager, Compliance-Manager, EHS-Manager, Energiemanager und weitere Spezialisten unterstützt. Die Aufgabe im Werk ist die Steuerung und Verfolgung der GreenFactory-Zielerreichung.



UNSERE NACHHALTIGKEITSZIELE



Die wirksame Umsetzung dieser Standards innerhalb der Hansgrohe Group stellt das systematische Management von Qualität und Compliance sowie Nachhaltigkeitsthemen sicher. Hierfür setzen wir lokal Verbesserungsmaßnahmen um und bewerten diese auf deren Wirksamkeit.

Vorgegebene Standards und Richtlinien werden lokal umgesetzt. In der Belegschaft wird zu relevanten Themenfeldern das Bewusstsein geschärft. Hierfür nutzen wir unterschiedliche Formate wie beispielsweise E-Learnings, Vorfalldanalysen oder Begehungen in den Werkshallen. Lokale Verantwortliche dienen ebenfalls als Ansprechpartner für Mitarbeiter und Fremdfirmen.

Externe Fachauditoren überprüfen die Wirksamkeit unseres Managementsystems regelmäßig in allen Werken. Eine Zertifizierung ist das Ergebnis der erfolgreichen Prüfung. Darüber hinaus leben wir das Prinzip kontinuierlicher Verbesserung. Darunter verstehen wir unter anderem:

- die sorgfältige Planung und Auslegung von Betriebsstätten, Anlagen und Prozessen unter Berücksichtigung von Umwelt-, Sicherheits- und Gesundheitsaspekten,
- die wirksame Integration relevanter Aspekte in das Tagesgeschäft, darüber hinaus Notfallvorsorge und Gefahrenabwehr,
- regelmäßige faktengestützte Kontrollen, Auditierung und Bewertung erreichter Ergebnisse sowie
- die fortlaufende Verbesserung durch Lernen.

ÜBERSICHT ÜBER UNSERE GREENCOMPANY ZIELE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

	 2017 Das haben wir erreicht	2017 Das waren unsere Ziele	 Das sind unsere Ziele bis Ende 2020
Wassereffizienz ¹	+ 18,8%	+ 10%	+ 15%
Energieeffizienz ¹	+ 5,7%	+ 2%	+ 5%
Abfalleffizienz ¹ (Sonderabfall)	-	-	+ 2%
Sonderabfalleffizienz	+ 17,9%	+ 5%	+ 15%
Anzahl der Unfälle mit mehr als einem Ausfalltag (Lost Day Frequency Rate; LDFR ²)	0,64	0,70	0,50
Anzahl der Ausfalltage durch schwere Unfälle (Lost Day Severity Rate; LDSR ³)	6,37	6,46	6,80
Anzahl der Unfälle mit externer medizinischer Versorgung (Lost Day Incident Rate; LDIR ⁴)	4,49	7,88	2,00

¹ Referenzjahr 2014 für Ziele 2017; Referenzjahr 2016 für die Ziele 2020

² Die LDFR errechnet sich aus der Anzahl der Unfälle mit mehr als einem Ausfalltag multipliziert mit 200.000 Stunden geteilt durch die Gesamtarbeitsstunden.

³ Die LDSR errechnet sich aus der Anzahl der Ausfalltage aufgrund eines Unfalls multipliziert mit 200.000 Stunden geteilt durch die Gesamtarbeitsstunden.

⁴ Die LDIR errechnet sich aus der Anzahl der Unfälle mit externer medizinischer Versorgung multipliziert mit 200.000 Stunden geteilt durch die Gesamtarbeitsstunden.

WESENTLICHKEITSANALYSE

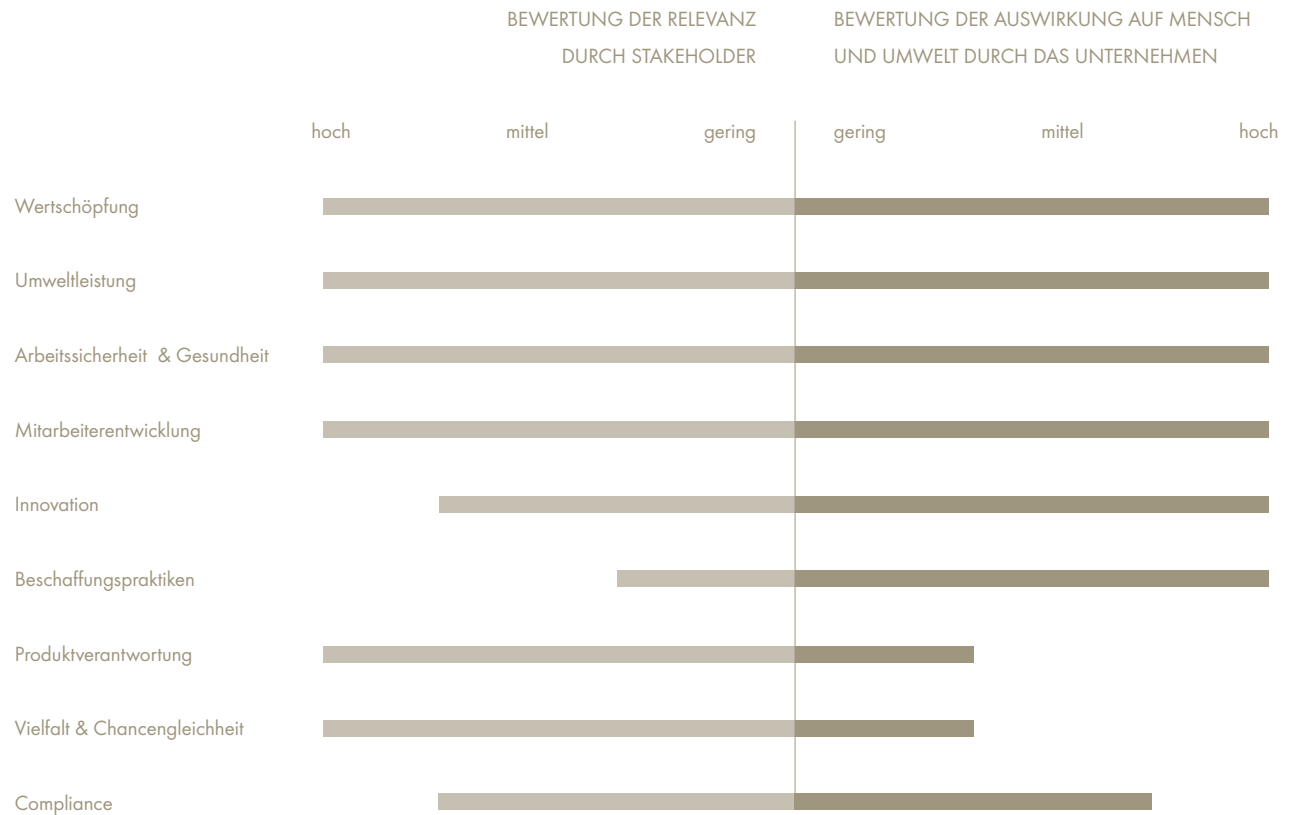
GRI 102-43, 102-44, 102-46, 102-47, 102-49

Im Rahmen unserer im Sommer 2019 durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse haben wir die betroffenen Stakeholder zu den Themen „Wirtschaft“, „Ökologie“ und „Soziales“ befragt. Insgesamt füllten 30 Personen aus unterschiedlichen Anspruchsgruppen (Behörden, Lieferanten, Kommunalpolitik, Betriebsrat, Kunden, Eigentümer) die Fragebögen aus, die danach von uns ausgewertet wurden.

Die damit gewonnenen Informationen dienten als Grundlage für einen internen Workshop, in dem wir die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit der Hansgrohe Group auf Mensch und Umwelt diskutierten und bewerteten. Teilnehmer des Workshops waren die Ansprechpartner aus den betroffenen Abteilungen. Der Vorstand der Hansgrohe SE sowie die Fachbereichsvertreter validierten das Resultat.

Im Ergebnis identifizierten wir neun Themen, zu denen wir in diesem Nachhaltigkeitsbericht unsere entsprechenden Konzepte und Maßnahmen darlegen.

DIE WESENTLICHEN THEMEN DER HANSGROHE GROUP



STAKEHOLDERDIALOG

GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-44

Trends und andere externe Veränderungen beobachten wir kontinuierlich, erfassen und bewerten sie mit Blick auf die Bedeutung für unser Unternehmen. Den intensiven Kontakt zu relevanten Stakeholdergruppen pflegt die Hansgrohe Group dabei auf vielfältige Weise.

In Kooperation mit der University of Bath ließen wir 2014 relevante Themen wissenschaftlich fundiert bestimmen. Auf dieser Basis definierten wir die Stakeholdergruppen und tauschten uns telefonisch, persönlich wie auch mittels Fragebogen mit diesen aus, um wesentliche Themen und Ansprüche zu identifizieren. So erhielten wir erkenntnisreiche Rückmeldungen von Kunden, Lieferanten, Behörden, Anteilseignern, Vertretern von Mitarbeitern und Gemeinden.

Unsere Interessengruppen in Deutschland beziehen wir über regelmäßige Mitarbeiterbefragungen (siehe Kapitel Menschen) und standardisierte Umfragen zur Kundenzufriedenheit (siehe Kapitel Produkte) ein. Darüber hinaus stehen wir in engem Austausch mit Branchenexperten und engagieren uns in Normgremien. Unternehmensintern gilt es, die Ansprüche unserer Stakeholder so aufzubereiten, dass sie in unternehmerische Entscheidungen einbezogen werden können. Dies erfolgt durch den Lenkungsausschuss „GreenCompany“ (vgl. Nachhaltigkeitsorganisation Seite 12). Dessen Sitzungen finden quartalsweise statt.

2 Produkte

FÜR LEBENSQUALITÄT

Den Menschen in den Mittelpunkt zu stellen, ist für die Hansgrohe Group seit jeher Ausgangspunkt aller Erfindungen und Weiterentwicklungen. Menschliche Bedürfnisse, Wünsche und auch Sehnsüchte fordern das Unternehmen stets aufs Neue mit dem Ziel, zu einem guten Leben beizutragen. Um die hohe Qualität unseres Handelns und aller Innovationen beizubehalten, betrachten wir die gesamte Wertschöpfungskette.



INNOVATION

Begegnungen mit Wasser jeden Tag zu einem Erlebnis zu machen – dafür entwickeln wir richtungsweisende Lösungen, die Form und Funktion miteinander verbinden. Seit 1901 beweist die Hansgrohe Group mit vielen Erfindungen, dass sie zu den kreativen Vordenkern der Sanitärbranche gehört. Jährlich melden wir Hunderte von Schutzrechten an. Derzeit sind wir Inhaber von über 15.000. 2018 gehörten wir als eine der innovativsten Firmen zu den TOP 100 Unternehmen des deutschen Mittelstandes.



„INNOVATIONSMANAGEMENT BETREIBEN WIR BEI HANSGROHE, UM DIE LEBENSQUALITÄT DES EINZELNEN ZU VERBESSERN. ANDERS GESAGT: IM MITTELPUNKT UNSERER TÄGLICHEN ARBEIT STEHT DER MENSCH UND SEINE BEDÜRFNISSE.“

Steffen Erath, Head of Innovation

MIT PRODUKTIDEEN ZUKUNFT GESTALTEN

In den Forschungs- und Entwicklungsabteilungen der Hansgrohe Group beschäftigen wir uns mit der Frage: Was macht das Leben unserer Kunden angenehmer? Dabei geht es uns nicht darum, Trendiges anzubieten, das kurzlebig ist, sondern Fortschrittliches.

Engagierte Teams aus unkonventionellen Denkern und Strahlforschern arbeiten rund ums Jahr an Zukunftsideen. Sie bringen Produkte zur Marktreife, die Kunden auf lange Sicht konkreten Mehrwert bieten. Um unser Kerngeschäft durch visionäre Konzepte zu ergänzen, starteten wir 2017 das Pilotprojekt „InnoLab“. Damit schaffen wir Räume zum Experimentieren und Weiterdenken – abseits des normalen Arbeitsalltags. Dort werden beispielsweise unsere digitalen Produkte wie RainTunes entwickelt, die mittels multisensorischer Programme neue Duscherlebnisse ermöglichen. Unser Vitalitäts-Index¹ beträgt rund 30 Prozent. Unsere Novitäten, also neue Design- und Gestaltungskonzepte, machen damit etwa ein Drittel unseres Umsatzes aus.

VITALITÄTS-INDEX¹ DER HANSGROHE GROUP

	2016	2017	2018
Vitalitäts-Index ¹	28,1	26,5	29,5

¹ Unter dem Vitalitäts-Index verstehen wir den Umsatzanteil der Produkte, die zum Zeitpunkt des Verkaufs nicht älter als 36 Monate waren.

FREIRAUM FÜR IDEEN

Um bei der Produktentwicklung neue Wege auszutesten, startete die Hansgrohe Group 2017 das Pilotprojekt „InnoLab“: Hier arbeitet ein interdisziplinäres Entwicklerteam an konkreten Fragestellungen. Klar definiert ist lediglich der Innovationsprozess. Das Umfeld ist experimentell, die Räume gleichen einer Kreativwerkstatt. Vom traditionellen Erfindergeist beflügelt, sprudeln im „InnoLab“ nun visionäre Zukunftsideen, die das Potenzial haben, neue Märkte zu schaffen.

MIT TECHNOLOGIE MEHRWERT SCHAFFEN

Geleitet von den Unternehmenswerten schafft die Hansgrohe Group mit technologischen Innovationen die Voraussetzungen für langfristiges, profitables Wachstum. So setzen wir beispielsweise bei der Herstellung der Armaturenkollektion AXOR Edge erstmals Ultrapräzisionsmaschinen ein, die sonst überwiegend in der Raumfahrt und der Laserindustrie verwendet werden. Sie machen das Schleifen und Polieren der Armaturengrundkörper überflüssig. So können bisher benötigte Arbeitsschritte entfallen. Entstandene Schleif- und Polierstäube können vermieden werden. Abfälle wie Schleifbänder oder Polierfilze fallen nicht mehr an. Die Technik ist für die Mitarbeiter zudem weniger anstrengend als manuelle Schleif- und Polierarbeit.

Um Brausen und Armaturen widerstandsfähiger und langlebiger zu machen, bringen wir eine dekorative Deckschicht aus Chrom auf. Dies geschieht durch Galvanisierung, einem elektrochemischen Beschichtungsverfahren. Im Fertigungsverfahren muss dazu Chromtrioxid eingesetzt werden. Die Verwendung des karzinogenen Chromtrioxids in der

Herstellung soll langfristig reduziert oder komplett vermieden werden. Unter anderem deshalb wurde 2017 die Forschungsabteilung Production Technologies eingerichtet. Zielsetzung der Entwicklungsprojekte ist die Verbesserung der Qualität verknüpft mit Umweltverträglichkeit und dem Schutz der Mitarbeiter. In der Chromschicht des Endprodukts ist kein Chromtrioxid enthalten.

VIelfach präMIERT UND AUSGEZEICHNET

Die Hansgrohe Group, ihre Marken und Produkte wurden mit zahlreichen Auszeichnungen prämiert – darunter über 500 Designpreise seit 1974. Im Ranking 2019 des weltweit renommierten International Forum Design (iF) der besten Unternehmen der Welt in Sachen Design belegt die Hansgrohe Group mit ihren Marken AXOR und hansgrohe einen TOP10-Platz unter 4.215 Unternehmen. Bei den iF DESIGN AWARDS 2019 wurden acht Produkte ausgezeichnet.



GERMAN
DESIGN
AWARD
WINNER
2018



DESIGN
AWARD
2018



reddot award 2018
winner

DURCH PARTNERSCHAFTEN ZU INNOVATIONEN

Partnerschaften helfen uns, Innovationen zu realisieren, Technologien zu entwickeln und Prozesse zu verbessern. Derzeit kooperieren wir mit den Hochschulen Furtwangen und Offenburg, der Technischen Universität Ilmenau, dem KIT Karlsruhe, der KDG Glas Consulting, dem Öko-Institut Freiburg e. V. und der Deutschen Gesellschaft für Personalführung e. V.

Zudem sind wir in verschiedenen Verbänden und Institutionen aktiv, wie beispielsweise dem Institut für Bauen & Umwelt (IBU), dem Verein Deutscher Ingenieure (VDI), dem Fesa e. V., der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen – DGNB e. V., dem Deutschen Institut für Normung (DIN), der Bundesvereinigung der Firmen im Gas- und Wasserfach e. V. (FIGARA), dem Deutschen Verein des Gas- und Wasserfaches (DVGW), dem Internationalen Controller Verein (ICV) und dem Bundesverband der deutschen Gießereiindustrie (BDG).

Darüber hinaus engagieren wir uns in der 2017 gegründeten Initiative European Bathroom Forum (EBF). Ziel ist die Einführung eines europaweit einheitlichen Kennzeichnungssystems namens „The Water Label“ – eine Orientierungshilfe für Verbraucher hinsichtlich wasser-effizienter Sanitärprodukte. Die freiwillige Initiative wird von drei großen europäischen Dachverbänden und zehn nationalen Handelsverbänden unterstützt.

KONZEPTE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

Mensch, Wasser, Nachhaltigkeit – diese drei Begriffe prägen im Bereich Innovation das Handeln der Hansgrohe Group. Mit unseren Effizienztechnologien bieten wir unseren Kunden einen verantwortungsvollen Umgang mit kostbaren Ressourcen. Produkte, die mit EcoSmart-Technologie ausgestattet sind, verbrauchen bis zu 60 Prozent weniger Wasser als herkömmliche Produkte. Bei der CoolStart-Technologie fließt bei neutraler Griffposition automatisch Kaltwasser statt Warmwasser, der Verbrauch von Energie wird dadurch gesenkt.

PRODUKTVERANTWORTUNG

Unser Sortiment an sparsamen Produkten weiten wir kontinuierlich aus und tragen so zum Umweltschutz bei. Die Steuerung der Produktpolitik obliegt dem Gesamtvorstand sowie den einzelnen Ressorts der Hansgrohe Group. Bei der Entwicklung neuer Produkte berücksichtigen wir weltweit die gesetzlichen Vorgaben, die Anforderungen an die Produktsicherheit und das wachsende Umweltbewusstsein unserer Kunden.

GREEN PRODUCTS

In der Produktentwicklung nehmen wir das zunehmende Umweltbewusstsein in der Gesellschaft ernst. Experten arbeiten kontinuierlich daran, unsere Produkte effizient, herstellbar und sicher zu gestalten. Unter dem Begriff „Green Products“ fassen wir alle Produkte, die gegenüber herkömmlichen Fabrikaten besonders ressourceneffizient sind.

Dazu zählen Brausen mit einem Durchfluss von maximal 9 Litern Wasser je Minute, Waschtischmischer mit maximal 5 Litern je Minute und sonstige Armaturen mit einem Durchfluss von nicht mehr als 8 Litern je Minute. Die verkauften Anteile dieser Produkte lagen im Jahr 2018 bei 26,5 Prozent und im Jahr 2017 bei 28,5 Prozent (2016: 27 Prozent) des gesamten Umsatzes.

PRODUKTSICHERHEIT GEWÄHRLEISTEN

Wir legen viel Wert auf eine sorgsame Produktentwicklung. Dabei haben wir insbesondere verschärfte gesetzliche Vorgaben, Produktsicherheit und zunehmendes Umweltbewusstsein im Blick. Wir setzen zudem auf gründliche Produkttests im hauseigenen Labor, das nach dem internationalen Kompetenzstandard für Labore (ISO/IEC 17025) arbeitet. Zusätzlich regeln wir Produkthanforderungen in hauseigenen Normen – sogenannte HG-Normen. Ein Beispiel ist die HG 783 Umweltgerechte Produkte – Inhaltsstoffe.

Gemäß den Anforderungen der EU-Richtlinie zur Beschränkung der Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikaltgeräten (RoHS) haben wir im Berichtszeitraum alle betroffenen Pro-

dukte registriert. Die RoHS-Richtlinie regelt seit 2011 die Verwendung und Inverkehrbringung bestimmter gefährlicher Stoffe, wie Blei, Quecksilber und Cadmium, Chromtrioxid sowie die Verwendung bestimmter bromhaltiger Flammschutzmittel und Weichmacher.

Nicht selten kommt es vor, dass unsere geschützten Designs und auch ganze Produkte kopiert werden. Wir gehen aktiv und mit Nachdruck gegen Produktfälschungen vor. Dadurch machen wir unsere Kunden auf die Existenz von Plagiaten aufmerksam und schützen sie vor Gefährdungen durch Plagiate mit oftmals minderer Qualität.

IM DIALOG MIT DEN KUNDEN

GRI 102-43

Wir setzen auf einen möglichst direkten Kontakt zu unseren Kunden – sowohl zu den Händlern als auch zu den Endkunden. Kritik nehmen wir zum Anlass, um unsere Prozesse weiter zu verbessern. Eine **standardisierte Kundenumfrage** liefert zusätzlich wertvolle Informationen. Der Net Promoter Score (NPS) fungiert dabei als wesentliche Steuerungsgröße.

Unsere deutschen Außendienstler besuchen über 30.000 Kunden im Jahr. Zudem bearbeiten wir jährlich mehr als 100.000 schriftliche und 250.000 telefonische Anfragen. Bei Spezialfällen und Fragen von Installateuren ist unser Meisterservice immer erreichbar. Dieser beantwortet pro Jahr über 90.000 telefonische und über 20.000 schriftliche Anfragen. Auch mit Kunden aus dem Handwerk kommunizieren unsere Mitarbeiter aus dem Meisterservice auf Augenhöhe – schließlich ist jeder einzelne selbst gelernter Sanitärinstallateur mit Meisterbrief.

LIEFERKETTE

Unser Unternehmen ist in über 140 Ländern der Welt präsent. Um diese mit unseren Produkten beliefern zu können, betreiben wir ein komplexes Fertigungs- und Zuliefernetzwerk. Wir wissen dabei um die vielfältigen Herausforderungen. Diese betreffen beispielsweise die Einhaltung von Menschenrechten, Umweltschutz, Konfliktrohstoffe wie auch Korruption.

NACHHALTIGKEIT HAT VORRANG

Gemeinsam mit unseren Lieferanten wollen wir durch verantwortungsvolles Handeln Risiken minimieren und langfristige Beziehungen aufbauen. Daher achten wir bei der Lieferantenauswahl auf die Einhaltung ethischer Standards, eine verantwortungsvolle Arbeitsweise und Umweltschutz.

Neue Lieferanten werden erst dann in den Lieferantenpool aufgenommen, wenn sie durch ein internes Fachkomitee freigegeben wurden und sämtliche Vertragsunterlagen vorliegen. Das interne Fachkomitee kann je nach Lieferantenkategorie unterschiedlich besetzt sein. So werden bei Produktionsmateriallieferanten neben dem Commodity Buyer auch Fachexperten und Lieferantenauditoren mit einbezogen.

Lieferanten für Produktionsmaterialien werden im Rahmen einer Potenzialanalyse vor Ort in den Betriebsstätten auf Qualitätsfähigkeit bewertet. Dadurch stellen wir sicher, dass unsere Vorstellungen erfüllt werden können und dies den Grundstein für eine verlässliche und langfristige Partnerschaft bietet.

Die Hansgrohe Group lässt sich zudem bei Aufnahme in den Lieferantenpool bestätigen, dass Zulieferer sämtliche REACH-Anforderungen einhalten. REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) ist eine Chemikalienverordnung der EU, die 2007 in Kraft getreten ist und in allen Mitgliedsstaaten Gültigkeit besitzt. Nach dem Prinzip „no data, no market“ dürfen innerhalb des Geltungsbereiches nur noch chemische Stoffe in Verkehr gebracht werden, die vorher registriert worden sind. Die Hansgrohe Group produziert weder chemische Stoffe oder Gemische, noch importiert sie diese in die EU. Als sogenannter „nachgeschalteter Anwender“ (Downstream User) unterliegen wir keinen Registrierungspflichten.

NACHHALTIGES LIEFERANTENMANAGEMENT

Wir nutzen die Möglichkeit, uns durch Lieferantenaudits unter anderem von der Nachhaltigkeitsleistung unserer Lieferkette zu überzeugen. Dazu setzen wir speziell ausgebildete Auditoren ein. Im Berichtszeitraum haben zehn Auditoren die Prüfung nach Prozessaudit-Standard des Verbands der Automobilindustrie (VDA 6.3) bestanden und dadurch ihre Kompetenz nachgewiesen.

Die stichprobenartigen Audits werden sowohl vom Mutterkonzern Masco als auch von eigenen Fachexperten durchgeführt. 2018 wurden 30 Lieferanten überprüft (2017: 41). Beanstandungen sind umgehend zu bearbeiten und Missstände abzustellen. 2018 haben wir insbesondere in Europa zusätzliche Umwelt- und Arbeitssicherheitsaudits durchgeführt.

Besonderen Wert legen wir auf die Verbesserung der Arbeitssicherheits- und Umweltschutzleistung und die systematische Erfassung und Erfüllung rechtlicher und vertraglicher Anforderungen. Die auditierten Unternehmen schnitten überdurchschnittlich gut ab, nennenswerte Beanstandungen gab es keine.

TRANSPORT UND LOGISTIK

Unsere Lieferanten beliefern uns regelmäßig mit den unterschiedlichsten Rohstoffen. Anschließend fertigen wir unsere Produkte in mehreren deutschen Werken sowie in Frankreich, China und den USA. Damit inkludiert unsere Logistik auch innerbetrieblichen Transport im oder zwischen den Produktionsstätten sowie Distributions- und Entsorgungslogistik. Dabei wird der Transport von Waren in und zwischen unseren Werken im Wesentlichen mit eigenen Mitarbeitern und Fahrzeugen durchgeführt. Der Transport von Komponenten, Halb- und Fertigfabrikaten wird durch externe Dienstleister unterstützt. Außerdem legt die unternehmenseigene Zugmaschine jährlich ca. 130 Kilometer zurück. Kurzum: Damit unsere Kunden in etwa 140 Ländern rechtzeitig und zuverlässig beliefert werden, betreiben wir komplexe Logistikketten.

Dadurch trägt die Hansgrohe Group zur Entstehung von CO₂-Emissionen und somit zum Klimawandel bei. Wenn wir unsere Logistikprozesse optimieren, haben wir aber auch einen großen Hebel zur Verbesserung der eigenen CO₂-Bilanz.

Unsere Kunden erhalten unsere Waren aus den Lägern in Offenburg, Shanghai und Alpharetta. Das Offenburger Logistikzentrum haben

wir im Berichtszeitraum deutlich erweitert und 2017 in Betrieb genommen. 2018 haben wir von dort rund 2,2 Millionen Auftragspositionen bearbeitet. Dies führte dazu, dass täglich rund 6.500 Packstücke mit etwa 30 Lastwagen das Gelände verließen. Die 30 Millionen Euro teure Investition in den Standort führte aber auch zu einer effizienteren Logistikabwicklung. So ermöglichte uns die neu geschaffene Fläche, einen Dienstleister, der bisher in externen Räumlichkeiten arbeitete, zu integrieren. Damit entfallen die Transporte zwischen Hansgrohe und dem externen Gebäude des Dienstleisters.

In der Distributionslogistik arbeiten wir außerdem an einer Verbesserung der Versandkartonauslastung. Unser Ziel ist es, durch eine optimierte Verpackungsplanung anhand der Mengen und geometrischen Eigenschaften zu verpackender Produkte vorhandenes Kartenvolumen so effizient wie möglich zu nutzen. Wir haben dadurch eine ca. 8 Prozent bessere Auslastung der Versandkartons erreicht. Im Zuge dieser Maßnahme beleuchten wir ebenfalls die Umweltverträglichkeit des Füllmaterials.

ACHTSAM AUS PRINZIP

Achtsamkeit ist etwas, was Hansgrohe immer schon auszeichnet. Wer mit der Ressource Wasser umgeht und daraus emotionale Erlebnisse ebenso wie nützliche Funktionen für Menschen erschafft, weiß um den Wert der Natur und will, ja muss sie bewahren.



UMWELTMANAGEMENT

Nachhaltiges Denken und Handeln prägen die Hansgrohe Group. Bereits seit den 1980er-Jahren setzen wir regenerative Energie in der Produktion ein. Heute bemühen wir uns in allen Werken um Umweltschutz, wägen Chancen und Risiken ab, stellen Maßnahmenpläne zur Verbesserung unserer Umweltleistung auf und reduzieren so schädliche Umweltauswirkungen.

Um unserem eigenen Anspruch gerecht zu werden, haben wir in allen Werken der Hansgrohe Group ein Umweltmanagementsystem implementiert. So stellen wir unter anderem sicher, dass wir uns über die gesamten Tätigkeiten hinweg strikt an gesetzliche Umwelt- wie auch Abfallentsorgungsrichtlinien halten.

Darüber hinaus erfassen wir an allen Produktionsstandorten die Verbrauchsdaten und definieren konkrete Effizienzkennzahlen. Sie dienen als Indikator, ob getroffene Maßnahmen ihre Wirkung erzielen und wir die uns gesteckten Ziele erreichen. 2018 erreichten wir unsere Etapenziele weitestgehend. Lediglich bei der Wassereffizienz verfehlten wir das GreenCompany-Ziel knapp (siehe Seite 13).

Im Berichtszeitraum gab es keine signifikanten Verstöße gegen Umweltsetze oder -vorschriften. Im Juni 2017 kam es jedoch zu einem Vorfall, bei dem nicht wassergefährdende Flüssigkeit in den Vorfluter des Schiltacher Produktionswerks gelang. Diesen vergleichsweise harmlosen Vorfall nahmen wir dennoch als Anlass, um gemeinsam mit der zuständigen Fachbehörde weiterführende Präventionsmaßnahmen zu

entwickeln. So haben wir beispielsweise einen automatischen Schieber auf dem Werksgelände implementiert, der von mehreren Stellen angesteuert werden kann, um den Zufluss zum öffentlichen Abwassersystem zu stoppen. Die Umsetzung dieser und weiterer Maßnahmen erfolgte 2018.

GELTUNGSBEREICH DER KENNZAHLEN

Einbezogen sind alle Produktionsstandorte der Hansgrohe Group sowie die Werte der Zentrale in Schiltach.

UMWELTZIELE DER HANSGROHE GROUP

Angaben in Prozent

	2020
Energieeffizienz ¹	+ 5%
Wassereffizienz ²	+ 15%
Abfalleffizienz ³ (ohne Sonderabfall)	+ 2%
Sonderabfalleffizienz ³	+ 15%

¹Energie gewichtet mit Primärenergiefaktoren in MWh pro Tonnage verkauftes Produkt

²Angabe in m³ pro Tonnage verkauftes Produkt

³Angaben in Tonnen pro Tonnage verkauftes Produkt

UMWELTSCHUTZ NACH INTERNATIONALEM STANDARD

Im Rahmen interner und anschließend externer Systemaudits stellen wir uns regelmäßig selbst auf die Probe. Unabhängige Auditoren überprüfen alle Produktionswerke in Deutschland, Frankreich, den USA und China. Verantwortlich für die Abwicklung ist der Auditbeauftragte der Hansgrohe Group.

Eine Zertifizierung macht unser Engagement transparent und nachvollziehbar. Sämtliche Produktionswerke der Hansgrohe Group sind nach ISO 14001, dem internationalen Standard für Umweltmanagementsysteme, zertifiziert. Alle europäischen Produktionswerke sind zudem nach ISO 50001, dem Standard für Energiemanagementsysteme, zertifiziert.

ENERGIE UND EMISSIONEN

Die Hansgrohe Group versteht sich als GreenCompany (siehe Seite 12) und begreift Nachhaltigkeit als Voraussetzung, um langfristig am Markt zu bestehen. Der geeignete Einsatz von Energiemedien, Einsparungen beim Energieverbrauch und eine effiziente Produktion stehen als Ziele weltweit im Mittelpunkt.

ENERGIEVERBRAUCH SYSTEMATISCH ANALYSIEREN

Um Einsparpotenziale schnell zu erkennen und umzusetzen, erfassen wir energierelevante Daten mit unserem Energiedatenerfassungssystem. Sie zeigen den Energieeinsatz in den jeweiligen Werken auf und helfen, wesentliche Verbraucher und Einflussfaktoren zu identifizieren. Dort setzen wir dann an, um den Energiebedarf gezielt zu minimieren. Dies erfolgt durch technische Vorkehrungen, organisatorische Änderungen oder spezifische Mitarbeiterschulungen. Um die Wirksamkeit der getroffenen Maßnahmen zu prüfen und etwaige weitere Anpassungen vorzunehmen, werden die Maßnahmen fortlaufend evaluiert und bewertet.

Alle europäischen Produktionswerke der Hansgrohe Group verfügen über ein solches Energiedatenerfassungssystem. Auch im größten nicht-europäischen Produktionswerk in Shanghai und dem neuen deutschen Werk in Willstätt haben wir das Erfassungssystem aufgebaut und 2018 in Betrieb genommen.

Die Energieversorgung unserer Produktionswerke erfolgt im Wesentlichen mit Strom und Erdgas. Zusätzlich erzeugen wir bereits seit den 1990er Jahren mit Photovoltaikanlagen eigenen Strom.

LEISTUNGSKENNZAHLEN UND ZIELE IM BEREICH ENERGIE

Angaben in MWh

	2016		2017		2018	
	Ist	Ziel	Ist	Ziel	Ist	Ziel
Energieeffizienz ¹	6,94	7,11	6,83	7,08	6,62	6,90

¹Energie gewichtet mit Primärenergiefaktoren in MWh pro Tonnage verkauftes Produkt. Ein niedriger Wert bedeutet eine vergleichsweise bessere Energieeffizienz im Vergleich zu einem höheren Wert.

ENERGIEVERBRAUCH DER HANSGROHE GROUP

Angaben in MWh

	2016	2017	2018
Energieverbrauch	80.886	82.755	80.952
davon Strom	57.744	58.816	58.202
davon Erdgas	22.546	22.188	21.292
davon Heizöl	319	410	175
davon Kraftstoffe	¹	1.341	1.283
davon Fernwärme	277	0	0

¹Im Jahr 2016 wurden aus technischen Gründen keine Kraftstoffverbräuche erhoben.

EMISSIONEN LANGFRISTIG REDUZIEREN

Die Berechnung der Treibhausgasemissionen der Hansgrohe Group erfolgt in Anlehnung an den international anerkannten Standard des Greenhouse Gas Protocol (GHG).

Die folgenden Emissionen werden berichtet:

- Scope 1: Direkte Emissionen aus Verbrennungsprozessen stationärer Anlagen (Erdgas, Heizöl), mobiler Anlagen (Treibstoff aus Beschaffungs- und Distributionstransporten sowie eigener und geleaster Pkw)
- Scope 2: Indirekte Emissionen aus gekauftem Strom und Fernwärme
- Scope 3: Emissionen können wir zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht berichten.

Entsprechend den seit 2015 geltenden Leitlinien des GHG Protocol zur Bilanzierung von Scope-2-Emissionen berichtet die Hansgrohe Group ihre Treibhausgasemissionen nach der „location-based“-Methode. Das heißt, es werden länderspezifische Annahmen des jeweiligen nationalen Strommixes verwendet, um die Emissionen zu errechnen.

EMISSIONEN DER HANSGROHE GROUP

in Tonnen CO₂

	2016	2017	2018
Direkte Emissionen (Scope 1)			
Emissionen durch Standorte der Hansgrohe Group	4.778	4.482	4.301
Emissionen durch Fuhrpark	¹	363	350
Indirekte Emissionen (Scope 2)			
Strom-/Wärmebezug von Standorten der Hansgrohe Group	30.849	31.401	30.855
Gesamtemissionen (CO₂)	35.627	36.246	35.506

¹Die Emissionen des Fuhrparks wurden im Jahr 2016 aus technischen Gründen nicht erfasst.

Unsere Maßnahmen zur Steigerung unserer Umwelteffizienz wirken sich positiv aus und helfen, Emissionen zu reduzieren: Im Berichtszeitraum konnten wir die direkten wie auch die indirekten CO₂-Emissionen im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozent senken.

MASSNAHMEN IM ÜBERBLICK



PRODUKTIONSFLÄCHEN EFFEKTIV NUTZEN:

Intelligente Variantenmontagelinien für unser Werk in Deutschland

Die Nutzung unserer Produktionsflächen hat wesentlichen Einfluss auf deren Energieeffizienz. Aus diesem Grund haben wir in unserem Produktionswerk in Schiltach die Flächen mit intelligenten Variantenmontagelinien verdichtet. Die Konstruktion ermöglicht eine hohe Auslastung und fügt sich platzsparend in die Produktionshalle ein. Durch den u-förmigen Aufbau bietet sie kurze Laufwege und einen klaren Montagefluss. Die Linien können individuell höhenverstellt werden.



MODERNISIERUNG VON GEBÄUDEN UND ANLAGEN:

LED-Beleuchtung senkt Stromverbrauch in Frankreich um 20 Prozent

In den vergangenen Jahren investierten wir in die Sanierung und Modernisierung von Bestandsanlagen und Gebäuden. Im Fokus stand das französische Werk in der Nähe von Straßburg. In der Fertigung

wurde 2017 vollständig auf moderne LED-Beleuchtung umgestellt. Zusätzlich wurde in einen zweiten modernen Druckluftkompressor investiert. Durch unsere Maßnahmen konnte der Gesamtstromverbrauch des Standorts um etwa 20 Prozent gesenkt werden.



MIT NEUEN TECHNOLOGIEN DIE UMWELT SCHONEN:

Energieeffiziente Abwärmenutzung in unserer Gießerei in China

Metallgießen ist ein energieintensiver Vorgang, bei dem Abwärme entsteht. Zugleich wird Energie zum Kühlen benötigt. Um den Energieverbrauch in unserer Anlage in Shanghai zu optimieren, ersetzen wir 2017 die bestehende Kühleinheit durch einen modernen Kühlturm. Dieser ist deutlich energieeffizienter und kann im Winter komplett abgeschaltet werden. Die entstehende Wärme nutzen wir nun zur Gebäudebeheizung – und sparen damit ebenfalls Energie.

WASSER UND ABWASSER

Der verantwortungsbewusste Umgang mit Wasser ist für die Hansgrohe Group essenziell. Wir setzen uns aktiv dafür ein, den Verbrauch von Wasser während der Herstellung unserer Produkte zu reduzieren. Die dabei eingesetzten Wassermengen werden von Dritten bezogen und als Abwasser zurückgeführt.

Galvanikabwasser wird über spezielle Abwasserbehandlungsanlagen gereinigt und dann in die öffentliche Kanalisation abgegeben. Die Abwassermengen der Galvaniken werden messtechnisch erfasst. Die gesonderte Erfassung der Gesamtabwassermengen soll folgen. Mindeststandard für das industrielle wie auch das Sanitärabwasser sind die jeweiligen rechtlichen Anforderungen der Länder.

Für unsere Produktionsstandorte ist es von großer Bedeutung, dass sauberes Wasser verfügbar und zugänglich ist. In vielen Regionen der Welt ist dies jedoch zunehmend gefährdet. Um unserer Verantwortung durch die Nutzung von Wasser gerecht zu werden, haben wir daher eine Risikobewertung unserer Produktionsstandorte vorgenommen. Unter Berücksichtigung des „Aqueduct Water Risk Atlas“ des World Resources Institutes konnten wir ein hohes Risiko für sogenannten Wasserstress bei unserem Werk in China identifizieren. Wasserstress berücksichtigt dabei neben dem Wassermangel auch andere Faktoren, wie z. B. die Wasserqualität oder den Zugang zu Wasser. Wir arbeiten deshalb in diesem Werk besonders daran, weniger Wasser zu verbrauchen und unsere Abwasserqualität zu verbessern. Dass sich unsere Bemühungen lohnen, zeigen die Wasserverbräuche des

Werkes in China. So wurden 2018 nur noch 55.899 m³ Wasser verbraucht (2016: 65.116 m³; 2017: 53.914 m³). Wir rechnen 2019 mit einem weiteren Rückgang, sodass 42.698 m³ Wasser verbraucht werden.

In den letzten Jahren konnten wir nicht nur in China unsere Wassereffizienz steigern und den Wasserverbrauch bezogen auf die hergestellten Produkte erfolgreich reduzieren. Eine ganz wesentliche Wassereinsparung brachte die Installation einer neuen Wasserkreislaufanlage im Forschungs- und Entwicklungslabor 2017.



Stetiger Rückgang des Wasserverbrauchs der Hansgrohe Sanitary Products China.

LEISTUNGSKENNZAHLEN UND ZIELE IM BEREICH WASSER

und Abwasser, Angaben in m³

	2016		2017		2018	
	Ist	Ziel	Ist	Ziel	Ist	Ziel
Wassereffizienz ¹	8,17	8,21	7,11	7,88	7,18	6,74

¹ Angabe in m³ pro Tonnage verkauftes Produkt. Unser Etappenziel für den Berichtszeitraum haben wir dennoch leicht verfehlt. Steigender Prüfbedarf in den Laboren und Komplikationen bei der Regelungstechnik führten 2018 zu einem Anstieg des Wasserverbrauchs. Um dieser Entwicklung entgegenzusteuern, wurden eine zusätzliche CO₂-Wärmepumpe sowie eine UV-Behandlung für das Kreislaufwasser projektiert. Die Inbetriebnahme ist 2019 geplant.

PRODUKTIONSEFFIZIENZ AUF 10.000 M²

Für rund 30 Millionen Euro wird auf dem Werksgelände in Offenburg-Elgersweier eine neue Galvanik errichtet. Die verchromten Oberflächen von Kunststoffbrausen und Messingarmaturen sind ohne galvanische Prozesse nicht möglich. Durch den Einsatz moderner Technologien und Kreislaufführungen sollen mit dieser Anlage in der Endausbaustufe gegenüber 2016 rund 35 Prozent Abfall und bis zu 15 Prozent Wasser eingespart werden. Der Betrieb wurde im Frühjahr 2019 aufgenommen. Die Altanlage wird 2020 stillgelegt.

WASSERVERBRAUCH DER HANSGROHE GROUP

Angaben in m³

	2016	2017	2018
Wasserverbrauch	193.626	172.840	177.267

MATERIALIEN UND ABFALL

Bei der Fabrikation verwenden wir hauptsächlich Metalle und Kunststoffe. Unsere Qualitätsarmaturen bestehen im Wesentlichen aus Messing. Bei der Brausenherstellung wird Kunststoff als Ausgangsmaterial verwendet. Bei Produktverpackungen legen wir großen Wert auf den Einsatz erneuerbarer Materialien.

LEISTUNGSKENNZAHLEN UND ZIELE IM BEREICH ABFALL

Angaben in Tonnen

	2016		2017		2018	
	Ist	Ziel	Ist	Ziel	Ist	Ziel
Abfalleffizienz ¹ (ohne Sonderabfall)	0,15	²	0,16	²	0,22 ³	0,22
Sonderabfalleffizienz ¹	0,07	0,06	0,05	0,06	0,05	0,06

¹Angaben in Tonnen pro Tonnage verkauftes Produkt

²Das Leistungsziel für Abfalleffizienz wurde erstmals für das Jahr 2018 definiert.

³Der erhöhte Wert ist darauf zurückzuführen, dass ein Teil des Abfalls, der 2016 und 2017 noch als Rohstoff abgegeben wurde, nun als Abfall deklariert wird. Außerdem beinhaltet die Zahl erstmalig die Verpackungsabfälle eines Dienstleisters, der durch den Umbau des Offenburger Logistikzentrums in das Abfallsystem der Hansgrohe Group integriert wurde.

ABFALL UND SONDERABFALL DER HANSGROHE GROUP

Angaben in Tonnen

	2016	2017	2018
Abfalleffizienz (ohne Sonderabfall)	3.576	3.940	5.326
Sonderabfall	1.632	1.342	1.297

EINGESETZTE MATERIALIEN BEI DER HANSGROHE GROUP

Mengendaten in Tonnen

	2016	2017	2018
Metalle	4.644	5.623	5.698
Kunststoffe	2.086	2.310	2.219
Chemikalien	1.251	1.232	1.219

MASSNAHMEN IM ÜBERBLICK

- Nachhaltigen Materialeinsatz fördern:** Ein Projekt im Kunststoffbereich belegt, dass bei ausgewählten Produkten der Einsatz von Regranulat in Oberflächenteilen machbar ist und keinen Einfluss auf die gestellten Anforderungen nimmt. Gleichzeitig setzten wir so 30 Tonnen Rezyklat ein und schonen die Umwelt.
- Materialien achtsam einsetzen:** Die Gießerei am Standort Schiltach führt Angussteile ohne zusätzliche Entfernung von Verunreinigungen direkt in den Gießprozess zurück. Das vermeidet Transporte zu externen Messingschmelzen und verringert den Energieeinsatz. 300 Tonnen Messing können wieder direkt eingesetzt werden.
- Materialeinsatz mit Wertanalyse reduzieren:** Eine Wertanalyse am Produkt (WAPRO) ergab, dass sich der Materialeinsatz weiter reduzieren lässt. 15 Tonnen Messing können mithilfe der Wundungsreduktion bestimmter Messingteile gespart werden.

MIT ABFÄLLEN VERANTWORTUNGSVOLL UMGEHEN

Bei der Herstellung unserer Produkte entstehen Abfälle wie Holzpaletten, Folien oder Kernsand, die wir hausintern nicht mehr weiterverarbeiten können. Sie werden grundsätzlich und an allen Produktionsstätten an autorisierte Entsorgungsbetriebe übergeben und dort zu rund 80 Prozent fachgerecht recycelt.

Da die Zwischenlagerung gefährlicher Abfälle durch falsche Handhabung den Boden verschmutzen kann, verwenden wir geschlossene Abfallschränke. Sowohl im Schiltacher Produktionswerk wie auch im Werk in Shanghai (China) wurden solche im Berichtszeitraum eingeführt. An allen Produktionsstandorten finden zudem regelmäßige Schulungsmaßnahmen statt.

2017 wurde der Erdaushub der Baumaßnahme Forschungs- und Entwicklungslabor deponiert. 60 Tonnen Material konnten aufgrund Verunreinigung nicht wiederverwendet werden.

ENTSORGUNG DES SONDERABFALLS 2018

der Hansgrohe Group in Prozent der Gesamt-Sonderabfallmenge

	2017	2018
Recycling ¹	72	80
Rückgewinnung einschl. Energierückgewinnung	14	13
Abfallverbrennung	7	6
Deponie	4	0
Sonstige (chemisch-physikalische Behandlung)	3	1

¹Der Anteil bezieht sich auf das Gewicht gefährlicher Abfälle, die an den Entsorger übergeben wurden. Davon wurden durch den Entsorger 80 Prozent recycelt.

4 Menschen

ZUKUNFT IM BLICK

Die Mitarbeiter der Hansgrohe Group sind hoch motiviert, ihren Beitrag zu leisten für eine nachhaltige Entwicklung der Welt, für die sie täglich Produkte entwickeln, fertigen und vertreiben. Produkte, die wie nur wenige sonst die Ressourcen der Natur nutzen und schätzen, Menschen echte Freude machen und ohne eine intakte Umwelt nicht vorstellbar sind.



MITARBEITERSTRUKTUR

GRI 102-43

Im Berichtszeitraum 2017/2018 beschäftigte die Hansgrohe Group weltweit 4.687 (Stichtag: 31.12.2018) Mitarbeiter. Davon arbeiten 2.864 in Deutschland, 1.823 an den ausländischen Standorten. Die Gesamtmitarbeiterzahl beinhaltet alle Voll- und Teilzeitbeschäftigten, Auszubildende und Studierende. Zeitarbeitskräfte, die insbesondere für Produktionsarbeiten beschäftigt werden, sind darin nicht enthalten. Die Gesamtmitarbeiterzahl stieg 2018 um rund 3,6 Prozent. An den deutschen Standorten war die Zahl der Neueinstellungen mit 432 Mitarbeitern besonders hoch. Wir haben alle Auszubildenden übernommen, viele Zeitarbeiterinnen und Zeitarbeiter erhielten eine Festanstellung.

Die gruppenweite Fluktuationsrate ist im Vergleich zum Vorjahr mit 4,5 Prozent leicht gestiegen. Die Zufriedenheit der Mitarbeiter fragt die Hansgrohe SE in Form von regelmäßigen Umfragen ab. Die jüngste Erhebung fand vom 20. März bis 7. April 2017 an den deutschen Standorten unter 2.758 Mitarbeitern statt.








Alle Auszubildenden wurden 2018 übernommen.

GELTUNGSBEREICH DER KENNZAHLEN

Einbezogen sind, soweit nicht anders ausgewiesen, alle Produktionsstandorte der Hansgrohe Group, die Zentrale in Schiltach sowie alle Tochtergesellschaften. Die Kennzahlen zu Neueinstellungen umfassen die Ersatzeinstellungen und neu geschaffene Stellen, beinhalten demnach keine Praktikanten, Studenten, die eine Abschlussarbeit schreiben, Ferienjobber oder Auszubildende.

BESCHÄFTIGTE DER HANSGROHE GROUP NACH REGION

Angaben pro Kopf in Prozent, Stichtag jeweils 31.12.

	2016	2017	2018
 Europa	73	75	75
 Asien	19	18	19
 USA	7	6	5
 Afrika	1	1	1
 Australien	0	0	0

ALTERSSTRUKTUR DER BESCHÄFTIGTEN

Angaben in Prozent, Stichtag jeweils 31.12.

	2017	2018
Mitarbeiter unter 30 Jahren	27	26
Mitarbeiter 30–50 Jahre	52	52
Mitarbeiter über 50 Jahre	21	22

Es handelt sich um eine Erstberichterstattung der Kennzahlen, deshalb sind keine weiteren Vorjahresdaten verfügbar.

GESCHLECHT DER BESCHÄFTIGTEN

Angaben in Prozent, Stichtag jeweils 31.12.

	2017	2018
Männlich	64	62
Weiblich	36	38

Aufgrund angepasster Berechnungen können keine weiteren Vorjahreswerte berichtet werden.

MITARBEITER NACH BESCHÄFTIGUNGSVERHÄLTNIS

Angaben in Köpfen für die Hansgrohe SE und die Hansgrohe Deutschland Vertriebs GmbH, Stichtag jeweils 31.12.

	2017	2018
Angestellt, Vollzeit	2.400	2.586
Angestellt, Teilzeit	277	278
Zeitarbeitnehmer	185	64

NEUEINSTELLUNGEN NACH ALTERSGRUPPE UND GESCHLECHT

Angaben in Köpfen, Gesamtzahl, Stichtag jeweils 31.12.

	2017	2018
... unter 30 Jahre alt	243	214
... 30–50 Jahre alt	234	174
... über 50 Jahre alt	41	44
... davon männlich	331	229
... davon weiblich	187	203

Es handelt sich um eine Erstberichterstattung der Kennzahlen, deshalb sind keine Vorjahresdaten verfügbar.

NEUEINSTELLUNGEN NACH REGION

Angaben in Köpfen, Gesamtzahl, Stichtag jeweils 31.12.

	2017	2018
... Europa	365	350
... Asien	52	52
... USA	26	26
... Afrika	3	3
... Australien	1	1

Es handelt sich um eine Erstberichterstattung der Kennzahlen, deshalb sind keine Vorjahresdaten verfügbar.

FLUKTUATIONSRATE GESAMT¹

Angaben in Prozent, Stichtag jeweils 31.12.

	2017	2018
Gesamtfuktuationsrate	3,9	4,5

¹Die Fluktuationsrate beschreibt das Verhältnis der Personalabgänge zur durchschnittlichen Mitarbeiteranzahl.

FLUKTUATION N. ALTERSGRUPPE, GESCHLECHT UND REGION¹

Angaben in Köpfen, Gesamtzahl, Stichtag jeweils 31.12.

	USA		Europa		Asien	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
... unter 30 Jahre alt	9	15	18	29	62	67
... 30–50 Jahre alt	7	18	33	43	35	31
... über 50 Jahre alt	6	6	6	4	0	0
... davon männlich	16	23	32	41	93	93
... davon weiblich	6	16	25	35	4	5

¹Regionen umfassen Produktionsstandorte und die Zentrale der Hansgrohe Group.

MITARBEITERENTWICKLUNG

Vor dem Hintergrund einer sich verändernden und stetig komplexer werdenden Arbeitswelt kommt der Personalarbeit eine wachsende Bedeutung zu. Digitale Entwicklungen, neue Arbeitsformen, Werte- und Kulturwandel und eine immer älter werdende Gesellschaft sind nur einige Herausforderungen unserer Zeit.

Um sich zukunftssträftig aufzustellen, Talente zu gewinnen und diese langfristig an das Unternehmen zu binden, setzt die Hansgrohe Group auf die stetige Weiterentwicklung jedes Einzelnen – ob in fachlicher oder persönlicher Hinsicht. Verantwortlich dafür ist der Personal-Vorstand. Die Kernelemente unserer HR-Strategie „Hansgrohe 2020+“ sind lebenslanges Lernen, demografischer Wandel und Führungskultur. Mittels verschiedener Personalentwicklungsinstrumente beurteilen wir regelmäßig die Leistung unserer Mitarbeiter, um den individuellen Weiterbildungsbedarf zu erfassen. Dies geschieht je nach Standort mithilfe von Entwicklungsbögen oder durch die Formulierung entsprechender Zielvereinbarungen. Unseren internationalen Tochterunternehmen bieten wir Freiräume, ihre Personalarbeit den jeweiligen Landesforderungen anzupassen.

Zentrale Instrumente der Personalentwicklung bei Hansgrohe sind:

- **HANSGROHE CAMPUS**
Mit sechs Fakultäten (Strategie & Innovation, Marke, Umsatz, Effizienz, Mitarbeiter & Führung und Digital) bieten wir mit CAMPUS genau die Weiterbildungen an, die wesentlich sind, um künftige Unternehmensherausforderungen zu meistern. Mit Veranstaltungen, Seminaren und Workshops ist der CAMPUS ein Ort der Begegnung und der Wissensvermittlung. Im Berichtszeitraum fanden 208 Veranstaltungen mit internen und externen Experten statt. Insgesamt nahmen rund 5.500 Teilnehmer das Angebot in Anspruch.
- **TALENTMANAGEMENT & TALENT MOBILITY**
Um unternehmensweit Transparenz über unsere Talente zu schaffen, haben wir das Talentmanagement 2018 auf die internationalen Standorte erweitert. Darüber hinaus etablierten wir Strukturen, um internationale Transfers von Mitarbeitern professionell umzusetzen, sei es als kurzfristiger Projekteinsatz oder langfristiger Auslandsaufenthalt. Die Zahl langfristiger Auslandsengagements stieg so von zwei auf sechs, zudem gab es 2018 sechs Kurzfristentsendungen.
- **LEADERSHIP DEVELOPMENT**
Über das Führungskräftebarometer geben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den Führungskräften regelmäßig Feedback. Es wird anschließend in moderierten Workshops diskutiert und in entsprechenden Maßnahmen umgesetzt.

HANSGROHE CAMPUS STARTET IN CHINA

Lerne, lehre, netzwerke! Das ist das Motto des Hansgrohe CAMPUS, der mit Universitäten kooperiert und den Mitarbeitern Veranstaltungen, Seminare und Workshops anbietet. Sein Programm startet nun auch in China und ergänzt die dort etablierten Trainings zur Entwicklung lokaler Mitarbeiter. Ergänzend dazu unterstützen wir auch externe Weiterbildungsmaßnahmen wie MBA-Programme finanziell.



An unserem Standort in China beendeten 2017/2018 zwei Auszubildende eine technische Ausbildung.



Abteilung Instandhaltung 10 Jahre unfallfrei; Abteilung Hand-Galvanik des Schiltacher Produktionswerks 12 Jahre unfallfrei.



„DIE AUSBILDUNG ZUM DIGITAL TRANSFORMER IN KOOPERATION MIT DER UNIVERSITÄT ST.GALLEN HAT MIR DIE MÖGLICHKEIT GEGEBEN, MICH PERSÖNLICH UND FACHLICH WEITERZU-ENTWICKELN.“

Sven Lurker, Marketing Manager Digital, Global Brand Marketing AXOR-Team

ATTRAKTIVE AUSBILDUNG BIETEN

Die Kompetenzförderung fängt schon beim Nachwuchs an. Am Standort Schiltach sind wir einer der größten Ausbildungsbetriebe in der Region. 2018 boten wir gruppenweit 49 jungen Menschen die Chance, eine berufliche Ausbildung bei der Hansgrohe Group zu beginnen. Insgesamt beschäftigten wir 159 Auszubildende und duale Studierende. In der Regel werden alle Nachwuchskräfte übernommen.

DIE HANSGROHE TALENTSCHMIEDE

Um jungen Menschen die bestmögliche Ausbildung zu bieten, haben wir 2013 in Schiltach die Hansgrohe Talentschmiede eröffnet, eine Ausbildungswerkstatt mit über 40 technischen Arbeitsplätzen. Sie bietet Auszubildenden die Möglichkeit, eigenständig an Aufgaben und Projekten zu arbeiten – immer betreut vom Ausbildungsteam. Die Qualität unserer Ausbildung wird geschätzt: 2017 wurde die Hansgrohe Group mit dem Ausbildungssiegel BEST PLACE TO LEARN® ausgezeichnet.



Mit Deutschlands Gütesiegel als „Top-Ausbilder“ ausgezeichnet

NACHWUCHS ERREICHEN UND ENTWICKELN

Sinkende Schülerzahlen und der Trend zur Akademisierung machen sich auch bei Hansgrohe im Bewerbungseingang bemerkbar. Um die Sichtbarkeit zu erhöhen, kooperieren wir mit verschiedenen Schulen in der Region, nehmen an Ausbildungsmessen teil und führen eigene Veranstaltungen wie die „Nacht der Ausbildung“ durch. Damit ist es uns gelungen, die Ausbildungsquote in den letzten Jahren relativ stabil zu halten. 2018 lag sie bei 5,6 Prozent.

Geeigneten Bewerbern bieten wir die Möglichkeit, ein duales Studium an einer unserer Partnerhochschulen in Mosbach, Karlsruhe,

Horb am Neckar oder Villingen-Schwenningen zu absolvieren. Sie können dabei zwischen zwölf verschiedenen Fachrichtungen wählen. Im Berichtszeitraum gab es im Unternehmen 110 dual Studierende.

AUSBILDUNGSQUOTE DER HANSGROHE SE

Angaben in Prozent, Stichtag jeweils 31.12.

	2016	2017	2018
Ausbildungsquote	6,3	6,0	5,6

AUSZUBILDENDE UND STUDIERENDE DER HANSGROHE SE

bezogen auf Deutschland in Köpfen, Stichtag jeweils 31.12.

	2017	2018
DH-Studierende	55	55
Ausbildung gewerblich	60	62
Ausbildung kaufmännisch	22	26

Es handelt sich um eine Erstberichterstattung der Kennzahlen, deshalb sind keine Vorjahresdaten verfügbar.

ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT

Wir möchten, dass unsere Mitarbeiter das Unternehmen abends so gesund verlassen können, wie sie morgens gekommen sind. Deshalb haben wir an allen Produktionsstätten ein Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmanagementsystem aufgebaut. Es ist nach dem Standard OHSAS 18001 zertifiziert und wird regelmäßig von internen und externen Auditoren geprüft. Parallel dazu befasst sich der zentrale Arbeitssicherheitsausschuss mit aktuellen Sicherheits- und Gesundheitsthemen. An den acht Sitzungen im Berichtszeitraum nahmen unter anderem der Vorstand wie auch Betriebsärzte der Hansgrohe SE teil. In den letzten Jahren gelang es uns, die Anzahl der Unfälle auf einem geringen Niveau zu halten – ein Erfolg, auf dem wir uns nicht ausruhen. Aufbauend auf konkreten Feststellungen und Kennzahlen arbeiten wir kontinuierlich an optimalen Bedingungen – durch Schulungen, technische Maßnahmen und Prozessverbesserungen. Produktionsabteilungen in Deutschland, die über drei Jahre unfallfrei sind, werden standortübergreifend prämiert. Einen unternehmensinternen Medaillenspiegel führen die Abteilungen Instandhaltung mit zehn unfallfreien Jahren und die Hand-Galvanik des Schiltacher Produktionswerks West mit zwölf unfallfreien Jahren an.

Die meisten Verletzungen fielen unter die Kategorie „Prellung, Quetschung, Stauchung (PQS)“ (siehe Tabelle Verletzungen nach Art und Region). Im Berichtszeitraum verzeichnete die Hansgrohe Group keinen Arbeitsunfall mit tödlichem Ausgang.

VERLETZUNGEN NACH ART UND REGION

Angaben pro Kopf, für die Hansgrohe SE, Hansgrohe Deutschland Vertriebs GmbH, Hansgrohe Wasselonne S.A.S, Hansgrohe Inc, Hansgrohe Sanitary Products (Shanghai) Co. Ltd., Stichtag jeweils 31.12.

Verletzungen nach Region	USA			Europa			Asien		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Männlich	0	2	0	17	13	13	2	1	3
Weiblich	0	2	0	2	4	0	0	0	0
Gesamt	0	4	0	19	17	13	2	1	3
Ausfalltage	0	69	249	180	145	172	15	9	36
Art der Verletzung									
Schnitt-/Stichverletzung	0	1	0	9	5	6	0	0	0
Prellung, Quetschung, Stauchung (PQS)	0	3	0	9	10	4	0	0	1
Brüche	0	0	0	1	2	2	1	1	2
Verätzungen/Verbrennungen	0	0	0	0	0	1	1	0	0

DAS BEWUSSTSEIN SCHÄRFEN

Die Mitarbeiter der Hansgrohe Group werden in regelmäßigen Abständen zu allen Arbeitssicherheitsaspekten geschult. Im Berichtszeitraum wurden insgesamt 13.677 Schulungen durchgeführt. Um das Bewusstsein unserer Mitarbeiter weiter zu schärfen, haben wir an allen Standorten in Europa das Sensibilisierungsformat „5-Minuten Arbeitssicherheit“ eingeführt: Im Rahmen von Kurzgesprächen werden Sicherheitsthemen diskutiert.

Wir achten im gesamten Produktionsnetzwerk auf bestmögliche Prozesse und erarbeiten Lösungen, die in jeder Betriebsstätte umgesetzt werden können. Dazu entwickeln wir verbindliche Standards und Richtlinien, wie beispielsweise einheitliche Arbeitssicherheits-Begehungen. Erkannte Probleme werden systemgestützt erfasst, Maßnahmen definiert und bis zum wirksamen Abschluss verfolgt. Problemschwerpunkte verfolgen wir kontinuierlich, damit wir uns wirksam verbessern. In enger Abstimmung haben wir so im Berichtszeitraum Best-Practice-Ansätze aller Standorte gesammelt, abgestimmt und international vereinheitlicht.

BEST PRACTICE SANDAUFBEREITUNG

An unserem Produktionsstandort Shanghai (China) wurde die Sandaufbereitung automatisiert. Dadurch entfallen schwere manuelle Arbeitsschritte, die Zudosierung beziehungsweise Mischung von chemischen Bindemitteln erfolgt über ein geschlossenes System. Mitarbeiter werden so nicht nur körperlich entlastet. Sie kommen dadurch künftig auch nicht mehr mit Chemikalien in Kontakt.

MELDUNGSPFLICHTIGE ARBEITSUNFÄLLE

Angaben in Prozent, für die Hansgrohe SE, Hansgrohe Deutschland Vertriebs GmbH, Hansgrohe Wasselonne S.A.S, Hansgrohe Inc, Hansgrohe Sanitary Products (Shanghai) Co. Ltd., Stichtag jeweils 31.12.

	2016		2017		2018	
	ist	Ziel	ist	Ziel	ist	Ziel
Anzahl der Unfälle mit mehr als einem Ausfalltag (Lost Day Frequency Rate; LDFR ¹)	0,62	0,80	0,57	0,70	0,49	0,60
Anzahl der Ausfalltage durch schwere Unfälle (Lost Day Severity Rate; LDSR ²)	5,78		6,46		13,86 ⁴	3,70
Anzahl der Unfälle mit externer medizinischer Versorgung (Lost Day Incident Rate; LDIR ³)	8,89		4,49		0,61	6,90

¹Die Lost Day Frequency Rate (LDFR) errechnet sich aus der Anzahl der Unfälle mit mehr als einem Ausfalltag multipliziert mit 200.000 Stunden geteilt durch die Gesamtarbeitsstunden.

²Die Lost Day Severity Rate (LDSR) errechnet sich aus der Anzahl der Ausfalltage aufgrund eines Unfalls multipliziert mit 200.000 Stunden geteilt durch die Gesamtarbeitsstunden.

³Die Lost Day Incident Rate (LDIR) errechnet sich aus der Anzahl der Unfälle mit externer medizinischer Versorgung multipliziert mit 200.000 Stunden geteilt durch die Gesamtarbeitsstunden.

⁴Das Ziel wurde aufgrund der Erkrankung eines Mitarbeiters in den USA 2017 verfehlt. Ein Zusammenhang zwischen Tätigkeit und Erkrankung wird vermutet.

GESUNDHEITSBEWUSSTES VERHALTEN FÖRDERN

Um das Wohlbefinden unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sicherzustellen, legen wir großen Wert auf gesundheitsfördernde Maßnahmen und haben dafür das umfassende Gesundheitsmanagement „hans!Fit“ entwickelt. Es beinhaltet Programme zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten sowie Angebote und Maßnahmen im Bereich der Gesundheitsförderung.

Gesundheitskurse von Yoga bis Pilates bieten wir an den deutschen Standorten Schiltach und Offenburg inkl. Willstät an. 2018 nahmen daran insgesamt 545 Mitarbeiter teil. Zudem bieten wir an den großen deutschen Produktionswerken Shiatsu-Behandlungen an. Dies wurde im Berichtszeitraum knapp 970 Mal genutzt. Aktuell entwickeln wir praxisnahe Kurzschulungen zum Thema Ergonomie für Montage-mitarbeiter. Insgesamt 350 Beschäftigte aus der Produktion haben erstere im Berichtszeitraum bereits durchlaufen.

GESUNDHEITSFÖRDERNDE MASSNAHMEN

- Gesundheitskurse von Yoga bis Pilates und Shiatsu-Behandlungen
- Ergonomische Arbeitsplatzberatungen für Beschäftigte an Bildschirmarbeitsplätzen
- Gesundheitstage und betriebliche Sozialberatung
- Führungskräfte-schulungen zum Umgang mit Beschäftigten in persönlichen Krisen

VIelfALT UND CHANCENGLEICHHEIT

Wir sind davon überzeugt, dass Vielfalt unser Unternehmen bereichert und leistungsfähiger macht. Als Arbeitgeber vermeidet die Hansgrohe Group jegliche Diskriminierung aufgrund des Geschlechts oder der sexuellen Identität, der Religion oder Weltanschauung, der ethnischen oder nationalen Herkunft, einer Behinderung oder des Alters – und duldet solche nicht. Damit verknüpft achten wir auf Chancengleichheit und wollen eine größere Geschlechtervielfalt erreichen, was wir mit flexiblen Arbeitszeitmodellen unterstützen.

Unsere Haltung spiegelt sich in unseren Werten und dem Führungsleitbild wider. Der **Ethikkodex** von Masco regelt die Grundsätze der Gleichbehandlung im Betrieb und ist für alle Mitarbeiter maßgebend. Fühlen sich Beschäftigte diskriminiert, können sie sich an ihre Führungskraft, die Personalabteilung oder den Betriebsrat wenden. Unsere Hotline bietet die Möglichkeit, Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot auch anonym zu melden. Für den Berichtszeitraum liegen keine Meldungen vor.

FÜHRUNGSKRÄFTE DER HANSGROHE GROUP

nach Altersgruppe, Angaben in Prozent, Stichtag jeweils 31.12

	2017	2018
... unter 30 Jahre alt	5	5
... 30–50 Jahre alt	74	71
... über 50 Jahre alt	21	24

Es handelt sich um eine Erstberichterstattung der Kennzahlen, deshalb sind keine Vorjahresdaten verfügbar.

FÜHRUNGSKRÄFTE DER HANSGROHE GROUP

nach Geschlecht, Angaben in Prozent, Stichtag jeweils 31.12

	2017	2018
... männlich	80	80
... weiblich	20	20

Es handelt sich um eine Erstberichterstattung der Kennzahlen, deshalb sind keine Vorjahresdaten verfügbar.

ENTLOHNUNG UND SOZIALLEISTUNGEN

GRI 102-41

Die Vergütung des Vorstands orientiert sich an der Größe, Komplexität und wirtschaftlichen Lage des Unternehmens sowie an der Leistung des Gesamtvorstands. Die Höhe wird in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat festgelegt. Die Vergütung von Führungskräften ohne Tarifbindung ist in den Vergütungsrichtlinien des Vorstands festgelegt und richtet sich nach der wirtschaftlichen Lage.

Die Entlohnung der Mitarbeiter erfolgt in Deutschland im Wesentlichen nach Metall-Tarifvertrag. Bei gewährten Leistungen unterscheiden wir nicht nach Teil- oder Vollzeitanstellung. Unsere Betriebsvereinbarungen entsprechen den gesetzlichen und tarifvertraglichen Rahmenbedingungen. Grundsätzlich suchen wir nach Möglichkeiten, die betreffenden Zeitarbeitskräfte in feste Anstellungsverhältnisse zu übernehmen.

WARUM ZIELGRÖSSE NULL?

Aufgrund des Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst hat der Vorstand im Aufsichtsratsbeschluss vom 17.09.2015 die Zielgröße von null Prozent für die Beteiligung von Frauen im Vorstand bis 2018 beschlossen. Diese gilt auch für den Aufsichtsrat. Grund: Damalige männliche Vorstandsmitglieder waren kurz zuvor bestellt oder wiedergewählt worden.

BERUF UND FAMILIE VEREINBAREN

Wir setzen uns dafür ein, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie beziehungsweise Privatleben stetig zu verbessern. In Deutschland haben alle Mitarbeiter die Möglichkeit, Elternzeit in Anspruch zu nehmen. Darüber hinaus bieten wir Ferienprogramme für Kinder an. Sabbaticals sind in Deutschland und in China schon möglich.

Über diesen Bericht

GRI 102-45, 102-48

Die Hansgrohe Group schafft mit diesem Bericht Transparenz über ihre Strategie und Fortschritte zum Thema Nachhaltigkeit gegenüber Stakeholdern. Der Nachhaltigkeitsbericht der Hansgrohe Group erscheint zweijährlich. Der vorliegende Bericht umfasst die Kalenderjahre 2017 und 2018. Der Bericht wurde erstmalig unter der Berücksichtigung der Global Reporting Initiative (GRI) Standards verfasst. Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“ erstellt. Wesentliche Themen wurden in Workshops erarbeitet.

Der vorausgegangene Bericht 2015/2016 erschien im Januar 2018 und wurde auf Grundlage der G4 Guidelines, vierte Generation, der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt.

Für diesen Bericht wurden im Wesentlichen folgende Unternehmen konsolidiert: Hansgrohe SE, Hansgrohe Wasselonne S.A.S, Hansgrohe Inc. und Hansgrohe Sanitary Products (Shanghai) Co. Ltd. Nähere Informationen zur Konsolidierung können unserem Geschäftsbericht 2018 entnommen werden (www.hansgrohe-group.com). Eine nachträgliche Neudarstellung von Informationen aus früheren Berichten ist nicht notwendig.

Folgende Veränderungen fanden im Berichtszeitraum statt: Mit Wirkung zum 01.08.2018 löst Hans Jürgen Kalmbach den bisherigen Vorstandsvorsitzenden Thorsten Klapproth ab. Im Jahr 2018 wurde in Willstätt eine neue Produktionsstätte gegründet. Die Schlauchfertigung und Stangenmontage wurde aus Offenburg nach Willstätt verlagert. Auf der Jahreshauptversammlung wurde am 9. Mai 2018 Richard Grohe in den Aufsichtsrat gewählt. Er übernimmt das Mandat von

Pierre Nikolas Grohe. Auch international gab es einige wesentliche Veränderungen. Mit Frederic Pfeiffer zum 1. Juli 2018 und Oliver Bahr zum 23. Juli 2018 bekamen die Standorte Frankreich und USA neue Geschäftsführer.

Zur Durchführung des GRI Materiality Disclosures Service lag der Global Reporting Initiative (GRI) der „Nachhaltigkeitsbericht 2017/18“ vor. Die korrekte Positionierung der „Materiality Disclosures“ (GRI 102-40 bis 102-49) im Bericht wurde vom GRI Services Team bestätigt. Eine externe Verifizierung erfolgt nicht. Der vorliegende Bericht wird ausschließlich in digitaler Form veröffentlicht.

Aus Gründen der Lesbarkeit verwenden wir im vorliegenden Bericht grundsätzlich die männliche Form. Dies stellt jedoch keine Wertung dar. Damit sind gleichermaßen alle Geschlechtsidentitäten gemeint.

GRI Inhaltsindex

Zur Durchführung des GRI Materiality Disclosures Service lag der Global Reporting Initiative (GRI) der „Nachhaltigkeitsbericht 2017/18“ vor. Die korrekte Positionierung der „Materiality Disclosures“ (102-40-102-49) im Bericht wurde von dem GRI Services Team bestätigt.



GRI-STANDARDS

GRI-Standard	Thema	Seite	Kommentar
GRI 101	Grundlagen 2016		
GRI 102	Allgemeine Angaben 2016		

ORGANISATIONSPROFIL

GRI 102-1	Name der Organisation	4	
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	4, 8	
GRI 102-3	Hauptsitz der Organisation	4	
GRI 102-4	Betriebsstätten	4/5, 8	
GRI 102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	6	
GRI 102-6	Belieferte Märkte	4/5, 8	
GRI 102-7	Größe der Organisation	4; GB 76	
GRI 102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	29/30	
GRI 102-9	Lieferkette	19/20	
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	8, 37	
GRI 102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	11/12, 22	
GRI 102-12	Externe Initiativen	12	
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	18	

STRATEGIE		Seite	Kommentar
GRI 102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	3	
GRI 102-15	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	13	
ETHIK UND INTEGRITÄT			
GRI 102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	10, 35	
GRI 102-17	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik	11	
UNTERNEHMENSFÜHRUNG			
GRI 102-18	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	6, 12	
GRI 102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	6	
GRI 102-35	Vergütungspolitik	36	
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN			
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	12, 15	
GRI 102-41	Tarifverträge	36	
GRI 102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	12, 15	
GRI 102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	14/15, 19, 29	
GRI 102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	14/15	

VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG

	Seite	Kommentar	
GRI 102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	37	
GRI 102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	14	
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	14, 40–45	
GRI 102-48	Neudarstellung von Informationen	37	
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	14	
GRI 102-50	Berichtszeitraum	37	
GRI 102-51	Datum des letzten Berichts	37	
GRI 102-52	Berichtszyklus	37	
GRI 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	46	
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	37	
GRI 102-55	GRI Inhaltsindex	38–45	
GRI 102-56	Externe Prüfung	37	
	WESENTLICHE THEMEN (GRI 102-47)		
GRI 201	Wirtschaftliche Leistung 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	9	
GRI 201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	4, 9; GB 78	
GRI 203	Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016		

GRI Standards (GRI 102-47)		Seite	Kommentar
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	9	
GRI 203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	9	
GRI 205	Korruptionsbekämpfung 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	11	
GRI 205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	11	Wir berichten nicht zur Anzahl und Prozentsatz der geschulten Mitarbeiter, da es sich hierbei um vertrauliche Informationen handelt, die dem Geschäftsgeheimnis unterliegen.
GRI 206	Wettbewerbswidriges Verhalten 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	11	
GRI 206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung		Uns sind keine Rechtsverstöße bekannt geworden.
HG1	Innovation		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	17,18	
HG1-1	Vitalitätsindex	17	
GRI 301	Materialien 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	22, 26	
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	26	
GRI 302	Energie 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	13, 22/23	
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	23	

GRI Standards (GRI 102-47)		Seite	Kommentar
GRI 302-3	Energieintensität	22, 23	
GRI 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	24	
GRI 303	Wasser und Abwasser 2018		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	13, 19/20, 22, 25	
GRI 303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	25	
GRI 303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	25	
GRI 303-5	Wasserverbrauch	25	
GRI 305	Emissionen 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	20, 22/23	
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	23/24	
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	23/24	
GRI 305-5	Senkung der THG-Emissionen	24	
GRI 306	Abwasser und Abfall 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	13, 22, 26/27	
GRI 306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	26/27	
GRI 307	Umwelt-Compliance 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	22	
GRI 307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	22	

GRI Standards (GRI 102-47)		Seite	Kommentar
GRI 308	Umweltbewertung der Lieferanten 2016	19/20	
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	19/20	
GRI 308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	20	
GRI 308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	20	
GRI 401	Beschäftigung 2016	32	
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	30	
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	36	
GRI 401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	36	
GRI 403	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	13, 17, 19, 33–35	
GRI 403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	33	
GRI 403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	33/34	
GRI 403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	33, 35	
GRI 403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	34	
GRI 403-5	Mitarberschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	34	
GRI 403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	35	

GRI Standards (GRI 102-47)		Seite	Kommentar
GRI 403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	19	
GRI 403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	13, 33/34	
GRI 404	Aus- und Weiterbildung 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	32/33	
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	32/33	
GRI 405	Diversität und Chancengleichheit 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	35/36	
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	6, 29, 35	
GRI 406	Nichtdiskriminierung 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	35	
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	35	
GRI 414	Soziale Bewertung der Lieferanten 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	19/20	
GRI 414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	19/20	
GRI 414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	20	
GRI 416	Kundengesundheit und -sicherheit 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	19	

GRI Standards (GRI 102-47)		Seite	Kommentar
GRI 416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	19	
GRI 418	Schutz der Kundendaten 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	11	
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	11	
GRI 419	Sozioökonomische Compliance 2016		
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)		
GRI 419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		Uns sind keine Rechtsverstöße bekannt geworden.

GB = Hansgrohe Group Geschäftsbericht 2018 

Impressum

HERAUSGEBER

Hansgrohe SE
Auestraße 5–9
77761 Schiltach
Deutschland

responsibility@hansgrohe-group.com
www.hansgrohe-group.com

Hansgrohe Group, Marken
www.hansgrohe.com
www.axor-design.com

PROJEKT- UND REDAKTIONSLEITUNG

Benjamin Hahn

KONZEPT, REDAKTION UND GESTALTUNG

akzente kommunikation und beratung GmbH, München

BILDNACHWEIS

Sämtliche Bildrechte liegen bei der Hansgrohe SE.

URHEBERRECHTE

© 2019 Hansgrohe SE

Hansgrohe SE behält sich sämtliche Rechte an und bezüglich des Nachhaltigkeitsberichtes 2017/18 weltweit vor. Der Inhalt, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken, unterliegt dem deutschen Urheberrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Hansgrohe SE. Soweit die Inhalte nicht von Hansgrohe SE erstellt wurden, werden die Urheberrechte Dritter beachtet und soweit erforderlich als Inhalte Dritter gekennzeichnet.