



Hansgrohe Group

AXOR · hansgrohe

2024

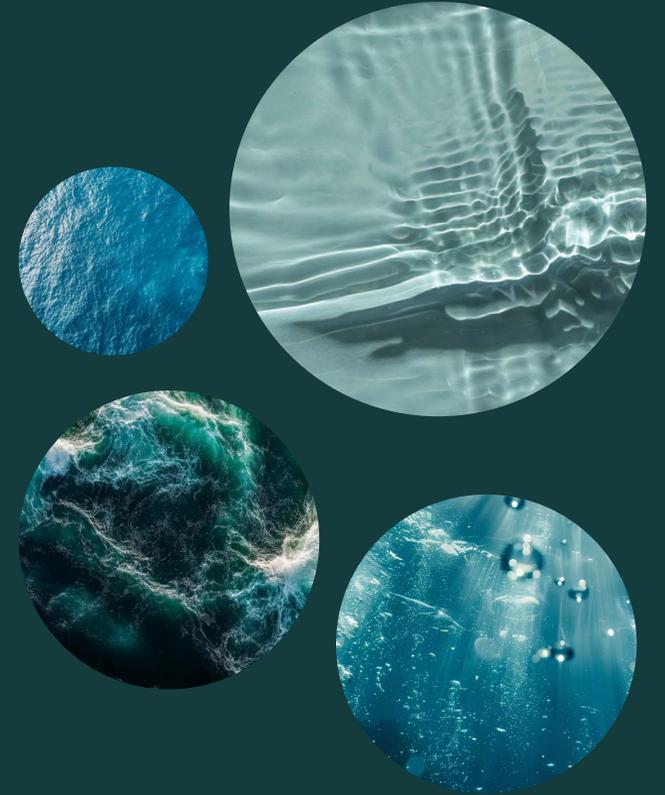
GESCHÄFTS- UND NACHHALTIGKEITSBERICHT

Inhalt

1

2

3



4





Unser Unternehmen



Liebe Leserinnen und Leser,

geopolitische Spannungen, der anhaltende Krieg in der Ukraine, die Situation im Mittleren Osten sowie zunehmender Protektionismus in manchen Märkten, das wirtschaftliche Umfeld blieb auch 2024 herausfordernd. Im Baugewerbe geht es nur langsam wieder bergauf. Deutschland, unser größter und wichtigster Markt, bildet da keine Ausnahme. In Asien, besonders in Indien und Indonesien, hatten wir 2024 weiterhin starkes Wachstum. China hingegen stagnierte wegen des schwächelnden Immobiliensektors. Unsere Auftragslage gestaltete sich 2024 dementsprechend eher verhalten. Im Projektgeschäft erzielten wir beachtliche Erfolge, während das klassische Handelsgeschäft leicht rückläufig war.

Nach zwei Rekordjahren erlebten wir 2023 einen erheblichen Rückgang bei Umsatz und Ergebnis. Wir haben uns diesen Herausforderungen gestellt und daraus gelernt. 2024 zeigte sich eine Stabilisierung, der Umsatzrückgang fiel minimal aus, was als positive Wendung zu werten ist, auch wenn es weiterhin ein Rückgang bleibt. Dennoch blicken wir zuversichtlich nach vorne. Denn wir können einerseits auf den Einsatz, die Flexibilität und den Teamgeist unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählen. Andererseits bieten wir unseren Kundinnen und Kunden dank unserer Innovationsfreude und unserem Gespür für die Anforderungen von morgen begeisternde Wasser- und Baderlebnisse in der gewohnt hochwertigen Qualität. Besonders freuen wir uns darauf, 2025 auf der ISH, der internationalen Sanitär- und Heizungsmesse, wieder mit vielen spannenden Produkten aufzuwarten.

Was jetzt zählt, sind Zielorientierung und Fokus auf Wesentliches. Dabei hilft uns unsere „Next Level“ Strategie. Bei all unserem Tun setzen wir die Maßstäbe von morgen. In fünf Handlungsfeldern priorisieren wir unsere Initiativen. Dabei gehen wir unseren Weg zu mehr Nachhaltigkeit konsequent weiter. Hierfür haben wir unsere Ziele in einer ESG Strategie bis 2030 gebündelt. Nicht nur der Deutsche Nachhaltigkeitspreis 2024 bestätigte, dass wir schon auf einem guten Weg sind. Das unabhängige Rating EcoVadis stufte uns mit dem höchsten Wert Platinum ein. Damit gehören wir zu den Top-1-Prozent aller bewerteten Unternehmen. Erfolge, auf denen wir uns nicht ausruhen. Denn es gibt immer etwas zu verbessern. Wie wir unser „Next Level“ erreichen wollen und welche Schritte wir 2024 hierfür unternommen haben, erfahren Sie in diesem kombinierten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht.

Ihr Hans Jürgen Kalmbach
Vorsitzender des Vorstands



Sehr geehrte Damen und Herren,

die Hansgrohe Group hat erneut ein herausforderndes Jahr hinter sich. Die schwierigen Marktbedingungen und ein sich schnell änderndes Umfeld erfordern Anpassungsfähigkeit und vor allem Teamgeist. Eigenschaften, die die Menschen im Unternehmen mit ihrer Leidenschaft und Flexibilität schon mehrfach bewiesen haben.

Auch wir vom Aufsichtsrat stellen uns dem stetigen Wandel und unterstützen den Vorstand bei seiner verantwortungsvollen Tätigkeit. Dazu gehört auch, sich mithilfe einer soliden Strategie stabil aufzustellen und Orientierung zu geben. Die „Next Level“ Strategie stellt die Weichen für erneutes Wachstum. Den Rahmen bilden dabei die Unternehmenswerte Leidenschaft, Wertschätzung, Miteinander und Vertrauen, die Hansgrohe weltweit lebt.

Ein zentraler Aspekt, der sowohl in unserer Wertorientierung als auch in unserer Strategie Niederschlag findet, ist die nachhaltigkeitsorientierte Ausrichtung des Unternehmens: Verantwortung für Menschen und Umwelt zu übernehmen, hat bei Hansgrohe Tradition und wird bis heute in allen Bereichen mitgedacht und mit zahlreichen Initiativen und Projekten in die Tat umgesetzt.

Die Leistungen und Erfolge, die in diesem Bericht dargestellt sind, zeigen, dass Hansgrohe auf dem richtigen Kurs ist. Preise und Auszeichnungen, wie der Deutsche Nachhaltigkeitspreis 2024, machen auch nach außen sichtbar, dass unsere Initiativen der vergangenen Jahre Früchte tragen.

Ihr Klaus F. Jaenecke
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Hansgrohe Group – Zukunft mit Wasserleidenschaft gestalten

Seit 124 Jahren prägen wir mit unseren innovativen Lösungen und unserer Leidenschaft für Wasser den Alltag in Bad und Küche, mittlerweile für Menschen in mehr als 145 Ländern. Als international agierender Konzern übernehmen wir Verantwortung für Mensch und Umwelt und setzen dabei auf unser traditionelles Gespür für die Anforderungen von morgen.

Unser Unternehmen

Die Hansgrohe Group mit Sitz in Schiltach (Baden-Württemberg) ist ein führendes Unternehmen der Sanitärbranche. Die Unternehmensgruppe besteht aus der Hansgrohe SE sowie 35 Gesellschaften und 22 Verkaufsbüros weltweit. Unter den Marken AXOR und hansgrohe bietet das Unternehmen hochwertige Brausen und Armaturen für Dusche, Wanne, Waschtisch und Küche sowie Küchenspülen, Sanitärkeramik und Badmöbel an und ist durch den Vertrieb in mehr als 145 Länder seinen Kundinnen und Kunden ein verlässlicher Partner. Die Hansgrohe Group verfügte 2024 über acht eigene Produktionsstandorte, von denen sich vier in Deutschland, sowie je einer in Frankreich, in Serbien, in den USA und in China befinden. Das Unternehmen ist Arbeitgeber für 5.645 Beschäftigte – davon rund 60 Prozent in Deutschland.

Masco Corporation, ein US-amerikanisches Unternehmen mit Hauptsitz in Livonia, Michigan, ist Mehrheits- und Kontrollaktionär. Der Konzern hält derzeit einen Anteil von 68,35 Prozent an der Hansgrohe SE. Masco ist ein weltweit führendes Unternehmen in der Entwicklung, Herstellung und dem Vertrieb von Markenprodukten im Bereich Heimwerken und Bauen. Das Unternehmen ist bereits seit 1985 an Hansgrohe beteiligt. Mit ihrer Verwaltungs- und Beteiligungs-GmbH Syngroh hält die Familie Klaus Grohe die verbleibenden Anteile an der Hansgrohe SE.

Fünf Vorstandsmitglieder leiten die Geschäfte der Hansgrohe SE mit jeweils klar definierten Aufgabengebieten und vertreten unser Unternehmen nach außen. Vorstandsvorsitzender ist seit 1. August 2018 Hans Jürgen Kalmbach. Die weiteren Mitglieder sind André Wehrhahn als Vorstand Finanzen (bis 30.6.2024) beziehungsweise sein Nachfolger Martial Gil (ab 1.7.2024), Christophe Gourlan als Vorstand Vertrieb, Frank Semling als stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Vorstand Operations sowie Sandra Richter als Vorständin Human Resources. Im sechsköpfigen Aufsichtsrat sind die Anteilseigner der Hansgrohe SE vertreten sowie zwei Arbeitnehmervertreter. Vorsitzender des Aufsichtsrats ist Klaus F. Jaenecke.



Die Unternehmenszentrale der Hansgrohe Group liegt im Zentrum des Schwarzwaldstädtchens Schiltach.

Unsere Marken und Produktkategorien

Die Produkte, die die Hansgrohe Group unter ihren Marken AXOR und hansgrohe vertreibt, kommen in Bad und Küche zum Einsatz. Für die Badeinrichtung bieten wir Duschen, Armaturen, Thermostate sowie Badmöbel, Keramiken für Waschplatz und WC und Spiegel an. Im Programm sind außerdem Ablaufsysteme für Duschen, Badewannen oder Waschtische. Zu den Duschprodukten zählen Handbrausen, Kopfbrausen, Seitenbrausen, Brausesets, Duschsysteme und Zubehör. Bei den Armaturen unterscheiden wir zwischen Produkten für Waschtische, Duschen, Wannen und Bidets. Für die Küche bieten wir Küchenarmaturen und Spülen an.

Unsere Designmarke AXOR entwickelt und produziert ikonische Objekte für luxuriöse Bäder und Küchen. In Zusammenarbeit mit weltbekannten Designern – darunter Philippe Starck, Antonio Citterio, Jean-Marie Massaud und Barber Osgerby – entstehen Produkte in vielfältigen Stilrichtungen. Alle Armaturen, Brausen und Accessoires von AXOR entsprechen höchsten Qualitätsstandards. Mit weit über die eigentlichen Produkte hinausreichender Expertise inspiriert und befähigt AXOR Architekten, Innenarchitekten und designbegeisterte Menschen, langlebige Bäder in individuellen Stilrichtungen zu gestalten.

[Zur Website | www.axor-design.com](http://www.axor-design.com) 

Unsere Premiummarke hansgrohe steht für ganzheitliche Lösungen in Bad und Küche, die wasser- und energiesparende Technologien, intelligente Funktionen und langlebige Qualität vereinen. Mit ihren zeitlosen Produkten verbindet die traditionsreiche Marke zukunftsweisende Innovationen mit einem nachhaltigen und achtsamen Lebensstil bei hohem Komfort. Zusammen mit dem langjährigen Designpartner PHOENIX entstehen auch Smart Living Anwendungen, die den Alltag durch mehr Funktionalität und Sicherheit bereichern.

[Zur Website | www.hansgrohe.de](http://www.hansgrohe.de) 

Mit unseren Marken und Produktreihen kommen wir unterschiedlichen Kundenwünschen entgegen und bieten für verschiedene Bedürfnisse passende Eigenschaften, Bedienmöglichkeiten, Designrichtungen sowie Installationslösungen und Einrichtungen für ganzheitliche Baderlebnisse.

Auszeichnungen für Produkte 2024

Seit 1974 konnten wir mit unseren beiden Marken AXOR und hansgrohe bereits über 800 Designpreise gewinnen. Im Berichtsjahr gewann die Marke hansgrohe fünf Auszeichnungen beim iF Award für die folgenden Produktfamilien: Rainfinity Extension, Xarita Lite, Xevolos, Xanuia Q und Ecostat Fine sowie Ecostat Element.

Auszeichnung für nachhaltige Innovation

Im August 2024 erhielt die Marke hansgrohe in Dubai den „Most Sustainable Innovative Solution“ Award. Mit diesem Preis wurden unsere EcoSmart- und Coolstart Technologien ausgezeichnet, die im Mittleren Osten besonders gefragt sind.



Neue Räume für die Strahlforschung

Offen, hell, mit viel Platz und moderner Ausstattung für neue Ideen und kreative Teamarbeit: So lassen sich die neuen Räume unserer Strahlforschung nach ihrem Umzug innerhalb des Firmensitzes in Schiltach beschreiben. Seit 1997 forscht und tüftelt eine eigene Abteilung an der Performance, dem Komfort, Sound, Strahlbild und der Wasser- und Energieeffizienz unserer Produkte.

An zahlreichen Teststationen mit verschiedenen Wasseranschlüssen und Messmethoden tüfteln Strahlforscher und Produktentwickler an Innovationen. Hier fließen Know-how und Messwerte zusammen, es wird diskutiert und das Equipment sowie Prüfflächen können gegenseitig genutzt werden. Im neuen Elektroniklabor werden Technologien für unsere digitalen Produkte entwickelt. Hightech-Digitalfotografietechnik ermöglicht die Dokumentation und Analyse von Strahlenbildern.

In drei neuen ShowerCabins können erste Muster in Ruhe mit ganz persönlichen Duschgewohnheiten getestet und Abfragen sowie Analysen per Touchbildschirm übermittelt werden. Die neuen Räumlichkeiten bieten ideale Voraussetzungen für unsere Experten, neue Produktideen zu entwickeln, die dabei helfen, Wasservergnügen und effiziente Ressourcennutzung unter einen Hut zu bringen.



Am Wasserprüfstand nehmen die Hansgrohe Experten das Strahlbild genau unter die Lupe.

Unsere Innovationsfreude

Seit 1901 ist Hansgrohe ein kreativer Vordenker der Sanitärbranche. Die erste Handbrause mit unterschiedlichen Strahlarten, die erste ausziehbare Küchenarmatur oder gar die erste Duschstange sind nur einige der einzigartigen Erfindungen, mit denen wir die Lebensqualität unserer Kundinnen und Kunden verbessern und ihre Begegnungen mit Wasser zum Erlebnis machen. Mit cleveren Technologien wollen wir zeitgleich die Auswirkungen auf die Umwelt und Gesellschaft reduzieren. Dafür arbeiten bei uns engagierte Teams aus unkonventionellen Denkerinnen und Denkern an Zukunftsideen. Sie bringen Produkte zur Marktreife, die Mehrwert bieten, dem wachsenden Umweltbewusstsein entgegenkommen und hohen Qualitätsansprüchen genügen.

Jährlich melden wir Hunderte von Schutzrechten an und sind derzeit Inhaber von mehr als 20.000. Seit 2018 gehören wir zu den Top 100 Innovatoren des deutschen Mittelstandes. Zudem erzielen wir seit Jahren einen Großteil unseres Umsatzes mit Neuprodukten, die nicht älter als drei Jahre sind. Mit unserem Vitalitäts-Index messen wir den Anteil der Produkte am Gesamtumsatz, deren erstmalige Markteinführung nicht länger als 36 Monate zurückliegt.

Vitalitäts-Index 2024

20,1 %



Marktpräsenz und Investitionen

Die Hansgrohe Group ist ein in weiten Teilen der Welt bekanntes Markenunternehmen. Wir vertreiben unsere Produkte im deutschen Markt im dreistufigen Vertriebsweg – über den Großhandel und Installateure, ansonsten je nach Marktsituation, Produktparte und Kundentyp in ganz unterschiedlichen Kanälen wie dem Sanitär- und Küchenhandel, über Fachpartner, Handwerk oder Baumärkte. Neben der Vermarktung an Fachkunden ist das globale Projektgeschäft besonders wichtig: Unsere Produkte sind weltweit präsent, auf namhaften Kreuzfahrtschiffen, in luxuriösen 5-Sterne- und Boutique-Hotels internationaler Metropolen, in außergewöhnlichen Spas, exklusiven Bädern von Lodges und Luxusvillen, öffentlichen Einrichtungen sowie in unzähligen Privathäusern. Mit eigenen Fertigungsstätten in Deutschland, Frankreich, China, Serbien und den USA greifen wir auf ein internationales Produktionsnetzwerk zurück und bedienen diese Märkte bedarfsgerecht vor Ort. Die beiden größten deutschen Produktionsstätten in Offenburg und Schiltach werden durch die Außenstelle in Willstätt unterstützt. Mit ESS (Easy Sanitary Solutions) existiert zudem in Bad Bentheim das Hansgrohe Kompetenzzentrum für Duschrinnen und Abläufe. Seit Januar 2024 gehört ESS zu 100 Prozent zur Hansgrohe SE.

Insgesamt lagen die 2024 getätigten Investitionen der Hansgrohe Group bei 55,5 Mio. Euro (2023: 81,6 Mio. Euro). Die verringerte Investitionssumme gegenüber den vorangegangenen Jahren begründet sich durch Fertigstellung unseres neuen Werks im serbischen Valjevo. Mit dem neuen Standort stärken wir unseren europäischen Fertigungsverbund und schaffen gemeinsam mit unserem Werk in Schiltach Kompetenzzentren für die Armaturenfertigung. Unsere Werke in Offenburg und Wasselonne (Frankreich) bauen wir weiter zu Dreh- und Angelpunkten rund um die Fertigung von Brausenprodukten aus.

Dementsprechend war die Modernisierung der Anlagen und Werkzeuge unserer Produktionswerke und ihre spezifische Ausrichtung ein Investitionsschwerpunkt. In den Grundfertigungen und Montagebereichen investierten wir in höhere Fertigungskapazitäten und stärkere Automatisierung sowie in Werkzeuge für Neuprodukte. Die Entwicklung zahlreicher Produktinnovationen und die Vorbereitung von Neuprodukt-Launches für die im März 2025 stattfindende Weltleitmesse ISH erforderte ebenso Investitionen.

Ein besonderer Schwerpunkt lag 2024 zudem auf Projekten unserer Informationstechnologie mit der Vorbereitung des Wechsels auf die neue Unternehmenssoftware S/4 HANA sowie Investitionen in die Sicherheit unserer digitalen Prozesse.

Die AXOR Citterio Kollektion fügt sich perfekt ins Ambiente des Bulgari Hotel Roma, das sich an die römische Geschichte, die Bäder des Caracalla und die Designvorlieben des Kaisers Augustus anlehnt.



24%



20,1%
VITALITÄTS-
INDEX

Hansgrohe 2024

IN ZAHLEN

**der Führungskräfte
SIND WEIBLICH**

8 PRODUKTIONSSTÄNDORTE 22 VERKAUFSBÜROS VERTRIEB IN ÜBER 145 LÄNDERN



>20.000
GEHALTENE
SCHUTZRECHTE

über 800
DESIGNPREISE
SEIT 1974

94,3%

**Strom aus erneuerbaren
Energien**

für die Hansgrohe Group (2023)

95%

Unserer relevanten Mitarbeitenden im Einkauf haben eine
SCHULUNG ZU ÖKOLOGISCHEN UND SOZIALEN THEMEN
in der LIEFERKETTE absolviert

5.645 Mitarbeitende

~ 60%



~ 40%



Strategisch die Maßstäbe von morgen setzen

Mit unserer Unternehmensstrategie legen wir die strategischen Prioritäten für die Hansgrohe Group für die nächsten Jahre fest. Mit Hilfe verbindlicher und zukunftsgerichteter Werte schaffen wir den Rahmen für eine nachhaltige Unternehmensführung und hilft dabei, fokussiert unsere Ziele zu verfolgen.

Armaturen in der Fließfertigung. Egal welcher Montageschritt, ob Mensch oder Maschine: Der Fokus liegt immer auf Präzision und Qualität.

Unter Wertschöpfung, einem unserer wesentlichen Themen → **Seite 45**, verstehen wir mehr als wirtschaftliche Abläufe und finanzielle Erträge. Wir erschaffen Wert für uns alle: für unsere Anteilseigner, für die Beschäftigten, für unsere Kundinnen und Kunden, für Umwelt und Gesellschaft. Denn wir sind uns der sozialen und ökologischen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit bewusst. Um negative Einflüsse zu reduzieren und positive zu stärken, halten wir uns an Vorgaben interna-

tionaler Vereinbarungen und Gesetze, überall, wo wir unsere Produkte verkaufen oder wo wir Arbeitgeber sind. Wir wollen das Unternehmen auch weiterhin auf ein langfristiges und profitables Wachstum ausrichten, um widerstandsfähig gegen vorübergehende Herausforderungen zu sein, wie eine schwächelnde Konjunktur oder die eingeschränkte Verfügbarkeit von Ressourcen oder Fachkräften.

Unser Management von Wertschöpfung in diesem Sinne basiert auf einer Reihe von Grundsätzen, Policies, Managementsystemen und Kontrollen. Dies reicht von unserer Unternehmenspolitik, verabschiedet Ende 2021, über Compliance-Richtlinien und identitätsstiftenden Dokumenten zu Purpose, Vision und Mission bis zu unseren CSR Prinzipien → **Seite 83**.

Vertrauen durch Qualität

In unserer Unternehmenspolitik betonen wir, wie wichtig hohe Qualitätsstandards in Forschung, Entwicklung und Produktion sind. Wir vertreten den Anspruch, mit unseren Marken und unserer Kundenorientierung weltweit Vertrauen zu schaffen. Die Zufriedenheit unserer Kunden – Personen ebenso wie Unternehmen – und Partner steht für uns an oberster Stelle, weshalb wir Exzellenz im Kundenservice und in der Distributionslogistik anstreben. Wo immer es möglich ist, wollen wir die Erwartungen unserer Kunden übertreffen.



Als Erlebniszentrum bietet die Hansgrohe Aquademie in Schiltach Produktausstellungen, Duscherlebnisse in der ShowerWorld, Workshops für Neubau und Renovierung, Werksführungen und Seminare für Fachpartner.

Unser Erfolg baut auf einer profitablen und nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensentwicklung auf. Unsere Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens, aber auch mit Lieferanten und anderen Geschäftspartnern, beruht auf einem Qualitätsversprechen, das Nachhaltigkeit einschließt, sowie auf Vertrauen und Transparenz. Durch eine konsequente Prozessorientierung und unseren Einsatz zur Vermeidung von Fehlern wollen wir unsere operative Effizienz steigern und unsere Managementsysteme optimieren. Mit unserem konsequenten ESG Management (ab → **Seite 42**) zielen wir auch darauf ab, uns als verantwortlich handelnden Akteur zu positionieren, dabei nachhaltigkeitsbezogene Risiken zu minimieren und Chancen zu generieren.



Wertegebundene Positionierung im Markt

Wir streben in unserem Marktumfeld, in unserer Nachhaltigkeitsleistung sowie im Wettbewerb um Talente eine führende Position an. Diese wollen wir mit unseren Werten – Leidenschaft, Vertrauen, Miteinander und Wertschätzung – erreichen, an denen sich auch unsere Führungsebene orientiert. In einem wertschätzenden Arbeitsumfeld haben unsere Mitarbeitenden den Raum für die nötige Kreativität und Leidenschaft, um gemeinsam die Gegenwart und Zukunft unseres Unternehmens zu gestalten – für ein nachhaltiges, stetes Wachstum.

Orientierung durch Purpose und Ambition

Unser Purpose beschreibt den Unternehmenszweck: Für was steht Hansgrohe als Unternehmen über die Gewinnorientierung hinaus? Mit der Ambition beschreiben wir das langfristige Ziel des Unternehmens und den Weg, den wir gehen müssen, um es zu erreichen. Für Hansgrohe heißt das konkret:

PURPOSE – Wasser ist Leben und unsere Leidenschaft: Wir schaffen begeisterte Momente mit Wasser und schützen dabei dieses wertvolle Element.

AMBITION – Das nächste Level erreichen wir, indem wir bei all unserem Tun die Maßstäbe von morgen setzen. Durch innovative Produkte und überlegene Technologien erzeugen wir Begeisterung mit Wasser. Von der Bad-Inspiration bis zur Umsetzung bieten wir ein herausragendes Kundenerlebnis. Wir verbessern uns ständig und sind dadurch ein erfolgsorientiertes Unternehmen. Für die Gesellschaft und unsere Umwelt übernehmen wir Verantwortung. Wir fördern unser Team und sind in unserer Branche der beste Arbeitgeber.



Fokus aufs nächste Level

Bei unserem Tun die Maßstäbe von morgen setzen: Das ist die Essenz der Hansgrohe Unternehmensstrategie „Next Level“. Wie die Vorstände das in ihren jeweiligen Bereichen umsetzen, erklären sie im Interview.



Die Mitglieder des Hansgrohe Vorstands (v.l.): Christophe Gourlan, Sandra Richter, Hans Jürgen Kalmbach (Vorsitzender), Martial Gil und Frank Semling (stellvertretender Vorsitzender).

Nach wie vor prägen Herausforderungen die wirtschaftliche Lage. Zeitgleich werden zunehmend Erwartungen an die Unternehmen gestellt, sich nachhaltig auszurichten. Wie geht das zusammen?

HANS JÜRGEN KALMBACH: Ich bin davon überzeugt, dass Unternehmen nachhaltig agieren müssen, um langfristig wachsen zu können. Auch in schwierigen Zeiten. Nachhaltigkeit ist ein stabilisierender Faktor, er sichert unsere Zukunftsfähigkeit. Deshalb gehen wir unseren Weg der grünen Transformation konsequent weiter. Wir investieren nicht nur weiterhin in Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit, sondern schauen über den Tellerrand hinaus, um gemeinsam mit unserem Umfeld neue Ansätze zu erarbeiten und Verbesserungspotenziale zu erkennen.

SANDRA RICHTER: Nicht nur junge Talente achten auf verantwortungsbewusste Arbeitgeber. Auch die Haltung, die wir zu Diversität und Inklusion einnehmen, oder unsere Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Alltag bestimmen den „Wohlfühlfaktor“. Unsere Klaus Grohe-Kita,



„Nachhaltigkeit sichert unsere Zukunftsfähigkeit.“

HANS JÜRGEN KALMBACH
VORSITZENDER DES VORSTANDS

ein umfassendes Gesundheitsmanagement, Weiterbildungen in unserem CAMPUS, moderne Arbeitsplätze oder die Möglichkeit des Mobilen Arbeitens sind nur einige der Punkte, die uns als attraktiven Arbeitgeber auszeichnen.

Wieviel attraktiver kann man auf dem Markt der Bewerberinnen und Bewerber und für die eigenen Beschäftigten denn werden?

SANDRA RICHTER: Die genannten Benefits sind Meilensteine unserer stetigen Weiterentwicklung und helfen uns bei der Suche nach den besten Talenten. Gute Ergebnisse erzielen wir mit einer motivierten, gut ausgebildeten und global vernetzten Belegschaft. Deshalb legen wir unsere Schwerpunkte auf die Entwicklung unserer Mitarbeitenden, insbesondere unserer Kolleginnen und

Kollegen mit Führungsverantwortung, und auf Maßnahmen und Projekte, die Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Inklusion fördern. Denn wir respektieren Menschen in ihrer Verschiedenheit und wissen um deren Wert für unser Unternehmen. Darüber hinaus stärken wir unser globales Team und teilen unser Wissen über Ländergrenzen hinweg. Denn auch unser Umsatz findet weltweit statt und der Anteil internationaler Kolleginnen und Kollegen steigt.

Stichwort Umsatz und Wachstum: Was tut Hansgrohe in Sachen Wettbewerbsfähigkeit und letztlich auch für die Sicherung von Arbeitsplätzen?

MARTIAL GIL: Um unsere Wachstumsziele zu erreichen, investieren wir gezielt in unsere Werke, in unsere Belegschaft, in Marketing. Um das finanzieren zu können, erhöhen wir in vielen Bereichen Effektivität und Effizienz, indem wir Ausgaben analysieren, Chancen und Potenziale erkennen und nutzen. Das ermöglicht uns, bessere Produkte zu entwickeln, effizienter, ressourcenschonender und damit nachhaltiger einzukaufen, zu produzieren und zu verkaufen. So bleiben wir auch in Zukunft wettbewerbsfähig.

FRANK SEMLING: Indem wir uns heute auf die Zukunft vorbereiten und neu aufstellen, sichern wir langfristig die Produktion in Deutschland. Wir optimieren unseren

globalen Fertigungsverbund: Offenburg und Wasselonne sind und bleiben unsere Brausenwerke, Valjevo wird unser hansgrohe Armaturenwerk und Schiltach West bleibt unser Werk für AXOR. Was an einem Standort angefangen wird, soll auch dort fertig gemacht werden. Dadurch wird unser Materialfluss deutlich schlanker. Dahinter steckt auch unsere Strategie „local for local“, die wir angesichts der geopolitischen Situation weltweit als wichtig und richtig erachten. Das stärkt am Ende alle unsere Produktionsstandorte nachhaltig.

Die Digitalisierung, allen voran KI-Anwendungen, eröffnen sicher auch neue Perspektiven in Sachen Effizienz?

MARTIAL GIL: Das stimmt. Wir überarbeiten derzeit die IT-Architektur und stärken unsere IT-Basis. Außerdem bauen wir Kapazitäten auf, um die Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz (KI) für uns zu nutzen. Unsere eigene HansAI dient als Basis für die Bereitstellung von KI-Diensten im gesamten Unternehmen. Um die digitale Transformation zu beschleunigen, fördern wir die Zusammenarbeit zwischen der IT und anderen Geschäftsbereichen. In multidisziplinären Teams schaffen wir digitale Lösungen, die unseren Arbeitsalltag erleichtern.



„Digitale und nachhaltige Transformation gehen Hand in Hand für mehr Effizienz.“

MARTIAL GIL
VORSTAND FINANZEN

Effizienz und Nachhaltigkeit gehen sicher auch bei Produktionsprozessen Hand in Hand?

FRANK SEMLING: Tatsächlich entdecken und entwickeln wir durch aktives Ideenmanagement und mit Hilfe von Know-how innovativer Partner in vielen Bereichen Potenziale. Dank einer technischen Weltneuheit schließen wir am Standort Offenburg mit einem individuell



„Wir entwickeln unsere Arbeitgeberqualität stetig weiter.“

SANDRA RICHTER
VORSTÄNDIN HUMAN RESOURCES





„Wir richten unsere Fertigung nachhaltig aus und sichern so die Zukunftsfähigkeit unserer Standorte.“

FRANK SEMLING
STELLVERTRETENDER
VORSTANDSVORSITZENDER UND
VORSTAND OPERATIONS

entwickelten Verfahren den Wertstoffkreislauf im Bereich der galvanisierten Kunststoffe. Ein Fahrplan für die „Energiewende“ unserer Werke in Schiltach und Offenburg hilft uns dabei, unser Ziel zu erreichen, bis 2030 in allen deutschen

Werken komplett auf fossile Energieträger zu verzichten. Ein Zusammenspiel aus regenerativen Energiequellen soll dabei helfen: Indem wir Abwärme konsequent nutzen, können wir beispielsweise unseren Gasverbrauch um mehr als 50 Prozent reduzieren.

Die Ausrichtung zum Komplettbadanbieter startete vor rund zwei Jahren als Reaktion auf die veränderten Kundenbedürfnisse, die verstärkt Badeinrichtung aus einer Hand nachfragen. Was bringt das mit sich und wie kommt es an?

CHRISTOPHE GOURLAN: Wir haben uns in Sachen Know-how, Prozesse und Logistik inzwischen solide aufgestellt. Das war und ist in Teilen noch ein Kraftakt, eine Transformation, die nicht von heute auf morgen geschieht. Es gibt dabei zwei wesentliche Erfolgsfaktoren: Das ist zum einen unsere Sichtbarkeit in den Ausstellungen. Zum anderen wollen wir unsere Kundinnen und Kunden in Sachen Komplettbad inspirieren und begeistern: Wie schön und individuell eine hansgrohe Badeinrichtung sein kann, erleben sie beispielsweise mit unserem Inspirator Tool, für das wir 2024 gleich drei Preise erhielten, darunter den Reddot Award in der Kategorie „Digital Solutions – Brand Experience“. Erste Erfolge konnten wir in Hotel- und Wohnbauprojekten erzielen, bei denen zusätzlich zu unseren Armaturen

auch unsere Keramikprodukte und WCs zum Einsatz kommen. Übrigens, nach dem Start in sechs Ländern kamen 2024 weitere hinzu. Mittlerweile können unsere Möbel, Spiegel und Keramiken in ganz Europa gekauft werden.

Wie entwickelt sich denn grundsätzlich der Vertrieb?

CHRISTOPHE GOURLAN: Um in Europa die Nummer eins zu werden, stärken wir unsere Partnerschaft mit dem Handel und setzen auf mehr Nähe zu unseren Endkunden, Installateuren und Planern. Wir wollen noch serviceorientierter werden und mit Fachwissen, Beratung und den richtigen Plattformen ein hervorragendes Kundenerlebnis bieten. Weltweit bauen wir unsere Vertriebsstrukturen auch in zusätzlichen Märkten wie der Türkei, Rumänien sowie im Mittleren Osten und Afrika weiter aus. Unsere wichtigste Wachstumsregion bleibt Asien mit weiteren Expansionsmöglichkeiten in Indien. Unsere Erfolgsgeschichte in China wollen wir trotz des schwächelnden Immobilienmarktes mit noch mehr Marktorientierung fortschreiben.

Auf welche Kundenerlebnisse können wir uns in Zukunft freuen?

HANS JÜRGEN KALMBACH: Ganz klar, die ISH 2025 wird wieder ein Highlight werden. Mit wegweisenden Produktinnovationen

und inspirierenden Inszenierungen werden wir unserem Ruf als ein Branchentreiber in Innovation, Design, Qualität und Nachhaltigkeit einmal mehr gerecht. Wir begeistern mit Traumbädern und Wassererlebnissen und zeigen anhand zukunftsweisender Wassertechnologien Möglichkeiten auf, das wertvolle Element zu schützen.



„Mit noch mehr Service, Kundenerlebnis und Marktorientierung bauen wir unseren weltweiten Vertrieb weiter aus.“

CHRISTOPHE GOURLAN
VORSTAND VERTRIEB

Highlights 2024

Unser Rückblick auf viele erfreuliche und positive Ereignisse

Aktion für den Wasserschutz

In 25 Tagen durchschwamm Andreas Fath, Professor der Hochschule Furtwangen und ehemaliger Hansgrohe Chefchemiker, die gesamte Elbe und veranstaltete Workshops und Aktionen. Im Rahmen des Projekts PureElbe analysierte er das Flusswasser und machte auf die Verschmutzung durch Mikroplastik aufmerksam. Nach dem Durchschwimmen von Donau, Rhein und Tennessee River in den USA unterstützte Hansgrohe auch diese medienwirksame Umweltaktion wieder als Sponsor.

[Zur Website | pureelbe.org](https://www.pureelbe.org)



Bei der Spanienrundfahrt Vuelta a España entschied Primož Roglič die Gesamtwertung für sich und unser Team Red Bull – BORA – hansgrohe. Wir feierten den Sieg gemeinsam mit spanischen Kundinnen und Kunden aus dem Hotel-, Bau- und Sanitärsektor.



Soziales Engagement

Eine Initiative der Tochtergesellschaft in Indien zeigt beispielhaft, wie sich Hansgrohe für soziale Projekte einsetzt: Für die Schülerinnen und Schüler sowie Lehrkräfte der High School in Mettukuppam sponserte sie den Bau neuer Toilettenblöcke und hygienischer Waschgelegenheiten. Für sauberes Trinkwasser gab es ein Wasser-aufbereitungssystem.



AXOR und hansgrohe bei Olympia

Bei den Olympischen Spielen in Paris stand die sportliche Leistung der Athletinnen und Athleten im Fokus. Viele von ihnen trafen in rund 6.000 Wohnungen des olympischen Dorfes auf Brausen und Armaturen unserer Marke hansgrohe. Die mit dem Event verbundene Renovationswelle im Hotelsektor nutzte AXOR mit der Ausstattung von 47 Hotels für sich, hier zu sehen das Hotel Bulgari.

AXOR Starck Kollektion

Die AXOR Starck Kollektion veränderte 1994 die Gestaltung des Badezimmers erstmals in Richtung Wohlfühlbad. Die inzwischen 30jährige familiäre und fruchtbare Zusammenarbeit mit Philippe Starck brachte fünf AXOR Badkollektionen sowie bahnbrechende Design Ikonen hervor. In Paris feierte man gemeinsam das Jubiläum der Erfolgsgeschichte.



Highlights 2024

Unser Rückblick auf viele erfreuliche
und positive Ereignisse

Kunststoffrecycling

Im Juni nahm Hansgrohe eine technische Weltneuheit in Betrieb: ein gemeinsam mit der ImpulsTec GmbH individuell entwickeltes Recyclingverfahren für galvanisierte Kunststoffe. Die Anlage bereitet den Produktionsausschuss von verchromten Bauteilen so auf, dass der entschlackte Kunststoff direkt vor Ort in der Hansgrohe Kunststoffspritzerei wieder zur Herstellung von Neuteilen zur Verfügung steht.

[Zur Pressemeldung | Hansgrohe Group](#)



98 %

der in der neuen
Recyclinganlage
aufbereiteten
Materialien können
wieder verwendet
werden



25 Jahre Hansgrohe China

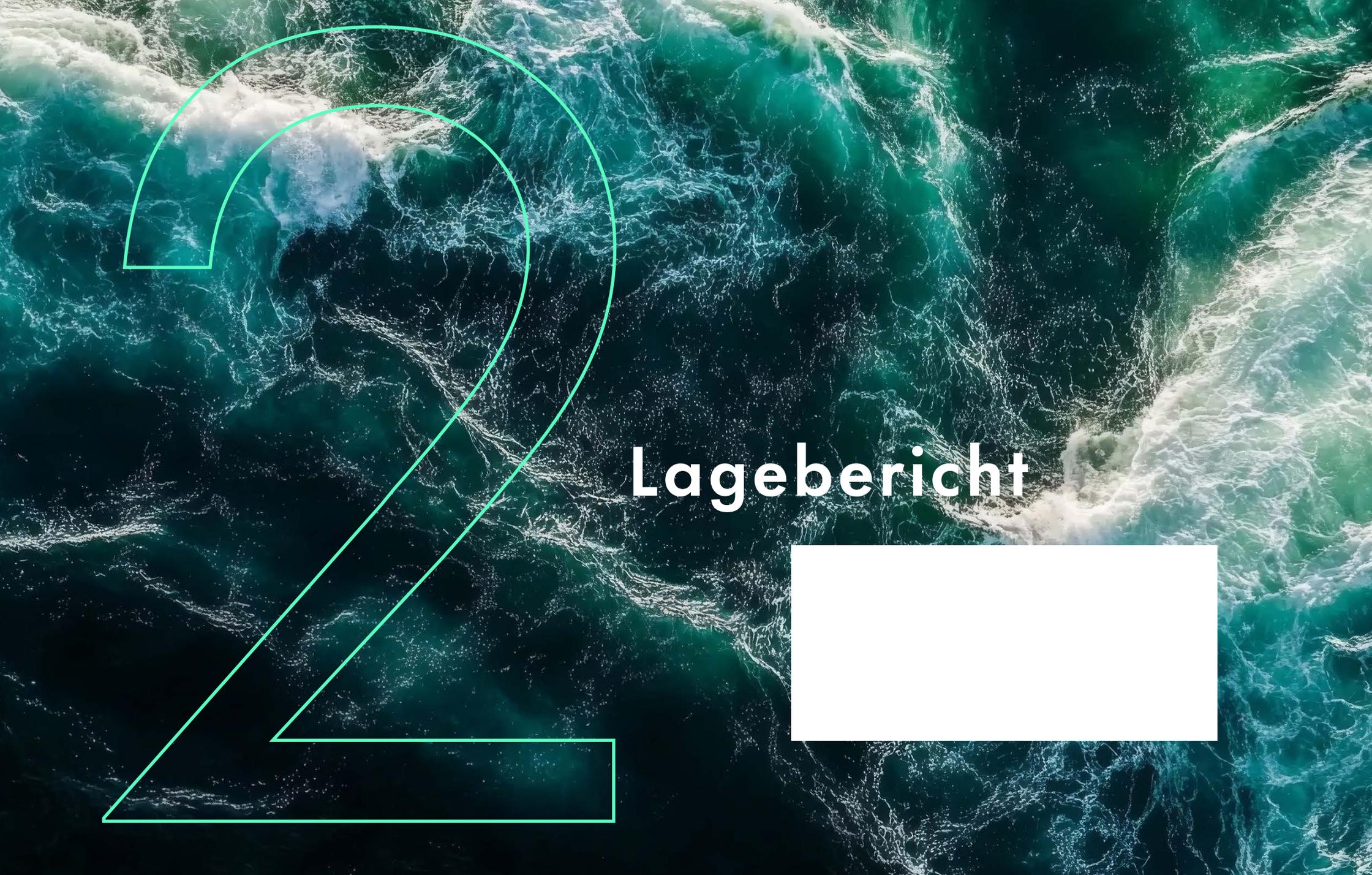
1999 gründete Hansgrohe eine Tochtergesellschaft in China. Im inzwischen zweitgrößten Hansgrohe Markt mit mehr als 700 Beschäftigten waren eine eigene Armaturenfabrik und ein Ausstellungszentrum, ein Flagship Store mitten in Schanghai und jüngst der Innoparc für die Entwicklung von Neuprodukten für den chinesischen Markt wichtige Meilensteine. Grund genug, das 25jährige Jubiläum zu feiern.



In der Kategorie „Energie, Wasser – Sanitärtechnik“ wurden wir als „Vorreiter der Transformation“ mit dem Deutschen **Nachhaltigkeitspreis 2024** geehrt.

AUSGEZEICHNET





Lagebericht



A. Grundlagen der Gesellschaft

Unternehmensstruktur

Die Hansgrohe Group mit Sitz in Schiltach/Baden-Württemberg ist mit ihren Marken AXOR und hansgrohe ein in Innovation, Design und Qualität führendes Unternehmen der Bad- und Küchenbranche. Mit seinen Armaturen, Brausen und Duschsystemen gibt das 1901 im Schwarzwald gegründete Unternehmen dem Wasser Form und Funktion. In Kombination mit Sanitärkeramik und Badmöbeln bietet das Traditionsunternehmen individuelle Gestaltungsmöglichkeiten aus einer Hand für ganzheitliche Badezimererlebnisse. Einzigartige Erfindungen wie die erste Handbrause mit unterschiedlichen Strahlarten, die erste ausziehbare Küchenarmatur oder gar die erste Duschstange prägen die über 120-jährige Firmengeschichte. Das Unternehmen hält mehr als 20.000 aktive Schutzrechte. Die Hansgrohe Group steht für langlebige Qualitätsprodukte und für Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt. Die nachhaltige Herstellung ressourcenschonender Produkte ist international im unternehmerischen Handeln verankert. Durch die Entwicklung innovativer Technologien für Armaturen und Brausen erzielt Hansgrohe in der Nutzungsphase seiner Produkte den größtmöglichen Effekt auf den Schutz der Ressource Wasser sowie die Begrenzung und Anpassung an den Klimawandel. Als ein Teil ihrer konsequenten Nachhaltigkeitsstrategie will die Unternehmensgruppe mit ihrer Initiative „ECO 2030“ bis 2030 alle wasserführenden Produkte mit Wassersparttechnologien ausrüsten.

Mit 35 Gesellschaften, 22 Verkaufsbüros und Vertrieb in über 145 Ländern ist das global agierende Unternehmen der Sanitärbranche seinen Kunden in allen Regionen der Erde ein verlässlicher Partner. Die Hansgrohe Group, ihre Marken und Produkte wurden mit zahlreichen Auszeichnungen prämiert, darunter über 800 Designpreise seit 1974. Die Produkte der Hansgrohe Group sind weltweit präsent, auf namhaften Kreuzfahrtschiffen, in luxuriösen 5-Sterne- und Boutique-Hotels internationaler Metropolen, in außergewöhnlichen Spas, exklusiven Bädern von Lodges und Luxusvillen, öffentlichen Einrichtungen sowie in unzähligen Privathäusern. Ihre hohen Qualitätsstandards gewährleistet die Hansgrohe Group durch die Produktion an acht eigenen Produktionsstandorten, von denen sich vier in Deutschland, sowie je einer in Frankreich, in Serbien, in den USA und in China befinden.

B. Wirtschaftsbericht

Konjunkturelles Umfeld

Die globale Wirtschaft wuchs im Jahr 2024 – unterstützt von der nachlassenden Inflation und ersten geldpolitischen Lockerungen in vielen großen Volkswirtschaften – um 3,2%.¹ Dennoch blieben geopolitische Spannungen, regionale Unsicherheiten und die Belastung durch hohe Lebenshaltungskosten bestimmende Faktoren. In den fortgeschrittenen Volkswirtschaften zeigte sich das Wachstum moderat. Der Konsum wurde durch Reallohnsteigerungen und stabile Arbeitsmärkte gestützt, während sich Investitionen und der Wohnungsbau nur langsam erholten. Im Jahr 2024 verzeichnete der Wohnungsmarkt in vielen Ländern einen deutlichen Rückgang bei Baugenehmigungen, was durch steigende Zinsen und hohe Baukosten bedingt war und die Bautätigkeit erheblich verlangsamte.² Während die Inflation in vielen Ländern das Zielniveau erreichte, blieb die Kerninflation aufgrund des Arbeitskräftemangels in den Dienstleistungssektoren relativ hoch. Die Entwicklung zeigte weiterhin eine Divergenz zwischen Regionen: Während Asien – angeführt von Indien und Indonesien – dynamisch wuchs, verlief die Erholung in Europa schleppend. In den USA unterstützten reale Einkommenszuwächse den Konsum. Globale Risiken – etwa durch geopolitische Spannungen und protektionistische Tendenzen – blieben jedoch bestehen.³

Die Wirtschaftsleistung der Volksrepublik China verlangsamte sich im Jahr 2024; sie wuchs um 4,9%. Der Konsum blieb aufgrund des hohen Vorsorgesparens schwach, was wiederum mit einer höheren Haushaltssparquote einherging. Das Wachstum der Industrieproduktion wurde durch steigende Exporte gestützt, während die langwierige Korrektur im Immobiliensektor weiter anhält. Im Jahr 2024 setzte sich die Krise im chinesischen Immobiliensektor fort, geprägt von Insolvenzen führender Projektentwickler wie Evergrande sowie einer wachsenden Zahl ausfallgefährdeter Kredite, die das Vertrauen in die Branche nachhaltig belasteten.⁴ Die Nettoexporte zeigten einen Anstieg von 2,2%.⁵ Die Arbeitslosenquote verringerte sich gegenüber dem Vorjahr um -0,1 Prozentpunkte auf 5,1%.⁶

Trotz hoher Zinsen verzeichneten die USA 2024 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 2,8%, gestützt durch robuste private (+2,7%) und öffentliche Ausgaben (+2,4%). Die Haushaltssparquote lag bei stabilen 4,9%. Die Arbeitslosenquote stieg moderat auf 4,0%, blieb jedoch auf einem niedrigen Niveau. Die Nettoexporte gingen um 0,4% zurück.⁷

¹ Reales BIP.

² Quelle: Currie & Brown, How to navigate 2024: Balancing challenge with opportunity, Retrieved from <https://www.curriebrown.com>

³ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, No. 116, OECD Publishing, Paris, S. 12-20, 22-23, 29-30

⁴ Quelle: Reuters (2025), China Evergrande's unit receives liquidation order from Hong Kong court, Retrieved from <https://www.reuters.com/world/china/china-evergrandes-unit-receives-liquidation-order-hong-kong-court-2025-01-13/>; Reuters (2025), China's residential foreclosures increase in 2024 amid property slump, Retrieved from <https://www.reuters.com/world/china/chinas-residential-foreclosures-increase-2024-amid-property-slump-2025-01-07>

⁵ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, No. 116, OECD Publishing, Paris, S. 15, S. 124-127

⁶ Quelle: IMF World Economic Outlook, October 2024: Policy Pivot, Rising Threats vom 22.10.2024, S. 34

⁷ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, No. 116, Paris, S. 259-262

In der Eurozone stieg die Wirtschaftsleistung 2024 um 0,8%, was unter anderem auf den um 0,2 Prozentpunkte höheren privaten Konsum (+0,9%) sowie auf die um 2,2% gesteigerten öffentlichen Ausgaben zurückzuführen ist. Die Haushaltssparquote in der Eurozone betrug 9,0%, was auf eine vorsichtigeren Haushaltsführung in Zeiten niedriger, aber weiterhin bestehender Inflation hindeutet. Die Arbeitslosenquote erreichte mit 6,4% einen post-pandemischen Tiefstand. Die Nettoexporte zeigten ein Plus von 0,8%.⁸

In Deutschland stagnierte das Bruttoinlandsprodukt 2024 auf 0,0% – deutlich unter dem Durchschnitt der Eurozone. Die deutsche Wirtschaft litt weiterhin unter den Folgen wirtschaftspolitischer Unsicherheiten und der schwachen Nachfrage im internationalen Handel. Aufgrund sinkender Inflation und steigender Reallöhne, stiegen sowohl der private Konsum (0,4%) als auch die öffentlichen Ausgaben (1,8%), was unter anderem auf höhere Sozialausgaben und Lohnanpassungen im öffentlichen Sektor zurückzuführen ist. Die Haushaltssparquote stieg um 0,5 Prozentpunkte auf 10,9%. Die Arbeitsmarktlage blieb angespannt, mit einer Erhöhung der Arbeitslosenquote von 0,5 Prozentpunkten auf 3,5%. Die Nettoexporte zeigten einen leichten Anstieg um 0,5%. Allerdings blieben die Exporte außerhalb der EU, insbesondere in China und den USA, hinter den Erwartungen zurück.⁹

Frankreich hatte 2024 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 1,1% vorzuweisen. Die hohe Haushaltssparquote von 17,3% sowie steigende Reallöhne unterstützten den sich langsam erholenden privaten Konsum (+0,8%). Aufgrund der gelockerten Geldpolitik verlangsamte sich der Rückgang bei Wohnungsbaukrediten allmählich. Die öffentlichen Ausgaben verzeichneten ein um 1,3 Prozentpunkte höheres Wachstum von 2,1%. Die Arbeitslosenquote blieb mit 7,4% auf einem niedrigen Niveau; die Nettoexporte legten um 1,1% zu.¹⁰

Das Vereinigte Königreich konnte im Jahr 2024 beim Bruttoinlandsprodukt ein Wachstum von 0,9% vorweisen. Die positive Entwicklung wurde von einem Anstieg der öffentlichen Ausgaben um 2,2% sowie einer stabilen Entwicklung des privaten Konsums (+0,7%) getragen, die durch steigende Reallöhne unterstützt wurde. Die Haushaltssparquote erhöhte sich auf 8,4%. Die Arbeitslosenquote blieb nahezu stabil bei 4,2%. Die Nettoexporte trugen negativ (-1,4%) zur Wirtschaftsleistung bei, da sowohl Exporte als auch Importe unter einer schwachen internationalen Nachfrage litten.¹¹

⁸ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, No. 116, Paris, S. 146-149

⁹ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, No. 116, OECD Publishing, Paris, S. 157-160

¹⁰ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, No. 116, OECD Publishing, Paris, S. 153-156

¹¹ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, No. 116, OECD Publishing, Paris, S. 255-258

Geschäftsverlauf

Die wesentlichen finanziellen Leistungsindikatoren zur Steuerung der Hansgrohe Group sowie der Hansgrohe SE sind der Auftragseingang, Umsatz und EBIT.

Hansgrohe Group:

In 2024 sank der Umsatz der Hansgrohe Group im beschriebenen konjunkturellen Umfeld auf 1.387,0 Mio. EUR (2023: 1.405,9 Mio. EUR). Dies entspricht einem Rückgang von -1,3%. Währungsbereinigt liegt die Hansgrohe Group leicht mit -0,02% unter Vorjahr. Mit diesem leichten Rückgang liegt die Umsatzentwicklung jedoch über der Vorjahresprognose. Die Inlandsumsätze verringerten sich um -1,0%, und der Umsatz im Ausland sank im abgelaufenen Geschäftsjahr um -1,5%. Währungsbereinigt lag das Wachstum im Auslandsgeschäft bei 0,3%.

Die Auslandsquote des Umsatzes bleibt unverändert auf 76,5% (2023: 76,5%).

Die Marke hansgrohe konnte mit 1.234,8 Mio. EUR (2023: 1.224,0 Mio. EUR) den zweitbesten Umsatz in der Unternehmensgeschichte erzielen. In den Bereichen Armaturen, Duschplatz, Waschplatz wurde ein leichtes Wachstum verzeichnet. Im Gegensatz dazu verzeichnete die Kategorie Brausen einen leichten Rückgang. Dieser Rückgang konnte jedoch durch die hohe Nachfrage nach Sonderoberflächen teilweise ausgeglichen werden.

Die Marke AXOR beendete das Geschäftsjahr unter Vorjahresniveau (-11,8%). Nahezu alle Kollektionen tragen zum Rückgang bei.

Hansgrohe SE:

In der Hansgrohe SE liegt der Nettoumsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 1.054,1 Mio. EUR leicht unter Vorjahresniveau (2023: 1.063,1 Mio. EUR). Dies entspricht einem Rückgang von -0,8% gegenüber dem Vorjahr. Dieser leichte Umsatzrückgang liegt über der Vorjahresprognose.

In Anbetracht der anfangs beschriebenen konjunkturellen Entwicklung war der Geschäftsverlauf 2024 sowohl der Hansgrohe Group als auch der Hansgrohe SE dennoch zufriedenstellend.

Umsatz Hansgrohe Group*

(in Millionen Euro, gerundet)	2022	2023	2024
	1.550	1.406	1.387

Betriebsergebnis Hansgrohe Group*

(in Millionen Euro, gerundet)	2022	2023	2024
	246,8	201,7	199,9

* Jahresabschluss nach HGB

Bilanz Hansgrohe Group

(in Tausend Euro, gerundet; nach HGB zum 31.12.)

AKTIVA	2022	2023	2024
ANLAGEVERMÖGEN	294.823	311.898	313.501
Immaterielle Vermögensgegenstände	50.866	41.202	43.131
Sachanlagen	243.865	270.625	270.302
Finanzanlagen	92	71	69
UMLAUFVERMÖGEN	681.738	585.286	650.876
Vorräte	232.676	199.004	217.102
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	241.713	213.490	216.676
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	207.350	172.791	217.098
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	8.921	6.925	11.737
AKTIVE LATENTE STEUERN	5.975	3.541	4.962
AKTIVER UNTERSCHIEDSBETRAG AUS DER VERMÖGENSBERECHNUNG	0	3	5
AKTIVA	991.457	907.653	981.083

PASSIVA	2022	2023	2024
EIGENKAPITAL	520.393	509.866	553.012
Gezeichnetes Kapital	61.156	61.156	61.156
Kapitalrücklage	11.735	11.735	11.735
Gewinnrücklagen	291.232	295.512	315.266
Eigenkapitaldifferenzen aus			
Währungsumrechnung	2.153	-8.020	-174
Konzernbilanzgewinn	147.695	144.529	165.029
Nicht beherrschende Anteile	6.422	4.954	0
RÜCKSTELLUNGEN	226.824	195.081	197.601
VERBINDLICHKEITEN	243.488	197.910	222.283
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	752	4.795	8.188
PASSIVA	991.457	907.653	981.083

Auftragseingang

Die Auftragseingänge im Jahr 2024 beliefen sich in der Hansgrohe Group auf 1.320,2 Mio. EUR. Dies entspricht einem leichten Rückgang von -0,2% gegenüber dem Vorjahr. Der Auftragseingang lag damit moderat unter der Vorjahresprognose. Deutschland verzeichnet ein leichtes Wachstum, während das Auslandsgeschäft leicht rückläufig ist.

Hansgrohe SE:

Als wesentliche Produktionseinheit spiegelt sich die leicht rückläufige Auftragsentwicklung der Hansgrohe Gruppe auch bei der Hansgrohe SE wider. So verringerten sich die Auftragseingänge der Hansgrohe SE im abgelaufenen Geschäftsjahr leicht um -0,7%. Der Auftragseingang lag damit moderat unter der Vorjahresprognose.

Ertragslage

Hansgrohe Group:

Die Hansgrohe Group zeigt eine konstante Entwicklung im Umsatz und Ergebnis. Der EBITDA liegt mit 256,6 Mio. EUR -0,1% unter Vorjahr (Vorjahr: 256,8 Mio. EUR). Der EBIT sinkt um -0,9% auf 199,9 Mio. EUR (Vorjahr: 201,7 Mio. EUR) und liegt damit moderat unter den Budgeterwartungen.

Der 2024 erzielte Jahresüberschuss der Hansgrohe Group nach Abzug der Minderheitsanteilen beläuft sich auf 148,7 Mio. EUR (2023: 148,8 Mio. EUR) und liegt damit auf Vorjahresniveau. Dies ist auf eine stagnierende Umsatz- und Kostenentwicklung zurückzuführen.

Die Materialaufwandsquote ist leicht gestiegen (+0,4%). Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die im Materialaufwand enthaltenen Aufwendungen für Roh-, Hilfs- & Betriebsstoffe gestiegen sind.

Die Hansgrohe Group setzt weiterhin auf systematische Effizienzsteigerungen.

2024 konnte diesbezüglich eine EBIT-Verbesserung von insgesamt 40,4 Mio. EUR erzielt werden.

Der Personalaufwand liegt über dem Vorjahresniveau (+1,1%).

Bedingt durch die Währungsschwankungen in 2024 beinhalteten die sonstigen betrieblichen Erträge 7,3 Mio. EUR Kursgewinne. Diesen stehen in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen 11,2 Mio. EUR Kursverluste gegenüber.

Das Finanzergebnis der Hansgrohe Gruppe erhöhte sich im Jahr 2024 auf 9,3 Mio. EUR gegenüber 4,6 Mio. EUR in 2023. Darin enthalten sind hauptsächlich Zinsaufwendungen für Pensionsrückstellungen saldiert mit Kapitalerträgen aus der CTA-Anlage. Die saldierten Erträge aus Deckungsvermögen und Zinsaufwand für Pensionen beliefen sich auf 6,7 Mio. EUR. Demgegenüber stehen 6,9 Mio. EUR aus dem Jahr 2023.

Hansgrohe SE:

In der Hansgrohe SE betrug das EBITDA 153,5 Mio. EUR nach 148,9 Mio. EUR im Vorjahr.

Das EBIT lag mit 113,4 Mio. EUR über dem Vorjahr (Vorjahr: 106,8 Mio. EUR). Der Jahresüberschuss der Hansgrohe SE steigt auf 165,0 Mio. EUR (Vorjahr: 144,5 Mio. EUR). Der Anstieg ist vor allem auf die Veränderung des Finanzergebnisses zurückzuführen.

Der Materialaufwand ist auf 532,2 Mio. EUR gestiegen (Vorjahr: 525,6 Mio. EUR). Die Marge hat sich dadurch leicht verringert. Dies ist vor allem auf die gestiegenen Aufwendungen für Roh-, Hilfs- & Betriebsstoffe zurückzuführen. Die Materialaufwandsquote ist gestiegen (+0,5%).

Der Personalaufwand liegt leicht unter dem Vorjahresniveau (-1,4%). Der leichte Rückgang ist vor allem auf die Reduzierung der Löhne zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind von 160,6 Mio. EUR auf 159,3 Mio. EUR gesunken, dies ist vor allem durch den Rückgang der Marketingaufwendungen begründet.

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Währungsgewinne in Höhe von 5,5 Mio. EUR. Diesen stehen in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen Kursverluste in Höhe von 8,7 Mio. EUR gegenüber.

Finanzlage

Hansgrohe Group:

Unter Berücksichtigung der geplanten Dividendenzahlung in Höhe von 165,0 Mio. EUR sinkt die Eigenkapitalquote im abgelaufenen Jahr im Konzern auf 47,5% (2023: 47,9%). Die Eigenkapitalrendite nach Steuern ist auf 38,3% gesunken (2023: 40,7%).

Die liquiden Mittel betragen 217,1 Mio. EUR (Vorjahr 172,8 Mio. EUR), der Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit beträgt 202,6 Mio. EUR. Somit ist die Hansgrohe Gruppe in der Lage, ihren finanziellen Verpflichtungen nachzukommen.

Hansgrohe SE:

In der Hansgrohe SE steigt die Eigenkapitalquote unter Berücksichtigung der geplanten Dividendenzahlung in Höhe von 165,0 Mio. EUR auf 39,8% gegenüber 36,7% im Vorjahr.

Die liquiden Mittel betragen 82,4 Mio. EUR (Vorjahr 38,0 Mio. EUR), somit ist die Hansgrohe SE in der Lage, ihren finanziellen Verpflichtungen nachzukommen. Die Gesellschaft finanziert sich im Konzernverbund über Cash-Pooling. Seit dem 01.05.2008 ist die Gesellschaft in einen durch Hansgrohe SE geführten Cash-Pool eingebunden.

Vermögenslage

Hansgrohe Group:

Das Anlagevermögen ist in der Hansgrohe Group mit 313,5 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr angewachsen (2023: 311,9 Mio. EUR). Der Wert der Vorräte steigt auf 217,1 Mio. EUR (2023: 199,0 Mio. EUR). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verringern sich von 189,7 Mio. EUR auf 189,3 Mio. EUR. Das Forderungsmanagement ist geprägt von einem konsequenten und SAP gestützten Einsatz von Kreditlimits.

Die sonstigen Rückstellungen im Konzern in Höhe von 131,7 Mio. EUR (2023: 124,1 Mio. EUR) wurden vor allem für Kundenboni, Urlaubsansprüche/ Gleitzeit und sonstige Lohn- und Gehaltsbestandteile, Gewährleistungsverpflichtungen und Lieferantenrechnungen gebildet.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bleiben bei der Hansgrohe Group weiter auf niedrigem Niveau. Sie betragen zum Jahresende 0 TEUR (2023: 1 TEUR). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich im Konzern auf 145,5 Mio. EUR gegenüber 131,5 Mio. EUR im Vorjahr.

Hansgrohe SE:

In der Hansgrohe SE erhöhte sich das Anlagevermögen auf 253,6 Mio. EUR (2023: 247,9 Mio. EUR). Der Wert der Vorräte steigt auf 133,4 Mio. EUR (2023: 121,9 Mio. EUR). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhen sich von 35,4 Mio. EUR auf 39,6 Mio. EUR. Die mit dem CTA Vermögen saldierten Pensionsrückstellungen sinken von 62,0 Mio. EUR auf 55,2 Mio. EUR. Die sonstigen Rückstellungen stiegen von 45,4 Mio. EUR in 2023 auf 47,2 Mio. EUR in 2024. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind von 101,2 Mio. EUR auf 109,1 Mio. EUR gestiegen.

Investitionen

Die größten Investitionen wurden für den neuen Produktionsstandort in Serbien getätigt. Weitere große Investitionsbereiche waren im Bereich der Werkzeuge für Neuprodukte, Maschinen und Anlagen sowie für IT und Digitales.

Hansgrohe Group:

Die Investitionen in das Anlagevermögen der Hansgrohe Group betragen im Jahr 2024 inklusive Leasing 65,2 Mio. EUR und liegen damit 16,4 Mio. EUR unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 81,6 Mio. EUR). Die Abschreibungen in der Hansgrohe Group beliefen sich 2024 auf 56,7 Mio. EUR (2023: 55,0 Mio. EUR).

Hansgrohe SE:

In der Hansgrohe SE wurden 46,1 Mio. EUR investiert (2023: 34,1 Mio. EUR), davon 3,1 Mio. EUR als Leasingprojekte (2023: 1,8 Mio. EUR). In der Hansgrohe SE wurden Abschreibungen in Höhe von 40,1 Mio. EUR vorgenommen (2023: 42,2 Mio. EUR).

Mitarbeiter/-innen

Zum 31. Dezember waren an den fünf deutschen Standorten insgesamt 3.305 Mitarbeiter/-innen (Basis 31.12.2023, Kopfzahl) beschäftigt, davon 3.124 Mitarbeiter/-innen in der Hansgrohe SE. Hinzu kamen 46 Mitarbeiter/-innen, die einer Tätigkeit in den international angegliederten Regionalbüros nachgingen und 69 Mitarbeiter/-innen, die bei den beiden Tochtergesellschaften der Easy Sanitary Solutions B.V. in Deutschland beschäftigt waren.

Weltweit arbeiteten für die Hansgrohe Group am Stichtag 5.645 Mitarbeiter/-innen. Wie im Vorjahr war die Fluktuation der SE mit 2,4% (Stand 31.12.2024) weiterhin niedrig.

Der Einsatz von Zeitarbeitskräften, der sich im Jahr 2024 weltweit zwischen 179 und 236 Personen bewegte, sorgte im abgelaufenen Jahr für die nötige Flexibilität. Davon waren in den deutschen Gesellschaften zwischen 30 und 86 Zeitarbeitskräfte beschäftigt.

Angaben zur Unternehmensführung gem. §289f Abs. 4 HGB

Ziel von Hansgrohe ist es nach wie vor, vakante Stellen auch in der Führungsebene mit den Personen zu besetzen, die am besten geeignet sind, die jeweiligen Aufgaben und Verpflichtungen zu erfüllen. Hansgrohe ist allerdings auch der Meinung, dass eine verstärkte Geschlechtervielfalt für die Kultur und die Entscheidungsprozesse in den Führungsebenen förderlich ist. Aufgrund des Gesetzes für gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst (Gesetz zur Frauenquote) hat sich der Vorstand in seiner Sitzung am 24.10.2022 auf eine Frauenquote von 25% in der dritten und auf 15% in der zweiten Führungsebene verständigt. Diese Zielgröße gilt ab dem 01. Juli 2022 und ist ab diesem Datum innerhalb von 5 Jahren zu erreichen. Ergänzt wurde diese Zielsetzung durch einen Aufsichtsratsbeschluss vom 28.10.2022, der eine Zielgröße für die Beteiligung von Frauen im Vorstand von 20% vorsieht. Diese Zielgröße gilt ab dem 01. Juli 2022 und ist ab diesem Datum innerhalb von 5 Jahren zu erreichen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr liegt die Frauenquote im Vorstand bei 20% und in der zweiten Führungsebene bei 19,4%. In der dritten Führungsebene beträgt die Quote 22,4%. Zudem wurde in einem Aufsichtsratsbeschluss vom 28. Oktober 2022 eine Zielgröße für die Beteiligung von Frauen im Aufsichtsrat in Höhe von einem Sechstel festgelegt, welche innerhalb von 5 Jahren erfüllt werden soll. Im abgelaufenen Geschäftsjahr liegt die Frauenquote noch bei 0%.

Forschung und Entwicklung

Da sich im Jahresverlauf die Umsätze der Gruppe ca. auf Vorjahresniveau stabilisiert haben, wurde die Personalstärke im Bereich Forschung und Entwicklung und damit auch der Umfang von Neuprodukt-Projekten in etwa auf Vorjahresniveau gehalten.

Zu den bedeutendsten neuen Produkten/Produktlinien, die im Jahr 2024 unter der Marke hansgrohe gelauncht wurden, zählen die Erweiterung der „PULSIFY“- und „CROMETTA“-Linien mit diversen neuen Showerpipe-Varianten inkl. neuem Tablet-Thermostat „SHOWERTABLET SELECT 360“, die neuen Aufputz-Thermostate „ECOSTAT FINE“ und „ECOSTAT ELEMENT“, die neue Küchenarmatur „TALIS SELECT M54 POWDERSPRAY“ sowie ein neues Spiegel-Programm „XARITA LITE“. Desweiteren wurden verschiedenen Armaturen-Varianten namens „STAMIS“ sowie „RAINDRAIN“-Duschrinnenvarianten im unteren Preissegment auf den Markt gebracht.

Zur Erweiterung des Produktsortiments der Marke AXOR wurde die Armaturenlinie „AXOR CITTERIO C“ sowie die auf Basis der vorhandenen „IBOX UNIVERSAL 2“ der Marke Hansgrohe neuen Unterputz-Thermostat-Varianten „AXOR SHOWERSELECT ID“ gelauncht. Abgerundet wurde das Produktportfolio über die Einführung der „AXOR FLUSHPLATE“ passend auf im Markt erhältliche Toilettenspülsysteme.

Aktuell arbeiten im gesamten Bereich Forschung und Entwicklung 192 Mitarbeiter/-innen (Vorjahr: 199). Diese Angabe bezieht sich auf die Hansgrohe SE. Im Konzern sind es 205 Mitarbeiter/-innen.

Desweiteren beschäftigt sich die Produktentwicklung im Rahmen der strategischen Initiative i4i (Improve for Investment) auch 2024 weiterhin mit großem Erfolg an diversen Wertanalyse-Projekten durch Umkonstruktion vorhandener Serienprodukte in Form von Material-Substitution, dem Einsatz neuer Technologien, der Vereinfachung von Baugruppen und dem Einsatz neuer Plattformstrategien.

Ein weiterer großer Teil der Ressourcen ging in die Entwicklung der großen Anzahl an Neuprodukten zur Vorstellung auf der Messe ISH und des Launches in 2025 sowie der Vorbereitung einer großen Änderungswelle von Messing-Komponenten aufgrund bevorstehender regulatorischer Änderungen in der Trinkwasserverordnung für Deutschland und Europa.

Beschaffung

Steigende Rohstoffpreise im Q4/2023 erreichten im Mai 2024 ihren Höhepunkt. Kupfer notierte an der London Metall Exchange (LME) im Cash Settlement mit 10.857 USD/mt und Zink mit 3.093 USD/mt mit Höchstwerten im Halbjahr. Der Hansgrohe Group gelang das durch eine gute Absicherungsstrategie bereits im Q1/2024. So konnte der Peak im Mai weitestgehend vermieden werden. Im Q3/2024 sanken die Metalle dann im August bis auf 8.620,50 USD/mt für Kupfer und 2.516 USD/mt für Zink und im September auf 8.830,50 für Kupfer und 2.682 für Zink. Auch in dieser Phase gelang es der Hansgrohe Group einen erneuten Peak im Oktober bei Kupfer mit 9.882,50 USD/mt und Zink mit 3.237,50 USD/mt durch vorteilhafte Abschlüsse abzumildern.

Die Auswirkungen der „Red Sea Crisis“ durch anhaltende Angriffe von Houthi Rebellen auf Containerschiffe im Roten Meer, haben neben stark schwankenden Frachtraten vor allem zu deutlich längeren Laufzeiten geführt. Die damit verbundenen Herausforderungen zur Versorgung unserer Werke konnten durch gezielte Maßnahmen sowie durch unsere etablierten Konsignationslager weitestgehend abgemildert werden.

Wie bereits in 2023 lag der Fokus im Einkauf auf dem Kostenmanagement. Im Zuge der Hansgrohe „Next Level“ Strategie gelang es signifikante Einsparungen zu erzielen. Das breit angelegte Sourcing 2.0 Programm mit über 350 Sourcing Events hat damit einen wesentlichen Wertbeitrag zum Unternehmensergebnis geleistet.

Im Bereich Sustainable Procurement wurden 2024 weitere Maßnahmen umgesetzt. Zum einen wurde die bereits seit Jahren etablierte Masco Supplier Business Practices Policy (SBPP) überarbeitet und um Aspekte u.a. aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) erweitert. Mit der Sustainable Procurement Policy wurde zudem eine interne Richtlinie für Einkäufer verabschiedet. Damit verpflichtet sich der Einkauf Nachhaltigkeits-Faktoren, wie Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange, die Achtung der Menschenrechte und die Bekämpfung von Korruption und Bestechung in der Beschaffung zu berücksichtigen. Die umgesetzten Maßnahmen haben im Nachhaltigkeitsrating von Ecovadis wesentlich zur Erreichung des Platin Status beigetragen.

Im Bereich Compliance kamen 2024 neben dem LkSG weitere regulatorische Anforderungen hinzu. Sowohl für den Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) als auch für die Verordnung zu entwaldungsfreien Lieferketten (EUDR) hat der Einkauf alle erforderlichen Informationen und Nachweise in der Lieferkette eingeholt und an die jeweiligen Behörden berichtet.

Auch in diesem Jahr wurde weiter konsequent an der Umsetzung der digitalen Agenda gearbeitet. Schwerpunkt lag dabei weiterhin auf der Vorbereitung der S/4 Hana Migration an Ostern 2025. Die erste größere Testphase wurde erfolgreich abgeschlossen. Darüber hinaus wurden die Aktivitäten zur Implementierung einer neuen SRM-Lösung weiter vorangetrieben. Zur Steigerung der Effizienz bei der Stammdatenanlage in SAP wurden 2 weitere Bots in Betrieb genommen. Darüber hinaus wurden drei Einkäufer zu KI Experts ausgebildet, um weitere Potenziale durch KI Anwendungen im Einkauf umsetzen zu können.

Globale Produktion & Qualitätsmanagement

Produktion:

Das Jahr 2024 war im Produktionsverbund vor allem durch unsere „Next Level“ Strategie, die Erarbeitung der Initiativen, durch die verhaltene Auftragsituation, aber auch durch eine sehr starke Nachfrage im Bereich der Oberflächenveredelung „der PVD-Beschichtung“ geprägt.

Sehr schnell wurde im Jahr 2024 klar, dass die vorhandene Kapazität und Arbeitskonfiguration im Bereich PVD an den deutschen Standorten, der sprunghaft angestiegenen Nachfrage nicht gerecht werden wird.

Schnell wurden Maßnahmen zur Prozessoptimierung durchgeführt und signifikante Ergebnisse erzielt. Außerdem wurde entschieden das Arbeitssystem zu verändern und weitere Schichten zu implementieren. Diese Maßnahme zog sich jedoch, durch Rekrutierung und Trainings bis ins vierte Quartal 2024. Die Ausbringung beider Abteilungen konnte insgesamt deutlich gesteigert werden, liegt aber dennoch unter dem gestiegenen Gesamtbedarf für Sonderoberflächen. Parallel zur Anpassung des Arbeitssystems wurden Investitionen in drei neue PVD Beschichtungs-Anlagen angestoßen. Diese werden im Q1/Q2 2025 in Betrieb gehen.

Außerdem wurde für das Schiltacher Werk West eine ergänzende Peripherie für die Abteilung PVD bestellt, bestehend aus Bürst- und Reinigungsanlagen. Da die Anlagen erst im ersten bzw. zweiten Quartal 2025 in Betrieb gehen werden, ist davon auszugehen, dass sich die Rückstandssituation im Bereich PVD bis Ende des zweiten Quartals 2025 ziehen wird.

In Valjevo wurde die Galvanikanlage, aufgrund einer späteren Behörden-Freigabe, mit einigen Monaten Verzug, im September 2024 in Betrieb genommen. Dies hatte zur Folge, dass Gussteile aus Valjevo zur Beschichtung über das Werk West in Schiltach gesteuert wurden und auch das Werk Songjiang länger mit Mengen unterstützt hat. Insgesamt blieb somit die geplante Gussmenge in Valjevo hinter dem ursprünglichen Ziel. Dafür wurde das Ziel für die Assemblierung in Valjevo deutlich übertroffen. Der Ramp-Up des Werkes kommt somit voran.

Unser Werk in Songjiang erlebt Veränderungen. Ursprünglich wurde das Jahr mit geringerem Volumen geplant. Durch die Situation in Valjevo (wie bereits beschrieben), konnte noch einmal deutlich mehr Volumen in Songjiang produziert werden. Diese Konstellation wird sich aber bereits im Jahr 2025 ändern, wenn Valjevo im Ramp-Up voranschreitet. Somit ist im kommenden Jahr, insbesondere im zweiten Halbjahr, mit einem deutlichen Volumenrückgang in Songjiang zu rechnen. Der Fähigkeitsaufbau, welcher in den vergangenen Jahren angestoßen wurde, um Schlüsselkompetenzen zu entwickeln, trägt in Songjiang Früchte und so wurden im Jahr 2024 Produkt-Qualifizierungen im Bereich der Grundfertigung, aber auch im Bereich der Montage, im noch nie dagewesenen Ausmaß realisiert. Dies wird speziell in den kommenden Monaten und Jahren von Vorteil sein, wenn die Brass Next Initiative voranschreitet.

Unsere Werke in Wasselonne, Atlanta und Bad Bentheim waren von Veränderungen im Jahr 2024 weniger betroffen. Alle Werke entwickeln sich weiterhin positiv. Hervorzuheben ist hier Atlanta, das die Produktions-Produktivität mittlerweile auf über 80% stabilisiert hat.

Auch im vergangenen Jahr konnten wir uns auf alle Mitarbeiter/-innen verlassen, welche eine sehr hohe Bereitschaft und Flexibilität zeigen. Einziger Wehrmuts-tropfen ist die gestiegene Krankenquote, speziell in den deutschen Werken. Ein Trend, der leider in vielen Unternehmen zu beobachten ist und auch vor Hansgrohe nicht Halt macht.

Die Investitionen blieben in der vergangenen Periode hinter dem Plan. Dennoch wurde erneut ausgewogen und vor allem auch in Richtung Neuprojekte investiert. Ein weiterer, elementarer Bestandteil unserer Investitionen ist selbstverständlich weiterhin unsere Lokalisierungs- und Regionalisierungs-Strategie, welche durch die Hansgrohe Strategie sogar weiter priorisiert wurde.

Abschließend lässt sich feststellen, dass das Jahr 2024 facettenreich und herausfordernd war. Mit der Hansgrohe Strategie wurden die Weichen für unser zukünftiges Handeln gestellt, die Ersten Schritte bereits getan und sogar die ersten Erfolge erzielt. Mit den initiierten Maßnahmen und Projekten sind wir zuversichtlich, auf dem richtigen und auf einem erfolgreichen Weg zu sein.

Improve for Investment

Das I4I Programm ist weiterhin fester Bestandteil unseres unternehmerischen Handelns. Der direkte Ergebnisbeitrag konnte im Vergleich zum Vorjahr erneut deutlich gesteigert werden.

Die Herstellkosten konnten insbesondere durch Optimierungen der Material- und Fertigungskosten reduziert werden, diese repräsentieren über 70% des direkten i4i-Beitrags. Große Potentiale konnten 2024 in der Beschaffung von Produktionsmaterialien und in den Werken gehoben werden. Aktivitäten tragen zur Reduzierung der Herstellkosten und der Logistikkosten zu rund 90% des Gesamtergebnisses bei.

Alle Unternehmensbereiche sind im i4i Programm integriert. Prozessverbesserungen und Lean Aktivitäten in allen Unternehmensbereichen und Tochtergesellschaften leisten einen großen Beitrag für den Ertrag und schaffen Effizienz.

Unternehmerische Verantwortung & Nachhaltigkeit

Im Oktober 2024 ging es in die zyklische Überwachung und die Auditoren unserer Zertifizierungsgesellschaft haben die Wirksamkeit des Managementsystems bestätigt. Darüber hinaus wurden Maßnahmen zur Verbesserung und Weiterentwicklung des Managementsystems abgeleitet, diese werden im Januar 2025 im Rahmen einer Dokumentenprüfung von unserer Lead Auditorin geprüft.

Die bereits initiierten Projekte zur EU Taxonomie und CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) Readiness wurden im Jahr 2024 weiter forciert, da diese für Hansgrohe ab dem Geschäftsjahr 2025 anzuwenden sind.

C. Prognosebericht/Ausblick

Im Folgenden beschreiben wir die voraussichtliche Entwicklung der Hansgrohe Gruppe und Hansgrohe SE und die Rahmenbedingungen der Geschäftstätigkeit. Risiken und Chancen, die zu einer Abweichung von den prognostizierten Entwicklungen führen können, stellen wir im Risiko- und Chancenbericht dar.

Weltwirtschaftliche Entwicklung

Für das Jahr 2025 wird ein moderates globales Wirtschaftswachstum erwartet, das von einer weiterhin sinkenden Inflation, einem robusten Beschäftigungswachstum und einer weniger restriktiven Geldpolitik getragen werden soll. Das globale BIP-Wachstum wird auf 3,3%.¹² geschätzt, wobei regionale Divergenzen voraussichtlich abnehmen, da die Erholung in Europa an Dynamik gewinnen wird, während das Wachstum in den USA und Brasilien nachlassen soll. In Asien dürften die starke Binnennachfrage in Indien und Indonesien sowie neue Konjunkturmaßnahmen in China und Japan weiterhin ein solides Wachstum fördern. Die Inflation dürfte sich 2025 weiter abschwächen und in vielen wichtigen Volkswirtschaften wieder auf Zielwerte zurückkehren – dies wiederum sollte den Konsum und die Investitionen ankurbeln. Trotz der positiven Aussichten bestehen erhebliche Risiken: Geopolitische Spannungen, insbesondere im Nahen Osten und in der Ukraine, könnten die globalen Märkte destabilisieren. Ein zunehmender Handelsprotektionismus, besonders seitens der größten Volkswirtschaften, stellt ein weiteres Risiko dar, da steigende Handelsunsicherheit und importbeschränkende Maßnahmen die Kosten und Preise erhöhen, Investitionen abschrecken, Innovationen schwächen und letztlich das Wachstum bremsen könnten.¹³

Für 2025 wird für die Volksrepublik China ein Wirtschaftswachstum von 4,7% prognostiziert. Das Konsumwachstum wird stabil bleiben, jedoch durch weiterhin hohe Vorsorgeeinsparungen und die anhaltende Schwäche auf dem Immobilienmarkt gedämpft. Das Investitionswachstum wird von einer lockeren Geldpolitik und verstärkten Staatsausgaben profitieren. Bei den Nettoexporten wird

ein Anstieg von 1,1% erwartet.¹⁴ Die Arbeitslosenquote dürfte voraussichtlich bei 5,1% liegen und damit jener aus dem Vorjahr entsprechen.¹⁵

In den USA wird das Wirtschaftswachstum 2025 voraussichtlich bei 2,4% liegen, ein leichter Rückgang im Vergleich zum Vorjahr um -0,4 Prozentpunkte. Das Wachstum des privaten Konsums wird aufgrund moderater Lohnzuwächse auf 2,3% geschätzt. Die Haushaltssparquote bleibt – mit einem leichten Abfall um 0,1 Prozentpunkte auf 4,8% – nahezu unverändert. Die öffentlichen Ausgaben werden voraussichtlich auf 1,8% absinken, wobei eine Arbeitslosenquote von 4,1% erwartet wird, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg um 0,1 Prozentpunkte entspricht. Für die Nettoexporte wird ein leichtes Minus von -0,3% vorhergesagt.¹⁶

In der Eurozone wird für das Jahr 2025 ein Wachstum der Wirtschaftsleistung von 1,3% erwartet, ein leichter Anstieg im Vergleich zu 2024. Das private Konsumwachstum (+1,3%) wird von steigenden Realeinkommen und einem stabilen Arbeitsmarktumfeld unterstützt. Die öffentlichen Ausgaben werden den Prognosen zufolge um 1,2% zunehmen, unterstützt durch Investitionen im Rahmen des Next Generation EU-Programms. Die Haushaltssparquote wird voraussichtlich auf 9,2% ansteigen, während die Arbeitslosenquote bei 6,3% liegen dürfte. Für die Nettoexporte wird ein marginal positiver Beitrag von 0,1% erwartet, da sich der Handel mit wichtigen Partnern stabilisiert.¹⁷

Nach einer Stagnation 2024 wird für Deutschland im kommenden Jahr ein leichtes Wirtschaftswachstum von 0,7% prognostiziert. Dieses moderate Wachstum wird von einem Anstieg des privaten Konsums um 0,9% getragen – begünstigt durch steigende Reallöhne und eine sinkende Inflation. Die öffentlichen Ausgaben sollen um 0,7 % zunehmen, wobei fiskalische Einschränkungen weiterhin die Spielräume begrenzen. Die Arbeitslosenquote wird vermutlich auf 3,6% ansteigen. Gleichzeitig wird die Haushaltssparquote auf 11,2% geschätzt, was wieder-

¹² Reales BIP

¹³ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, S. 12, 18, 28-33

¹⁴ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, S. 12, S. 28-33

¹⁵ Quelle: IMF World Economic Outlook, October 2024: Policy Pivot, Rising Threats, S. 34

¹⁶ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, S. 261-264

¹⁷ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, S. 148-151

rum auf Unsicherheiten im Konsumumfeld hinweist. Für die Nettoexporte dürfte ein neutraler Beitrag von 0,0% erwartet werden.¹⁸

Das Wirtschaftswachstum in Frankreich wird 2025 voraussichtlich 0,9% betragen – ein leichter Rückgang gegenüber 2024 (+1,1%). Der private Konsum wird um 1,2% zunehmen, gestützt durch steigende Realeinkommen. Die öffentlichen Ausgaben sollten um 0,3% anwachsen, da Sparmaßnahmen zur Konsolidierung des Haushalts die Ausgaben beschränken. Die Arbeitslosenquote wird leicht auf 7,7% ansteigen; dies wird auf eine schwache Nachfrage nach Arbeitskräften in einigen Sektoren zurückzuführen sein. Die Haushaltssparquote wird voraussichtlich bei 17,2% liegen – ein minimaler Rückgang im Vergleich zum Vorjahr (17,3%). Nettoexporte werden einen minimalen positiven Beitrag von 0,2% leisten.¹⁹

Für das Vereinigte Königreich wird 2025 ein Wirtschaftswachstum von 1,7% erwartet. Das Wachstum des privaten Konsums wird voraussichtlich bei 1,2% liegen, unterstützt von einer Erholung der Realeinkommen und einer moderaten Lockerung der Geldpolitik. Die öffentlichen Ausgaben werden durch ein fiskalisches Lockerungspaket um 3,0% steigen, was wiederum Investitionen in Infrastrukturen fördert. Die Arbeitslosenquote soll mit 4,0% stabil bleiben, da durch erhöhte staatliche Ausgaben neue Arbeitsplätze entstehen. Die Haushaltssparquote wird voraussichtlich bei 8,1% liegen, ein minimaler Rückgang im Vergleich zum Vorjahr (8,4%). Die Nettoexporte werden einen minimalen negativen Beitrag von -0,1% leisten.²⁰

Entwicklung der Rohstoffpreise und Währungen

Der Devisenmarkt war in den vergangenen Monaten von einer Vielzahl an Unsicherheiten und Risikofaktoren geprägt, was sich auch im Jahr 2025 fortsetzen wird. Neben geopolitische Spannungen, insbesondere der andauernde Krieg in der Ukraine und die angespannte Situation im Mittleren Osten, sorgt der Wahlausgang in den USA für erhöhte Nervosität an den Finanzmärkten. Wirtschaftspolitische Entscheidungen in den USA, insbesondere in Bezug auf Zölle und Handelsbeziehungen werden entscheidend sein, ob der Dollar nicht nur seine Stärke bewahren, sondern diese noch weiter ausbauen kann. Der Euro bleibt derweil unter Druck. Im Jahr 2024 handelte der Euro gegenüber dem US Dollar in einer Spanne zwischen 1,03 und 1,12.

Zum Jahresende 2024 ist der Kupferpreis auf rund 9.000 USD je Tonne gesunken. Damit hat sich der Preis mehr als 17 % von den Höchstständen im Mai (bei 10.857 USD je Tonne) entfernt. Dieser Rückgang wird mit schwachen wirtschaftlichen Daten aus China und der Aufwertung des US Dollars begründet. Trotz der Erweiterung der Produktionskapazitäten wird erwartet, dass die Kupferpreise mittel- bis langfristig weiter steigen. Neben einer Verbesserung der globalen Wirtschaftslage im kommenden Jahr sind auch Makrotrends als Preistreiber zu betrachten. Kupfer, als eines der wichtigsten Metalle für die Energiewende, Elektromobilität und Digitalisierung, verzeichnet eine nachhaltig steigende Nachfrage.

Investitionsplanung

Die Fertigstellung des Produktionswerks in Serbien schreitet in 2025 weiter voran. Zudem wird die Umsetzung der neuen „Next Level“ Strategie einer der Investitionsschwerpunkte sein. Weiterhin wird in die Bereiche Werkzeuge für Neuprodukte, Informationstechnologie und Maschinen und Anlagen investiert. Hier liegt der Fokus auf Kapazitätserweiterung, Automatisierung und Digitalisierung.

Ausblick

Für 2025 wird aufgrund der geopolitischen Unsicherheiten und der erhöhten Inflation mit einem leichten Umsatz-, Auftragseingangswachstum und einer starken Ergebnissteigerung (EBIT) gerechnet. Ein verstärkter Fokus wird 2025 auf Maßnahmen zur Effizienzsteigerung gelegt. Die Hansgrohe Group sieht sich daher gut vorbereitet, um auch im bevorstehenden Geschäftsjahr auf einem profitablen und nachhaltigen Ergebnisniveau zu bleiben.

Der Ausblick für die Hansgrohe SE leitet sich als wesentliche Produktions-/ und Steuerungseinheit aus der Prognose der Hansgrohe Gruppe ab und ist federführend für die geplanten Maßnahmen zur Effizienzsteigerung verantwortlich. Die Hansgrohe SE plant für 2025 ein leichtes Umsatz- und Auftragseingangswachstum sowie einen starken Ergebnisrückgang (EBIT).

¹⁸ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, S. 159-162

¹⁹ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, S. 155-158

²⁰ Quelle: OECD Economic Outlook Volume 2024 Issue 2, S. 257-260

D. Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung

Risikomanagement

Die Hansgrohe Group ist einer Vielzahl von Risiken ausgesetzt, die untrennbar mit der globalen Aufstellung und den damit zusammenhängenden internationalen Aktivitäten verbunden sind. Die frühzeitige Auseinandersetzung mit Risiken, wie es bei der Hansgrohe Group im Rahmen eines systematischen Risikomanagementprozesses geschieht, ermöglicht gleichzeitig das Erkennen und Nutzen potenzieller Chancen. Für Hansgrohe ist ein Risiko dadurch gekennzeichnet, dass zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen zu einer Planabweichung/ Nichterreichung von Zielen führen.

Neben der detaillierten Ermittlung der Risiken ist es für Hansgrohe ebenso wichtig, dass Chancen identifiziert werden. Durch die weitere konsequente Nutzung der sich darbietenden Möglichkeiten soll die bisher erfolgreiche Unternehmensentwicklung in Bezug auf Wachstum und Profitabilität auch zukünftig verfolgt werden. In diesem Zusammenhang wird desgleichen auch das Ziel verfolgt, die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu sichern und weiter auszubauen.

Aufgabe des Risikomanagementsystems ist die systematische und kontinuierliche Risikoidentifizierung, -erfassung, -aktualisierung, -analyse, -bewertung, -steuerung und -überwachung.

Der Risikomanagementprozess befasst sich mit der Zielsetzung der Risikominimierung, -begrenzung oder auch der Risikoeliminierung. Die identifizierten Risiken werden dabei hinsichtlich ihrer möglichen negativen Auswirkungen auf die Hansgrohe Group untersucht. Als Ergebnis der Untersuchung werden, soweit in dem betrachteten Risikofeld möglich, geeignete Risikosteuerungsmaßnahmen abgestimmt und eingeleitet. Das zentrale Risikomanagement erfasst die Risiken für die gesamte Unternehmensgruppe, wobei die Ermittlung und die Überwachung zusammen mit den jeweiligen Risk Ownern in wiederkehrenden Risk-Workshops erfolgt. Die Anzahl der Risk-Workshops wurde in den letzten Jahren stark erweitert.

Das Hansgrohe Risikomanagementsystem hat primär folgende Zielsetzungen:

Ziel	Beschreibung
Unterstützung der Unternehmensziele	Strategische und operative Ziele im Kontext der einzugehenden Risiken bewerten und risikobewusste Entscheidungen treffen
Planungssicherheit erhöhen	Stabilisierung der Unternehmensergebnisse durch Einbezug von Risiken
Transparente Risikosituation	Ermittlung der bestehenden Risikosituation
Lebendige Risikokultur	Unternehmerisches Handeln basierend auf bewusstem Umgang mit Risiken
Risikosteuerung durch Risikomanagement	Systematische Durchführung aller Risikoaufgaben in einem wirksamen Risikomanagementprozess
Risikomanagement als Managementprozess	Prozessorientierte Ausrichtung des Risikomanagements als wesentliche Führungsaufgabe
Risikomanagement als Bestandteil aller operativen Prozesse	Elementarer Bestandteil der konkreten Steuerung in allen Prozessen anstelle einer reinen Zentralaufgabe

Hansgrohe hat ein Risikofrüherkennungssystem implementiert, welches die Anforderungen aus dem §91 Abs. 2 AktG berücksichtigt. Dieser Risikomanagementprozess zur Risikoidentifizierung, Risikodokumentation, etc., wird durch das implementierte interne Kontrollsystem (IKS) unterstützt. Das IKS ist unter anderem an den Anforderungen des Sarbanes-Oxley Act (SOX) ausgerichtet. Die SOX-Anforderungen für Hansgrohe ergeben sich aufgrund der USA Börsennotierung der Masco Corporation.

Das Risikomanagementsystem dient der frühzeitigen Erkennung von Risiken und erstreckt sich über alle Unternehmensbereiche. In der nachfolgenden Berichterstattung werden vor allem die Risikofelder thematisiert, denen ein Potenzial zur Entwicklungs- und/ oder Bestandsgefährdung innewohnt.

Im Rahmen der Risikobewertung erfolgt eine Berücksichtigung der Eintrittswahrscheinlichkeit und der möglichen Schadensauswirkung.

Die Schadensbetrachtung erfolgt in der Hansgrohe Group auf EBIT-Niveau. Die Eintrittswahrscheinlichkeit eines Risikos wird nach einer Prozentskala bewertet. Durch die in der Risikomatrix abgebildeten Kategorien bestehen diesbezüglich fünf Einstufungsmöglichkeiten. Bei der Bewertung der monetären Auswirkung werden vier Rubriken mit niedrig, mittel, hoch und sehr hoch berücksichtigt. Die grafische Darstellung erfolgt anhand der nachfolgend abgebildeten Risikomatrix:

	≤ 10%	> 10% ≤ 50%	50%/50%	> 50% ≤ 75%	> 75%	
Bruttoschadenshöhe	DA	DB	DC	DD	DE	Sehr hoch > 10 Mio. EUR
	CA	CB	CC	CD	CE	Hoch > 5 Mio. EUR ≤ 10 Mio. EUR
	BA	BB	BC	BD	BE	Mittel > 1 Mio. EUR ≤ 5 Mio. EUR
	AA	AB	AC	AD	AE	Niedrig ≥ 100 TEUR ≤ 1 Mio. EUR

Eintrittswahrscheinlichkeit

Im Vergleich zu den beiden Vorjahren hat sich das Risikoprofil von Hansgrohe in Bezug auf die Themen nicht verändert. Die acht berichteten Chancen- und Risikofelder im Jahr 2023 sind auch in der Risikoberichterstattung für das Jahr 2024 enthalten. Leichte Veränderungen gab es im Ranking der einzelnen Chancen- und Risikofelder. Dies ist auf das steigende Risiko eines Cyberangriffs zurückzuführen, da die Anzahl und Komplexität der Cyberbedrohungen weltweit zugenommen haben. Zudem haben gezielte Angriffe auf kritische Infrastrukturen und Unternehmen in den letzten Jahren erheblich zugenommen. Im Jahr 2023 noch auf Rang 2 hat Hansgrohe das Risiko von Cyberbedrohungen und der damit zusammenhängenden Nicht-Verfügbarkeit der unternehmerischen IT, aufgrund der aktuellen Entwicklungen erneut um eine Position und somit an erster Stelle angehoben. Im schlimmsten Fall könnte ein Cyberangriff zu einem vollständigen Stillstand der Produktionsanlagen führen. Zudem könnten sensible Unternehmensdaten gestohlen und veröffentlicht werden, was erheblichen finanziellen und reputativen Schaden verursachen würde. Die gestiegene Bedrohung durch Cyberangriffe führt im

Unternehmen zu einer verstärkten Fokussierung auf IT-Sicherheitsmaßnahmen. Dies umfasst die Implementierung fortschrittlicherer Sicherheitstechnologien, regelmäßige Schulungen der Mitarbeiter/-innen und die Entwicklung umfassender Notfallpläne, um im Falle eines Angriffs schnell und effektiv reagieren zu können.

Weiterhin wird das wirtschaftliche und politische Umfeld kritisch gesehen. Weltweit gibt es aktuell zahlreiche politische Konflikte, beispielsweise die anhaltenden Kriege in der Ukraine und Israel. Auch die Konflikte zwischen den USA und China sowie der Konflikt um den Kosovo wird eng von Hansgrohe beobachtet. Aufgrund dieser und weiterer politischer Einflüsse und Entwicklungen im Jahr 2024, sowohl verkaufs- als auch produktionsseitig, hat Hansgrohe im Jahr 2024 weitere Maßnahmen implementiert und dem Risikomanagement von Umsatz- und Produktionsschwankungen eine höhere Bedeutung beigemessen. Dies spiegelt sich in mehreren Themen wider, vor allem in der Diversifizierung des Produktsortiments um Keramikprodukte und Badmöbel sowie dem weiteren Ausbau von alternativen Lieferanten. Unsere Ausführungen verdeutlichen, dass Hansgrohe einen ganzheitlichen Risikomanagementprozess verfolgt und in diesem Rahmen dem Schutz der digitalen Infrastruktur und der sensiblen Daten des Unternehmens sowie dem politischen Klima eine hohe Gewichtung beimessen. Hansgrohe rechnet tendenziell eher mit weiteren Herausforderungen in den nächsten Monaten und Jahren in diesem Bereich, insbesondere hinsichtlich möglicher Cyberbedrohungen. Hansgrohe wird weitere Prozessoptimierungen und die Implementierung zusätzlicher Maßnahmen vornehmen, um sich in eine bessere Ausgangsposition zu bringen und dadurch proaktiven Handlungsspielraum zu gewinnen.

Hansgrohe ist auf den internationalen Märkten gut positioniert. Aufgrund bestehender Risiken und wirtschaftlichem Rückgang, vor allem in der Baubranche, konnte das Unternehmen den Wachstumstrend der letzten Jahre im Jahr 2024 nicht fortführen. Die gestiegenen Baukosten, welche unter anderem aus den Zinserhöhungen und dem Fachkräftemangel resultieren, haben weitreichende Folgen für die gesamte Sanitärbranche und demnach auch die Hansgrohe Group. Da auch im kommenden Jahr moderate Geschäftsentwicklungen erwartet werden, wurde bereits im Jahr 2023 die Personalkostenstruktur den veränderten Gegebenheiten

angepasst. Das Ergebnis bleibt durch diese Effekte auch in 2024 auf einem stabilen Niveau.

1. IT-Sicherheit/Leistungsstarke IT-Systeme (Rating: CB)

RISIKEN: Die Bedrohungslage für die Wirtschaft durch Cyber-Gefahren hat sich über die letzten Jahre zunehmend verschärft. Die Aufrechterhaltung der dauerhaften und störungsfreien Geschäftstätigkeit hängt von sicheren und leistungsstarken IT-Systemen ab. Aufgrund der globalen Unternehmensaktivitäten ist es für Hansgrohe wichtig, dass Informationen aktuell, vollständig, richtig und ständig verfügbar sind. Deshalb ist eine zuverlässige IT-Infrastruktur unabdingbar. Ein Ausfall der IT oder größere Datenverluste könnten im operativen Geschäftsbetrieb von Hansgrohe bedeutende Schäden verursachen. Der Schutz der Systeme z.B. vor Cyber-Attacken wird entsprechend der Gefährdungslage fortlaufend angepasst. Zusätzlich gibt es zu diesem Thema Schnittstellen zu Masco. Zum einen in Bezug auf Systeme und zum anderen durch Auditaktivitäten. Auch die Zusammenarbeit mit externen Partnern wurde intensiviert. Im Hinblick auf Cyber-Attacken ist zu berücksichtigen, dass nicht nur Probleme im eigenen Unternehmen zu potenziellen Schäden führen können, sondern auch Unterbrechungen/ Verzögerungen bei Lieferanten und Kunden aufgrund von Cyber-Attacken in deren Organisationen (Lieferprobleme, Umsatzschwankungen, etc.).

CHANCEN: Hansgrohe setzt auf leistungsstarke IT-Systeme. Die fortschreitende Digitalisierung von Unternehmensabläufen betrifft dabei nicht nur einzelne Unternehmensbereiche, sondern das komplette Unternehmen. Deshalb legt Hansgrohe großen Wert auf die effiziente Gestaltung von Arbeits- und Geschäftsprozessen in der gesamten Unternehmensgruppe. Die mit der zunehmenden Digitalisierung in Verbindung stehenden Risiken stellen eine Herausforderung dar. Hansgrohe sieht in der Herausforderung aber auch die Chance, das Unternehmen und die Prozesse weiterentwickeln zu können. In den stark von COVID-19 geprägten Jahren 2020 bis 2023 hat Hansgrohe die bereits implementierten Digitalisierungsprojekte beschleunigt und neue Projekte gestartet.

Dadurch war es möglich, dass die Prozesse stabil gehalten werden konnten, auch in Phasen mit hohen Homeoffice-Aktivitäten von mehr als 50%. Hansgrohe legt weiterhin einen Fokus darauf, durch die sich darbietenden Chancen der Digitalisierung Prozesse zu beschleunigen, zu flexibilisieren und gleichzeitig zu stabilisieren. In 2024 lag der Fokus vor allem auf dem Großprojekt der in 2025 geplanten Umstellung auf SAP S/4HANA, welches weiter vorangetrieben wurde. Dies ermöglicht eine umfassende Modernisierung der IT-Infrastruktur, optimiert Geschäftsprozesse und beschleunigt die Datenverarbeitung durch Echtzeit-Analysen.

2. Marktausrichtung und fehlende Kundenorientierung (Rating: DA)

RISIKEN: Die Hansgrohe Group konnte auch im Jahr 2024 ein passables Umsatz- und Ergebnisniveau, ähnlich wie im Vorjahr, erzielen. Mit der neuen Unternehmensstrategie „Next Level“ verfolgt Hansgrohe weiterhin ambitionierte Ziele. Bestehende Risiken könnten sich bei Realisierung in den zukünftigen Unternehmenszahlen niederschlagen und zu einer Zielverfehlung führen. Die Markt- und Wettbewerbsentwicklung wird deshalb weiterhin intensiv beobachtet und analysiert. Im Hinblick auf die Zukunft investiert Hansgrohe nach wie vor stark in Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten, um dadurch die erarbeitete Marktpositionierung zu festigen bzw. weiter auszubauen. Im Rahmen der Erweiterung der Produktpalette könnte ein Rückgang des Umsatzanteils mit Neuprodukten mittel- bis langfristig dazu führen, dass die Wachstumsdynamik der letzten Jahre abnimmt und das Unternehmen die anvisierten Ziele nicht erreichen kann. Zur Überwachung und Steuerung sind umfangreiche und regelmäßige Kontroll- und Steuerungsaktivitäten implementiert. Dadurch kann sichergestellt werden, dass eventuelle Planverfehlungen rechtzeitig erkannt werden und nach einer angemessenen Ursachenanalyse bei Notwendigkeit zeitnah Entscheidungen getroffen werden können, insbesondere zur Einleitung von Gegenmaßnahmen.

CHANCEN: Die Themen aus dem Feld „Marktausrichtung und Kundenorientierung“ sind jedoch nicht nur aus der Risikoperspektive zu betrachten, sondern auch aus dem Blickwinkel sich darbietender Chancen. Hansgrohe kann auf

eine über die Jahrzehnte gewachsene Innovationskultur setzen, wodurch auch steigende Kundenbedürfnisse bezüglich Nachhaltigkeit erfüllt werden können. Die vorhandene design- und qualitätsorientierte Produktpalette geht mit einem Chancenpotenzial einher. Auf dieser Basis wird weiterhin angestrebt, stärker als der Markt zu wachsen. In diesem Zusammenhang weitet Hansgrohe die Produktpalette stetig aus, bspw. erweiterte Hansgrohe das Produktportfolio im Frühjahr 2023 erfolgreich um Badezimmermöbel und Keramikprodukte. Dadurch können auf den globalen Märkten neue Umsatzpotenziale erschlossen werden. Zusätzlich wurde der Forschungs- und Entwicklungsbereich in China durch ein Research & Development Center erweitert, um den entsprechenden Kundenanforderungen und Produktwünschen in den asiatischen Märkten gerecht zu werden. Durch die aktuelle Positionierung des Unternehmens und aufgrund des wettbewerbsfähigen Produktportfolios kann nach heutigem Kenntnisstand davon ausgegangen werden, dass wieder an die stabile Unternehmensentwicklung der letzten Jahre angeknüpft und diese weiter vorangetrieben werden kann. Die Chance auf weiteres Wachstum ergibt sich vor allem durch die internationale Aufstellung des Unternehmens, wie bspw. in Märkten wie China oder Indien.

Die intensive Zusammenarbeit zwischen internen und externen Designern, internen Konstrukteuren sowie zwischen den Unternehmensbereichen Forschung & Entwicklung, Produktmanagement und Marketing ist ein weiterer wesentlicher Erfolgsfaktor von Hansgrohe. Die hohen Qualitätsstandards der Produkte stärken die Positionierung auf den weltweiten Märkten und führen in Kombination mit den genannten Faktoren Innovation, Nachhaltigkeit und Design zu einer guten Ausgangsbasis für eine weitere positive Unternehmensentwicklung in den kommenden Jahren.

3. Wirtschaftliches Umfeld/politisches Klima (internationaler Fokus) (Rating: CA)

RISIKEN ergeben sich für Unternehmen und so auch für Hansgrohe vor allem aus den Folgen zahlreicher politischer Konflikte weltweit wie dem Ukrainekrieg oder

dem Krieg in Israel, den Schwankungen an den internationalen Finanzmärkten sowie aus den negativen Auswirkungen aufgrund von protektionistischen Handlungen einiger Länder/Märkte. Politisch bzw. auch wirtschaftlich schwierige Rahmenbedingungen sind für Unternehmen unmittelbare Risiken. Zusätzlich zur Lage im Ukrainekrieg stehen nach wie vor unter anderem Themen, wie die Handelsbeziehungen zwischen den USA und China im Betrachtungsfokus.

CHANCEN: Soweit sich die Risiken nicht realisieren oder die weltweite Situation sich stabilisieren/verbessern sollte, könnten sich aufgrund der globalen Aufstellung von Hansgrohe auch Chancen ergeben. Auch die unterschiedlichen staatlichen Unterstützungsleistungen in einzelnen Ländern, wie z.B. im Bereich des Haus- und Wohnungsbaus, können sich positiv auf die Umsatzsituation von Hansgrohe auswirken.

4. Nachhaltigkeit/strengere Umweltauflagen & Anforderungen an die Produktzulassung (Rating: DA)

RISIKEN: Die weltweiten Entwicklungen hin zu mehr Nachhaltigkeit spiegeln sich neben den gestiegenen Anforderungen der Kunden auch in den international immer anspruchsvolleren Umweltauflagen (Gesetze, Normen, Richtlinien etc.) gegenüber Unternehmen und deren Produkten wider. Beide Anforderungsbereiche (Unternehmen/Produkt) stellen lösbare Herausforderungen dar, deren Risikoinhalte mit verbesserten Prozessen und Überwachungsinstrumenten reduziert werden. Zur Erfüllung aktueller und zukünftiger Auflagen und Anforderungen in diesem Bereich wurden im Jahr 2023 im Rahmen eines Beratungsprojektes die Anforderungen und nächsten Schritte für das CSRD Reporting sowie EU-Taxonomie erstmalig analysiert. Im Jahr 2024 erfolgte eine detaillierte Ausgestaltung dieser Anforderungen, welche ab 2025 für die Hansgrohe Group relevant werden.

CHANCEN: Mit der intensiven Überwachung von neuen Entwicklungen und Trends sowie kommenden verpflichtenden Themen ist es möglich, passende Produktlösungen rechtzeitig zu entwickeln und auf den Märkten einzuführen. Dadurch

kann Hansgrohe auf den weltweiten Märkten rechtzeitig mit den passenden Produkten präsent sein. Strengere Umweltauflagen bieten für die Zukunft die Chance zusätzliche Marktanteile zu gewinnen und sich durch die frühzeitige Erfüllung kommender neuer Auflagen als strategischer Geschäftspartner zu etablieren, noch bevor Anforderungen Gesetzescharakter erhalten und somit verbindlich für alle Hersteller werden. Hansgrohe hat darüber hinaus dem bereits stark gewichteten Thema Nachhaltigkeit in der Hansgrohe einen noch höheren Stellenwert beigemessen und damit die Eckpfeiler für die Zukunft gesetzt. Auf dieser Basis soll das Thema Nachhaltigkeit insgesamt weiter vorangetrieben werden und die Möglichkeit eröffnen der eigenen und der Erwartungshaltung der Kunden gerecht zu werden. Durch nachhaltige Produkte, Prozesse etc. sollen auch in der Zukunft Umsatzausweitungen erreicht werden können.

5. Risiken entlang der Lieferkette (Rating: CB)

RISIKEN: Aufgrund der hohen Qualitätsansprüche und des Wachstumskurses der letzten Jahre hat sich Hansgrohe intensiv mit dem vorhandenen Lieferantenpool beschäftigt. Zu vielen Hauptlieferanten besteht eine über Jahre gewachsene, enge und vertrauensvolle Geschäftsbeziehung. Aufgrund der Tatsache, dass die Materialkosten (Rohstoffe, Komponenten, etc.) eine wesentliche Kostenposition darstellen und Schwankungen direkt zu Ergebnisabweichungen führen, werden zur (Risiko)Absicherung auch langfristige Kontrakte abgeschlossen, um dadurch eine Glättung zu erreichen. Die Sicherstellung der rechtzeitigen Materiallieferungen in der gewünschten Qualität und Menge hat eine hohe Priorität, da Produktionsunterbrechungen zu negativen Ergebniseffekten führen würden. Es kann festgehalten werden, dass sich die Preissteigerungen und Lieferengpässe der vergangenen Jahre wieder weitestgehend stabilisiert haben.

CHANCEN: Ein systematisches Benchmarking von Lieferanten bietet die Basis für die Sicherstellung der Lieferfähigkeit von Hansgrohe. Durch anteilige Abschlüsse von Lieferantenkontrakten wird den Schwankungen auf der Versorgerseite entgegengewirkt. Ein fortlaufendes Monitoring verkürzt deutlich die Reaktionszeit für den Fall, dass ein Handeln erforderlich wird. Im Rahmen der Einkaufsaktivitäten

wurden und werden weiterhin intensive Beschaffungsmarktanalysen durchgeführt, um Schwachstellen rechtzeitig identifizieren zu können.

6. Währungsrisiken und Materialpreissrisiken (Rating: CA)

RISIKEN: Hansgrohe ist aufgrund der globalen Geschäftstätigkeit Währungs- und Materialpreissrisiken ausgesetzt. Risikopositionen aus wirtschaftlich notwendigen, bestehenden und künftigen Zahlungsströmen in Fremdwährung wird durch Natural Hedging entgegengewirkt. Des Weiteren setzt Hansgrohe Devisentermingeschäfte ein, um die darüber hinaus bestehenden Risiken durch Währungsschwankungen zu limitieren.

CHANCEN: Durch das professionelle Treasury Management können die Risiken von Währungsgeschäften minimiert werden.

7. Personalrisiken (Rating: BB)

RISIKEN: Das Thema Personalrisiko ist nach wie vor auch für Hansgrohe ein Risikofeld. Der mit dem demografischen Wandel einhergehende Fachkräftemangel wirkt sich auch auf Hansgrohe, insbesondere an den Standorten in Deutschland, aus. Es geht dabei nicht nur um Stellenbesetzungen von Mitarbeiter/-innen, die in den Ruhestand gehen, sondern insbesondere um zusätzlich neu zu besetzende Arbeitsplätze, welche aufgrund des Unternehmenswachstums geschaffen werden. Die Unternehmensleitung hat zusammen mit der Personalabteilung in den letzten Jahren Maßnahmen eingeleitet, welche den Risiken in der Personalgewinnung entgegenwirken. Diese Maßnahmen – teilweise schon umgesetzt, teilweise in Umsetzung befindlich oder noch zukünftig umzusetzen – sollen das Unternehmen noch attraktiver für potenzielle neue Arbeitnehmer/-innen machen. Hansgrohe sieht aufgrund der umfangreichen Aktivitäten in diesem Bereich deshalb nicht nur die Risiken.

CHANCEN: Durch die weiter nachhaltig angestrebte Positionierung als globaler und attraktiver Arbeitgeber versucht Hansgrohe die zukünftigen Personalrisiken in der Unternehmensgruppe zu minimieren und die sich anbietenden Chancen aus dem positiven Unternehmensimage zur Mitarbeitergewinnung und Mitarbeiterbindung zu realisieren. Auf dieser Basis soll mit einer quantitativ und qualitativ angemessenen Belegschaft der positive Unternehmensentwicklungspfad weiter beschrritten werden. Darüber hinaus setzt das Unternehmen auch zukünftig auf eine systematische Aus- und Weiterbildung. Der Hansgrohe Campus bietet weiterhin mit seinen Fakultäten und Vorträgen das Wissen und die Weiterbildungen an, die wesentlich sind, um die strategischen Unternehmensziele gemeinsam erreichen zu können. Hansgrohe beschäftigt sich auch mit den zu erwartenden Auswirkungen durch den digitalen Wandel. Diesbezüglich ist es insbesondere wichtig, dass die Mitarbeiter/-innen ausreichend qualifiziert sind. Die Mitarbeiter/-innen sollen die Entwicklungen nicht als Risiko, sondern als Chance wahrnehmen. Das eingeführte Weiterbildungsmodul und die sonstigen Maßnahmen im Personalbereich unterstützen diese Zielsetzung. Die Mitarbeiter/-innen werden durch verschiedene Teams auf dem grundsätzlichen Digitalisierungsweg begleitet. Durch die etablierte Mitarbeiter App „Hans! For You“ stellt Hansgrohe eine auf dem neuesten Stand ausgerichtete Mitarbeiterkommunikation zur Verfügung. Hierdurch wird es einfacher alle Mitarbeiter/-innen besser in die Unternehmenskommunikation miteinzubinden und gleichzeitig den Mitarbeiter/-innen die Möglichkeit zu geben sich an aktuellen Themen zu beteiligen, z.B. über Kommentierungsmöglichkeiten oder „gefällt mir“ Buttons.

8. Ausfall der Produktionsanlagen (Rating: DA)

RISIKEN: Ein möglicher Ausfall von zentralen Produktionsbereichen stellt ein wesentliches Betriebsunterbrechungsrisiko dar. Durch die starken Investitionstätigkeiten, in diesem Zusammenhang insbesondere in Bezug auf den Neubau des Logistikzentrums und der Galvanik in Offenburg, ist Hansgrohe mittlerweile in diesen Zentralbereichen auf einem technisch hohen Stand, vor allem in Bezug auf die Gebäudesicherheit, Brandmeldeanlagen, etc. Damit kann

die notwendige Sicherheit für Mensch und Umwelt sowie Zuverlässigkeit für die Produktion und die Kundenversorgung gewährleistet werden.

Generell kann es zum Ausfall von Gebäuden/Gebäudeteilen durch Feuer, Naturkatastrophen etc. kommen. Durch eine adäquate Gebäude-/Sicherheitsausstattung setzt Hansgrohe auf eine Risikominimierung und im Schadensfall auf eine schnelle Möglichkeit zur Gegenreaktion zur Schadensmilderung. Überdies besteht für die Gebäude, Maschinen und Vorratspositionen umfangreicher Versicherungsschutz bezüglich äußerer Einwirkungen. Ebenso besteht eine Betriebsunterbrechungsversicherung für Gefahren, wie Feuer, Sturm, Hagel, etc.

CHANCEN: Hansgrohe hat auf dem bisherigen Wachstumskurs laufend Investitionen, insbesondere in den Produktionsstätten umgesetzt. Bei der Umsetzung von Investitionsvorhaben stehen bei Hansgrohe auch immer die mit den Maschinen-/Anlageinvestitionen zusammenhängenden Themen, wie Steuerungs-, Überwachungs- und Absicherungstechnik, im Fokus. Dem Risiko „Produktionsausfall“ wird unter anderem durch die genannten Themen sowie durch die systematisierten und laufenden Instandhaltungsmaßnahmen entgegengewirkt. Die Risikoverwirklichung wird dadurch auf ein annehmbares Niveau reduziert. Infolgedessen kann Hansgrohe die Chancen aus den reibungslosen Produktionsabläufen wahrnehmen. Durch die bereits umgesetzten Investitionen und die in Umsetzung befindlichen Vorhaben erhöht Hansgrohe neben Prozesssicherheit auch die Prozessgeschwindigkeit.

Neben den bereits aufgeführten Risikofeldern gibt es dennoch weitere (nicht vorhersehbare) Ereignisse, die sich auf die unternehmerischen Aktivitäten negativ auswirken könnten.

Gesamtaussage zur Risikosituation der Hansgrohe Group

Insgesamt kann die Aussage getroffen werden, dass aktuell keine Risiken erkennbar sind, welche den Fortbestand der Hansgrohe Group unter Berücksichtigung der implementierten Gegenmaßnahmen derzeit und im Planungshorizont der Gesellschaft gefährden könnten.

Die Unternehmensentwicklung der letzten Jahre stimmt uns weiterhin positiv, dass die vorhandene Risikosituation die Weiterentwicklung des Unternehmens nicht gefährdet, sondern durch die Wahrnehmung von Chancen die Risiken minimiert bzw. vermieden werden können und eine weitere positive Entwicklung auf dem eingeschlagenen Weg verfolgt werden kann. Wir konnten bereits in den Vorjahren trotz schwieriger Rahmenbedingungen durchweg positive Unternehmensergebnisse erreichen. In den Jahren 2021 und 2022 konnten die monatlichen Umsatzniveaus durchgängig auf einem hohen Niveau gehalten werden. Durch die beschriebenen wirtschaftlichen Einflüsse wurde der Wachstumskurs der Hansgrohe Group in 2023 und 2024 ausgebremst. Der Rückgang der Baubranche in den größten Märkten der Hansgrohe Group, wie beispielsweise Deutschland und China, konnte durch das Wachstum anderer Märkte, wie Indien und Türkei nicht aufgefangen werden. Die Ergebnis- und Cashflow-Situation ist dennoch weiterhin auf einem guten Niveau. Die Hansgrohe Group ist zuversichtlich, in den kommenden Jahren weiterhin gut aufgestellt zu sein und wieder Umsatzwachstum zu generieren. Die Finanzkraft des Unternehmens ist für das Risikoprofil ausreichend. Die Risikotragfähigkeit, in Bezug auf die Eigenkapital- und Liquiditätsausstattung, ist im Kontext der Chancen- und Risikosituation als angemessen zu beurteilen. Die Aussagen zu Hansgrohe Group gelten auch für die Obergesellschaft Hansgrohe SE.

E. Abhängigkeitsbericht

Der Vorstand erklärt, dass die Gesellschaft nach den Umständen, die ihm zu dem Zeitpunkt, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, bekannt waren, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhielt. Auf Veranlassung oder im Interesse des herrschenden oder mit ihm verbundenen Unternehmens wurden keine Maßnahmen getroffen oder unterlassen.

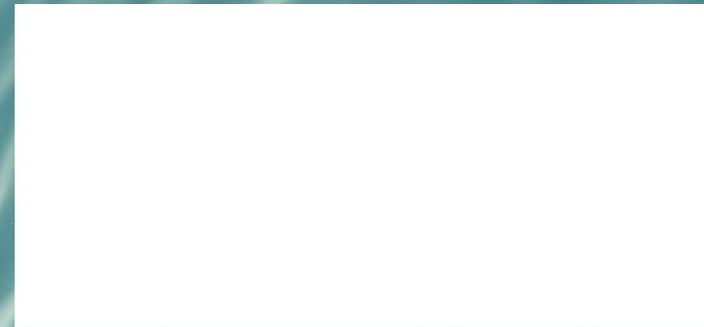
Auf den gesonderten Abhängigkeitsbericht der Hansgrohe SE wird hiermit verwiesen.

Nachhaltigkeitsbericht



3.1

ESG Management



Unsere Transformation

Die Transformation unseres Unternehmens und unserer Produkte gestalten wir aktiv und wollen Impulse für unsere gesamte Branche geben. Dafür arbeiten wir umfassend an verschiedenen Themen der Nachhaltigkeit. Ein Fokus ist für uns seit langem der Bereich Umwelt, da wir hier aufgrund unseres Kerngeschäfts enge Bezüge und großen Einfluss haben.

Wasser ist Leben – das ist unser Leitmotiv für Innovation und Transformation. Der Einsatz für ressourcenschonende Produkte und für den Umweltschutz in der Produktion haben bei der Hansgrohe Group eine Tradition, die bis in die 1980er Jahre zurückgeht. 1993 haben wir das damals größte dachintegrierte Solarkraftwerk in Deutschland auf unserem Fabrikgebäude in Offenburg errichtet.

Zahlreiche wasser- und energiesparende Produktinnovationen gehen auf Hansgrohe zurück. Wir wollen ein Pionier in unserer Branche bleiben und entwickeln uns daher stets weiter.

Unser Beitrag zu den SDGs

Zu den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung bis 2030 (Sustainable Development Goals, SDGs) leisten auch wir als Hansgrohe unseren Beitrag. Wir haben fünf der 17 Ziele identifiziert, zu denen wir durch unsere Unternehmenstätigkeit einen besonders engen Bezug haben: Die SDGs sind die Grundlage unserer verbindlichen CSR Prinzipien (CSR: Corporate Social Responsibility), die als Grundsätze unserer gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung fungieren. Die CSR Prinzipien der Hansgrohe Group erfüllen damit gleichzeitig die Funktion eines Grundlagendokuments für nachhaltiges Wirtschaften und eines Verhaltenskodexes. Sie bündeln verschiedene Themen in drei Bereichen: Menschen im Zentrum, Im Einklang mit der Natur, Gestaltung der Compliance-Kultur.

[CSR Prinzipien | Hansgrohe Group](#) 



Unsere Green Company Initiativen

Seit 2020 setzt der Organisationsbereich Green Company die Steuerung unserer Nachhaltigkeitsinitiativen für die gesamte Unternehmensgruppe mit einem Schwerpunkt auf ökologischen Aspekten fort. Drei Handlungsfeldern sind zehn Initiativen mit Zielen und Maßnahmen zugeordnet. Die drei Handlungsfelder lauten:

	Hansgrohe schont Wasserkreisläufe	Hansgrohe schützt die Umwelt	Hansgrohe wird Teil der Kreislaufwirtschaft
	Sicheres Süßwasser ist eine wertvolle Ressource, die einen sparsamen Umgang verdient. Hansgrohe schont Wasserkreisläufe, indem unsere Produkte Wasser sparen, bei gleichbleibendem Duscherlebnis.	Der Verbrauch von warmem Wasser kostet viel Energie. Mit Hansgrohe Produkten Wasser zu sparen, heißt damit auch, den Energieverbrauch von sanitären Anlagen zu senken und das Klima zu schützen. Produkte der Hansgrohe Group werden zunehmend umweltfreundlicher.	Jede Ressource, die wiederverwertet werden kann, schont unsere Ökosysteme und spart Energie und Wasser in Produktionsprozessen. Hansgrohe entwickelt langlebige, reparaturfähige und recycelbare Produkte, nachhaltige Verpackungen und arbeitet daran, Materialien einzusetzen, die unsere Ökosysteme so gut wie möglich schonen.
 Klimaschutz-Strategie	<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
 Grüne Haltung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
 Grüne Produkte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
 Grüne Verpackung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
 Grüne Lieferkette	<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
 Grüne Produktion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
 Grüne Energie	<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
 Grüne Transparenz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
 Grünes Controlling	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
 Soziales Engagement	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>

Wesentliche Themen als Grundlage

Unser Handeln hat positive und negative Auswirkungen. Wir wollen die Themen bearbeiten, bei denen wir am meisten bewirken können. Neun wesentliche Themen leiten uns aktuell.

Die folgende Übersicht zeigt die aktuellen wesentlichen Themen mit den zugeordneten Verweisen auf die European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Derzeit wird eine neue Wesentlichkeitsanalyse nach CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) erarbeitet.



In Workshops und Schulungen unterstützen wir unsere Fachpartner aus Handel und Handwerk sowie Architekten und Planer und übernehmen auch auf diesem Weg Verantwortung für Design und Funktion hochwertig umgesetzte Badlösungen

Wesentliches Thema	ESRS	Kapitel
Wertschöpfung	G1-1	1. Unternehmensstrategie 2.B Lagebericht/Wirtschaftsbericht
Umweltleistung	E1, E2, E3, E5	3.3 Umwelt/Management-ansatz Umweltleistung
Arbeitssicherheit und Gesundheit	S1-14	3.4 Soziales/Arbeitssicherheit und Gesundheit
Arbeitgeberverantwortung	S1	3.4 Soziales/Arbeitgeberverantwortung
Innovation	E1-3, E1-4, E2-1, E2-2, E5-1, E5-2, S4-1, S4-2	3.2 Produktverantwortung/Nachhaltigkeit mit Tradition, Grüne Produkte
Beschaffungspraktiken	G1-2	3.5 Governance/Beschaffungspraktiken und Lieferkette
Produktverantwortung	S4-1, S4-2	3.2 Produktverantwortung
Vielfalt und Chancengleichheit	S1-1, S1-9, S1-12, S1-15	3.4 Soziales/Vielfalt und Chancengerechtigkeit
Compliance	GOV-1, GOV-5, G1-3, G1-4, G1-5	3.5 Governance/Compliance

Zum ESRS-Index ab → **Seite 105**

Unsere Ziele bis 2030

Hansgrohe ESG Strategie

UMWELT



100 %

unserer wasserführenden Produkte enthalten wasser- oder energiesparende Technologien.

Wir haben eine 100 %

fossilfreie Energieversorgung in unseren deutschen Werken.

Wir reduzieren unsere CO₂e-Emissionen um

77,3 %

in Scope 1-2 ...

... und um

25 %

in Scope 3 gegenüber Basisjahr 2021.

GOVERNANCE



100 %

unserer Lieferanten haben die Richtlinie zu Lieferantengeschäftspraktiken unterzeichnet.

100 %

unserer Mitarbeitenden haben Schulungen zum Ethikkodex absolviert.

SOZIALES



Wir reduzieren unsere Ausfalltage jährlich um

10 %

Lost Day Frequency Rate, LDFR, gegenüber dem vorherigen 18-Monate-Schnitt.

30 %

unserer Führungskräfte sind Frauen.

Im Dialog mit Stakeholdern

Die Auswahl unserer Stakeholder ergibt sich aus der Geschäftstätigkeit und der internationalen Präsenz der Hansgrohe Group und wird regelmäßig mit den Vertretern der jeweiligen Landesgesellschaften abgeglichen. Die Erwartungen unserer Stakeholder werden so aufbereitet, dass sie in unternehmerische Entscheidungen einbezogen werden können.

Wir sind mit unseren Anspruchsgruppen – Eigentümer, Lieferanten, Kunden, Behörden, Anwohner, Mitarbeitende – über verschiedene Formate im Dialog. Dazu gehören zum Beispiel die folgenden:

Thekla Walker, Umweltministerin des Landes Baden-Württemberg und Hans Jürgen Kalmbach bei der Urkundenübergabe anlässlich unseres Beitritts zum Klimabündnis Baden-Württemberg.



Anspruchsgruppe	Einbezogen zum Beispiel über
Eigentümer	Aufsichtsratssitzungen
Lieferanten	Workshops, gemeinsame Projekte und kontinuierlicher, geschäftlicher Austausch
Kunden	In Deutschland: Umfragen zur Kundenzufriedenheit
Behörden	Austausch mit Branchenexperten, Engagement in Normungsgremien, Austausch über Verbände mit Regelsetzern
Anwohner	Veröffentlichungen in lokalen Medien
Mitarbeitende	Mitarbeiterbefragungen, Mitarbeitenden-App „Hans! For You“ als dialog-basierte Kommunikationsplattform; die Beschäftigten in China nutzen ein vergleichbares, lokales System

rund
5.040
 Mitarbeitende nutzen die Plattform „Hans! For You“

Mit Partnern neue Wege finden

Wir arbeiten mit externen Stakeholdern zusammen, zum Beispiel seit 2022 in der branchenübergreifenden KLIMAWIN-Initiative des Landes Baden-Württemberg. Die zwölf Leitsätze der Initiative reichen von Menschen- und Arbeitnehmerrechten über Umweltthemen wie Ressourcen- und Klimaschutz bis hin zu Produktinnovationen und Finanzentscheidungen. Hansgrohe ist außerdem Mitglied im Klimabündnis Baden-Württemberg, einem Zusammenschluss von 57 Unternehmen aus der Region, die gemeinsam das Ziel verfolgen, mittel- bis langfristig klimaneutral zu wirtschaften. Eine Reihe von Verpflichtungen und Mitgliedschaften finden auf deutscher oder auf internationaler Ebene statt.

[Zur Übersicht unserer Mitgliedschaften | Hansgrohe Group](#) 



Managementsysteme

Ein wesentliches Instrument zur Umsetzung verschiedener Nachhaltigkeitsaspekte sind anerkannte Managementsysteme, an denen sich unsere Produktionsstandorte orientieren und die folgendermaßen zertifiziert sind:

Managementsystem	Abdeckung der Produktionsstandorte
ISO 9001 – Qualität	100%
ISO 14001 – Umwelt	75%
ISO 45001 – Arbeitssicherheit	75%
ISO 50001 – Energie	50%

Die Beauftragte für die Managementsysteme sorgt dafür, dass unsere Systeme kontinuierlich aktualisiert werden. Über die Leistungsfähigkeit der Systeme berichtet das Team Hansgrohe Operating Systems regelmäßig an den Vorstand. Das Nachhaltigkeitsmanagement wird in den Werken durch Manager der Bereiche Compliance, Environment and Safety, Energie und weitere Abteilungen verstärkt. Der Vorstand der Hansgrohe SE überwacht die Nachhaltigkeitsaktivitäten wie die Green Company Initiativen und die ESG Strategie.

Ratings



Die Hansgrohe Group hat 2024 zum dritten Mal ihre Umweltdaten an CDP übermittelt und damit erneut ein B-Rating erzielt.



2024 erhielt die Hansgrohe Group die **EcoVadis Platinum-Medaille**. Damit zählen wir im vierten Teilnahmejahr zu den besten 1-Prozent aller beurteilten Unternehmen.

Mitgliedschaften, Auszeichnungen und Ratings

Auszeichnungen



Für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten haben wir den **Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2024** in der Kategorie „Energie, Wasser – Sanitärtechnik“ erhalten.

Wir sind Mitglied im **Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME)**.



Mitgliedschaften

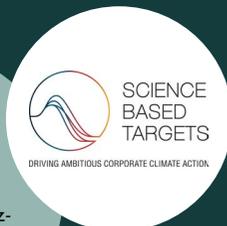
Als Mitglied der **Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB)** beteiligen wir uns aktiv an der Förderung nachhaltiger Bau- und Immobilienstandards.



Als Mitglied im **Verband Water Europe** engagieren wir uns mit anderen Akteuren für Innovation im Wassersektor und nachhaltiges Wassermanagement. Unser CEO ist seit 2024 im Vorstand von Water Europe aktiv.



Wir haben uns der **Science Based Targets initiative (SBTi)** angeschlossen und 2023 unsere kurzfristigen Emissionsreduktionsziele validieren lassen.



Wir sind Gründungsmitglied des 2023 neu gegründeten Verbunds Sanitärtechnik und -design im **Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA)**.



Als Mitglied beim **UN Global Compact** bauen wir unser Engagement und unsere Reputation in der Nachhaltigkeit weiter aus.



Mit der Unterzeichnung der **Charta der Vielfalt** verpflichten wir uns zu einem konsequenten Diversity Management.



Nachhaltigkeit mit Tradition

Uns ist bewusst, dass unsere Produkte von der Herstellung über die Nutzung bis hin zur Entsorgung Auswirkungen auf Menschen und Umwelt haben. Deshalb denken wir bereits in der Produktentwicklung nachhaltig und richten den gesamten Produktlebenszyklus darauf aus.

Seit 1901 beweisen wir, dass wir zu den kreativen Vordenkern der Sanitärbranche gehören, und investieren kontinuierlich in Innovationen. Seit knapp 40 Jahren bringen wir regelmäßig Produktinnovationen auf den Markt, die durch clevere Technologien wertvolle Ressourcen schonen. Denn einer unserer Schwerpunkte liegt seit jeher auf Wasser- und Energiespartechnologien. Was 1987 mit der Mistral Eco Handbrause begann, findet sich mittlerweile in einer Vielzahl unserer Produkte wieder.



**hansgrohe Pulsify
Planet Edition
Handbrause**

- EcoSmart+ Technologie für bis zu 60 Prozent weniger Wasserverbrauch als bei unseren herkömmlichen Brausen
- Handbrausen-Griff und Schlauchgarn aus recycelten Materialien, verzichtet auf Chrombeschichtung

- 60 %



**hansgrohe
EluPura
Original**

- Optimierte Innengeometrie für hervorragende Spülergebnisse bei nur 4,5 Litern Wasserverbrauch pro Spülung
- Keramik als natürliches und recyclingfähiges Material sowie optionale SmartClean-Glasur und plastikfreie Verpackung

4,5 Liter



**AXOR
Starck
Organic**

- Armaturen der Kollektion verbrauchen bis zu 50 Prozent weniger Wasser als eine Standardarmatur (Durchflussmenge von 3,5 Liter/Minute)
- Verfügt über eine integrierte Durchflussregelung am Auslauf, so dass kein einziger Tropfen verschwendet wird

- 50 %

Mit vielen Menschen kreativ

Produktkonzepte entstehen in den Business Units (BUs) der Marken AXOR und hansgrohe, die eng mit den jeweiligen Designbüros und der Abteilung Research and Development zusammenarbeiten. Research and Development fungiert dabei als übergeordnete „Corporate Function“ und verantwortet zudem den technischen und konstruktiven Aufbau aller Produkte als auch die internationalen Zulassungen sowie mögliche Schutzrechte wie z.B. Patente und Design.

Seit 2017 entwickelt zudem ein Team im Hansgrohe InnoLab explorativ innovative Produkte und Dienstleistungen. Neben unseren Handlungsfeldern Klimaschutz, Wasser und Kreislaufwirtschaft stehen auch Themen wie Diversity und Zugang zu sauberem Wasser im globalen Süden auf der Agenda. Damit denken wir Nachhaltigkeit umfassend und von vorneherein mit. Die Arbeitsweise im InnoLab ist angelehnt an die Arbeitsweise von Start-ups: agil, interdisziplinär, mit iterativen Prozessen, kreativer Gruppenarbeit, schnellen Visualisierungen durch Prototypen sowie kundenzentrierten Tests. Das InnoLab hat damit Einfluss auf die Verbesserung des bestehenden Produktangebots, kann angrenzende Geschäftsmöglichkeiten, etwa die digitale und grüne Transformation, vorantreiben und neue Geschäftsbereiche erschließen. Den Erfolg messen wir an umgesetzten Innovationsprojekten. Dabei streben wir eine Konversionsrate – also die Umsetzung in reale, marktreife Produkte – von zehn Prozent an.

Neben der Gesamtverantwortung für das Marken-Produkt-Portfolio und der Produktpolitik steuern die BUs auch die Transformation des kompletten Portfolios in Richtung Nachhaltigkeit, wofür sie eng mit dem Green Company Team und dem InnoLab zusammenarbeiten. Gemeinsam mit der Abteilung Research and Development berichten sie direkt an den Vorstand.

Technologien, die den nachhaltigen Umgang mit Wasser und Energie fördern, werden in der Grundlagenforschung der Abteilung Research and Development, im InnoLab sowie dem Strahlabor entwickelt und den BUs zur Verwendung in zukünftigen Neuproduktprojekten zur Verfügung gestellt. Die Materialauswahl für Produkte erfolgt nach dem optimalen Kompromiss zwischen Designwunsch, Nachhaltigkeit und hoher Langlebigkeit der Komponenten.

Innovationsprojekte für verbesserte Lebensqualität

Ein ungehinderter Zugang zu Hygiene und Wasser ist nicht überall selbstverständlich. Die Hansgrohe Group erschließt mit dem neuen Innovationsfeld „Social Innovation“ Zukunftsmärkte auf sozial verantwortliche Weise. Zum Weltwassertag am 22. März 2024 präsentierte Hansgrohe die ersten Projekte in strukturschwachen Regionen der Erde, deren Wasserversorgung herausfordernd ist.

In Kenia erwerben junge Frauen aus inkommensschwachen Gemeinden technische Kenntnisse sowie unternehmerische und lebenspraktische Fähigkeiten. Hansgrohe kooperiert dazu vor Ort mit Buildher, der ersten und bisher einzigen Ausbildungseinrichtung für das Bauhandwerk in Kenia, die ausschließlich Frauen ausbildet und die Gleichstellung der Geschlechter in der Bauindustrie aktiv fördert. [Zur Webseite | www.buildher.org](http://www.buildher.org)  In Uganda liegt der Schwerpunkt auf der gemeinsamen Entwicklung von Innovationen für wassereffiziente und günstige Produkte für die tägliche Hygiene.

[Zur Pressemeldung | Hansgrohe Group](#) 



Wassereffiziente Produkte in Uganda und Berufsausbildung für Frauen in Kenia stehen im Fokus von Social Innovation bei Hansgrohe.

Grüne Produkte

Wir wollen verantwortungsvoll mit der Umwelt umgehen und gemäß unserem Motto „Wasser ist Leben und unsere Leidenschaft“ insbesondere die Ressource Süßwasser schützen. Das Augenmerk gilt dabei der Nutzung unserer Produkte durch unsere Kundinnen und Kunden.

Die Nutzungsphase unserer Produkte ist die intensivste im Hinblick auf die anfallenden Emissionen. An dieser Stellschraube können wir viel bewegen und durch wasser- und energiesparende Technologien wie EcoSmart oder CoolStart unsere Kundinnen und Kunden in ihrem nachhaltigen Verhalten unterstützen. Als „Grüne Produkte“ bezeichnen wir alle Produkte, die mit mindestens einer unseren nachhaltigen Technologien ausgestattet sind.

ECO als Ziel bis 2030

Das Ziel unserer „ECO 2030“ genannten Initiative lautet: Wir planen, bis 2030 unser gesamtes Brausen- und Armaturenportfolio auf ECO umzustellen, um künftig alle wasserführenden Produkte mit Wasser- oder Energiespartechnologien anzubieten. Als ECO definieren wir die Reduktion des durchschnittlichen Wasser- und/oder Energieverbrauchs der wasserführenden Produkte in der Nutzung um mindestens 22 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 2020.

Im Berichtsjahr 2024 lag der Anteil der „Grünen Produkte“ am Absatz des relevanten Portfolios bei 54,6 Prozent (2023: 52,7 Prozent). Dies umfasst folgende wasserführende Produktkategorien: Handbrausen, Handbrausesets, Kopfbrausen, Duschsysteme, Waschtisch- und Küchenarmaturen.

Nachhaltige Technologien für das Ziel ECO 2030

Brausen



EcoSmart+
(6,0 l/m)



EcoSmart
(8,0 l/m)

Waschtischarmaturen



EcoSmart
(5,0 l/m)



EcoSmart+
(4,0 l/m)



CoolStart

Küchenarmaturen



EcoSmart
(5,0 l/m)



EcoSelection



CoolStart

Zu den wichtigsten Technologien, um das Ziel ECO 2030 zu erreichen, zählen derzeit folgende:

- **EcoSmart** (max. 8 Liter pro Minute bei Brausen und max. 5 Liter pro Minute bei Armaturen) und **EcoSmart+** (max. 6 Liter pro Minute bei Brausen und max. 4 Liter pro Minute bei Armaturen), mit denen bis zu 60 Prozent Wasser im Vergleich zu unseren herkömmlichen Armaturen und Brausen eingespart werden kann.
- **CoolStart**, bei der in der Griff-Mittelstellung ausschließlich kaltes Wasser fließt, während bei Standardarmaturen sofort Energie für die Warmwasserbereitstellung verbraucht wird.
- **EcoSelection**, bei der eine hochwertige Keramikkartusche den Wasserverbrauch an der Küchenspüle um bis zu 50 Prozent reduziert.

Bereits in der Entwicklung verwenden wir zur Validierung der Anforderungen diverse virtuelle Engineering-Methoden, um spätere notwendig werdende ressourcenintensive Änderungen an physischen Teilen möglichst zu vermeiden. Zur Herstellung von Prototypen in der Produktentstehungsphase setzen wir zudem 3D-Druckverfahren ein, um die iterativen Änderungsprozesse in der Konstruktion zu beschleunigen und die Qualität der Entwicklungsergebnisse zu optimieren.

54,6%

**Anteil Grüner Produkte
am Absatz des relevanten Portfolios**

Hohe Transparenz durch Umweltproduktdeklarationen

Für bestehende Produkte der Marken AXOR und hansgrohe veröffentlichen wir seit Ende 2022 Umweltproduktdeklarationen, sogenannte Environmental Product Declarations (EPDs). Sie fassen die durchschnittlichen Umweltauswirkungen der jeweiligen Produkte zusammen, bezogen auf den gesamten Lebenszyklus – von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung, die langjährige Nutzungsphase bis hin zur Wiederverwertung oder Entsorgung.

Auch für die neuen Produktkategorien Toiletten und Waschbecken geben EPDs Aufschluss über ihre Umweltauswirkungen.



Zu den bereits bestehenden neun Produktkategorien haben wir im Berichtsjahr neue EPDs für die drei Produktkategorien Brausenstangen-Sets, Keramik-Waschbecken und Toiletten veröffentlicht sowie EPDs in bestehenden Produktkategorien um 149 Neuprodukte erweitert. Damit decken wir mittlerweile über 1.700 der meistverkauften verchromten Produkte aus dem Standardsortiment von AXOR und hansgrohe ab. Alle EPDs werden vom unabhängigen Institut Bauen und Umwelt e. V. (IBU) verifiziert und sind auf der Webseite der Hansgrohe Group zu finden.

[Nachhaltigkeitsbericht und Zertifikate | Hansgrohe Group](#) 

Es zeigt sich, dass die Veröffentlichung von Umweltproduktdeklarationen mittlerweile auch einen großen Einfluss auf Vertriebsfolge hat: So wird die französische Accor Gruppe die Häuser ihrer Hotelmarken IBIS ROUGE, IBIS STYLE und IBIS BUDGET mit 50.000 wassersparenden Duschbrausen der Marke hansgrohe Crometta Vario Green ausstatten – und kann anhand der Informationen in den EPDs die Verbesserung der Klimabilanz belegen.

Reparaturfreundlichkeit für eine längere Lebensdauer

Um die Nutzungsdauer zu optimieren, liegt ein Augenmerk auf der möglichst einfach zu verstehenden Bedienung von Produkten. Zudem richten wir einen besonderen Fokus auf den reparaturfreundlichen technischen Aufbau der Produkte. Mit einfachen Reparaturmöglichkeiten wollen wir die Nutzungsdauer unserer Produkte insgesamt verlängern. Zudem sichern wir über unser Technisches Service Center die Nachkaufmöglichkeit von Ersatzteilen für 15 Jahre nach Auslauf des betreffenden Produkts zu.

Sensibilisierung der Gesellschaft

Um unsere Kundinnen und Kunden sowie weiter gefasst auch unsere Branche und die gesamte Gesellschaft für Ressourcenschonung und speziell das Sparen von Wasser zu sensibilisieren, haben wir im Berichtsjahr verschiedene Maßnahmen durchgeführt.

- Die Marke hansgrohe zeigte mit dem neuen Brand Claim „Life is waterful“, wie tägliche Wasserroutrinen zu einzigartigen Erlebnissen werden und dabei auch einen nachhaltigen Lebensstil unterstützen.
[Life is waterful. – hansgrohe Brand Film – YouTube](#) 
- Auf den Marken-Webseiten sind Wassersparrechner integriert, mit denen Kosten-Einsparpotentiale durch den Einsatz wassersparender Produkte unserer Marken AXOR und hansgrohe berechnet werden können.
[Wasserkosten: Berechnen Sie Ihr Einsparpotenzial](#) 
- In der Kampagne „Green Week“ auf den Social Media Kanälen unserer Marken AXOR und hansgrohe haben wir sieben Tage lang rund um Nachhaltigkeit informiert.
- Wir haben an verschiedenen Veranstaltungen teilgenommen, unter anderem mit einem Panelbeitrag bei der World Water Week in Stockholm, einem Messestand und einem Panelbeitrag beim Greentech Festival und beim Heinze Klimafestival, beide in Berlin.

[Greentech Festival](#) 

14.000 Besucher, 200 Aussteller
und 250 Referenten: Das Greentech
Festival ist inzwischen Europas
wichtigstes Nachhaltigkeitsevent.



Produkt-Compliance

Unter ihren Marken AXOR und hansgrohe bietet die Hansgrohe Group ressourceneffiziente Produkte in Premiumqualität. Bei der Produktqualität und -sicherheit gehen wir keine Kompromisse ein, ebenso wenig bei unserer Produkt-Compliance.

Kompromisslose Qualität, Langlebigkeit und geltenden Normen und Richtlinien entsprechend: Wer sich für Produkte der Hansgrohe Group entscheidet, bekommt Markenqualität.

Unsere Unternehmenspolitik erklärt, wie wir wirtschaftlichen Erfolg, gesellschaftliche Verantwortung und Umweltschutz in Einklang bringen wollen. Das Thema Produktverantwortung ist dabei ein wesentlicher Eckpfeiler. Wir stellen hohe Ansprüche an unsere eigene Fertigung und an Zulieferer; unsere Produkte werden nach strengen Qualitätsmaßstäben hergestellt, zugelassen und patentiert. Ebenso achten

wir darauf, dass wir entlang unserer gruppenweiten Produkt-Compliance-Richtlinie die relevanten Normen, Gesetze sowie interne Richtlinien einhalten. Unsere Produkte und deren Verpackungen sollen für Kundinnen und Kunden gesundheitlich unbedenklich sein und aus verantwortlich gemanagten Beschaffungsprozessen stammen. Zudem stehen die Langlebigkeit unserer Produkte und deren möglichst geringer Ressourcenverbrauch im Fokus.

Die Anforderungen aus Normen und Compliance-Richtlinien sowie die Wirtschaftlichkeit der Produkte in den verschiedenen Märkten beeinflussen die Produkt- und Qualitätspolitik. Bei der Gestaltung des Produktportfolios beziehen unsere Expertinnen und Experten darüber hinaus viele weitere Aspekte ein, darunter Trends rund um den Wandel des Badezimmers sowie unterschiedliche Designvorlieben in den Absatzmärkten. Das bestehende Portfolio wird regelmäßig zu den genannten Aspekten hinterfragt und bei Bedarf angepasst.

Verantwortung im Produktentstehungsprozess übernehmen

Die Produkt-Compliance ist eine weitere Säule der Produktsicherheit. Sie ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Ethik- und Compliance-Kultur. Die Produkt-Compliance bestätigen wir seitens der Unternehmensleitung quartalsweise gegenüber den Eigentümern der Hansgrohe Group.

Mit unserer Produkt-Compliance-Richtlinie, die für alle Mitarbeitenden gilt, und unserem Produkt-Compliance-Managementsystem, das wir Mitte 2023 implementiert haben, wollen wir spezifischen Risiken entlang des Produktlebenszyklusprozesses präventiv begegnen. Der Fokus liegt hierbei neben länderspezifischer Gesetzgebung insbesondere auf technischen Regularien und Normen.

Die rechtliche Verantwortung zur Sicherstellung der Produkt-Compliance liegt bei unserem Vorstand. Für die Umsetzung sorgen unser Group Compliance Officer



und der Produkt Compliance Officer sowie unsere Produkt Compliance Officer International und Compliance-Multiplikatoren, also Vertreter verschiedener Abteilungen, wie das Qualitätsmanagement, der Einkauf oder das Produktmanagement. Nicht selten kommt es vor, dass unsere geschützten Designs oder ganze Produkte kopiert werden. Wir gehen aktiv und mit Nachdruck gegen Produktfälschungen vor. Dadurch machen wir unsere Kundinnen und Kunden auf die Existenz von Plagiaten aufmerksam und schützen sie vor Gefährdungen etwa durch mindere Qualität.

Qualität und Sicherheit gewährleisten

Die hohe Qualität unserer Produkte und Prozesse stellen wir durch ein nach ISO 9001 zertifiziertes Qualitätsmanagement sicher. Sämtliche Komponenten eines Produkts werden von der Entwicklung bis zur Fertigstellung systematisch verschiedenen Prüfungen unterzogen.

Viele Tests im Rahmen unseres Qualitätsmanagements führen wir in unserem eigenen Labor durch, das nach dem internationalen Kompetenzstandard für Labore (ISO/IEC 17025) arbeitet. Zusätzlich regeln wir Produkthanforderungen in verschiedenen internen Normen. Unsere Produkte entsprechen den internationalen Trinkwasservorgaben. Ein Beispiel unserer internen Normen ist der Standard zu Inhaltsstoffen in umweltgerechten Produkten. Gemäß den Anforderungen der EU-Richtlinie zur Beschränkung der Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe wie Blei, Cadmium oder Chromtrioxid in Elektro- und Elektronikaltgeräten (RoHS) haben wir im Berichtszeitraum alle betroffenen Produkte registriert.

Darüber hinaus beauftragen wir unabhängige Prüf- und Zertifizierungsgesellschaften wie den TÜV oder den Deutschen Verein des Gas- und Wasserfaches (DVGW) in Bezug auf Verbrüh- oder Trinkwasserschutz, Wasser- und Energieeinsparung sowie sichere Bedienung oder Elektronik. Damit unterstreichen wir unseren hohen Anspruch an Qualität, Verbraucher- und Umweltschutz.

100 Prozent plastikfreie Produktverpackungen bis Ende 2025

Verpackungen sind Teil unserer Produktverantwortung. Im Sinne der Kreislaufwirtschaft entwickeln wir nachhaltigere Verpackungen für unsere Produkte, um Ökosysteme zu schonen und Abfallmengen zu senken. Eine unserer zehn Green Company Initiativen lautet deshalb „Grüne Verpackungen“. Unser Ziel: Bis 2025 unsere Produkte plastikfrei und nachhaltiger zu verpacken.

Verantwortlich für die Neukonzipierung der Verpackung sind die Bereiche Green Company und Value Engineering. Zu den Maßnahmen gehört die Überprüfung und Vereinheitlichung von Verpackungsgrößen und die Umstellung der Polstermaterialien: Statt Flachbeuteln und Luftpolstern kommen Substitute aus Pappe oder Papier zum Einsatz. Die Entscheidung auf Karton und Papier fiel dabei ganz bewusst. Denn während Verpackungsalternativen wie beispielsweise biokompostierbare Plastikalternativen noch nicht gut durch industrielle Prozesse wiederverwertet werden können, weist Papierrecycling in Deutschland eine sehr hohe Quote auf und kann zehn bis 25 Mal wiederverwertet werden.

Durch unsere Papieroffensive können künftig jährlich rund 312 Tonnen Plastikverpackungen in den deutschen Werken gespart werden. Herausforderungen bringen zum Beispiel noch empfindliche Oberflächen mit sich. Bei zahlreichen Produkten konnten wir die Umstellung aber bereits erfolgreich umsetzen.



Die guten Recyclingmöglichkeiten gaben den Ausschlag für den Umstieg auf Papier und Karton für Produktverpackungen.

Service im Dienst unserer Kundinnen und Kunden

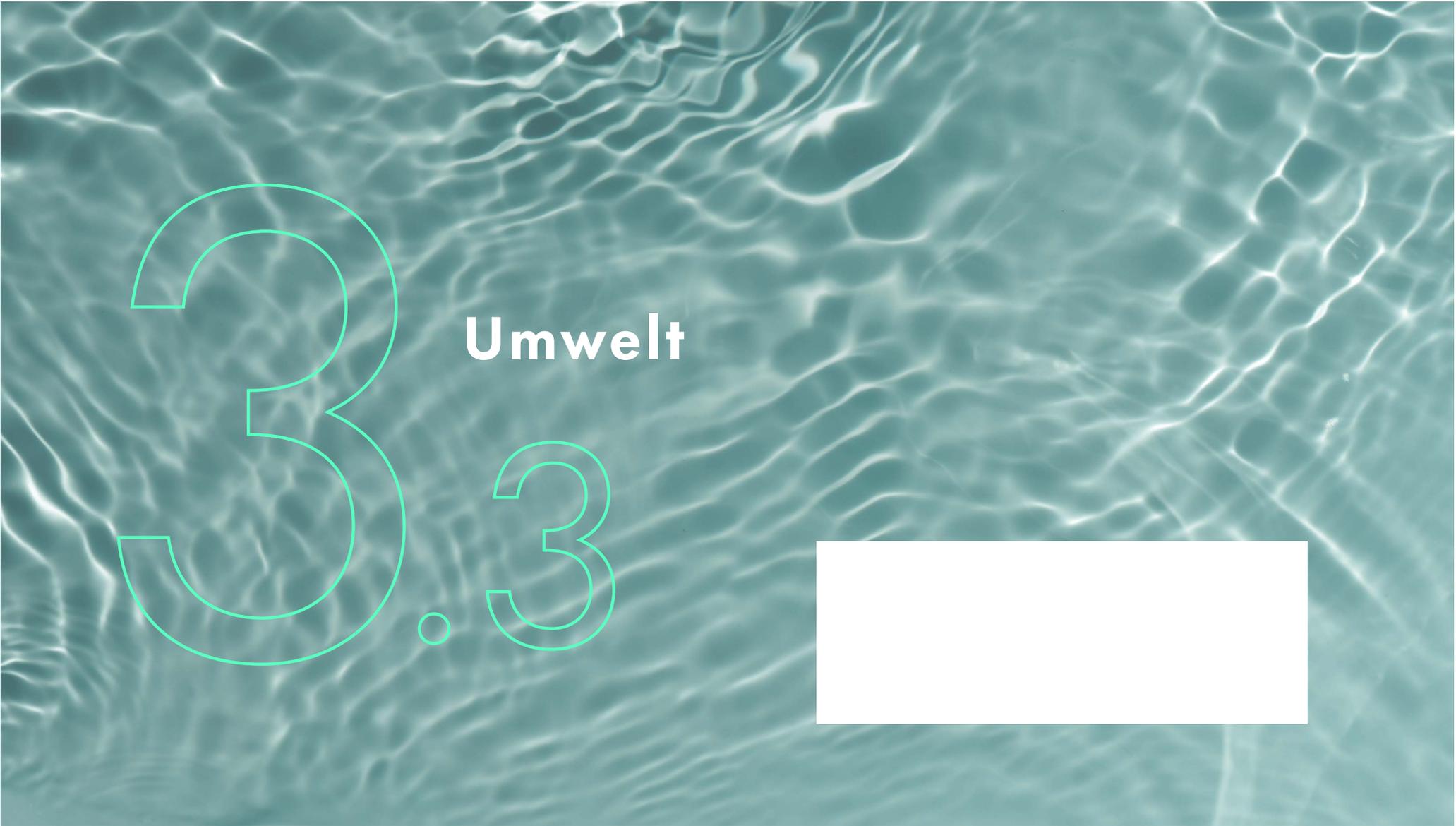
Der möglichst direkte und kompetente Servicekontakt zu unseren Händlern, Installateuren ebenso wie zu unseren Endkundinnen und Endkunden ist Teil des Selbstverständnisses der Hansgrohe Group. Mit einer standardisierten Umfrage erhalten wir zusätzliche wertvolle Einblicke. Den bislang in der Umfrage eingesetzten Net Promoter Score haben wir im Berichtsjahr durch einen Customer Satisfaction Score (CSAT) ersetzt.

Lösungsorientiert,
praxisnah und rund
um die Uhr erreichbar:
Erfahrene Sanitär-
techniker helfen beim
Hansgrohe Meisterser-
vice bei technischen
Fragen, komplexen
Badplanungen,
Normen und Regula-
riaren oder Fragen
nach Ersatzteilen.



Unser deutsches Außendienst-Team führte 2024 über 35.000 Besuche bei Kunden durch. Zudem bearbeiteten wir knapp 320.000 schriftliche (2023: 282.500) und 145.000 telefonische Anfragen (2023: 176.000). Neben technischen Fragen von Endkundinnen und Endkunden beantworten unsere Experten aus dem Meisterservice Fragen von Fachkundinnen und Fachkunden aus dem Sanitärbereich auf Augenhöhe. 2024 gingen hier rund 20.000 schriftliche (2023: 21.300) und 114.000 (2023: 123.000) telefonische Anfragen ein. Gleichzeitig konnten wir mit unserem ProVideo Service zahlreiche Technikeinsätze vor Ort durch digitale Problemlösungen ersetzen. Das spart Anfahrtswege und Zeit.

Seit 2022 ist der Chatbot „Hans!“ im Einsatz. Als digitaler Helfer hat er unsere Servicemitarbeitenden 2024 mit über 4.500 Anfragen in der Vertriebskommunikation entlastet. Bei jeder Anfrage lernt der Chatbot dazu und kann Fragen zu Produkten beantworten, Videos zur Reinigung zeigen, bei der Suche nach Ersatzteilen oder bei der Fachpartnersuche helfen. Servicemitarbeitende im Innendienst übernehmen, wenn der Chatbot an Grenzen kommt oder der direkte Kontakt gewünscht wird.



Umwelt

3.3



Managementansatz Umweltsleistung

Seit Jahrzehnten haben wir „Verantwortung für Mensch und Umwelt“ als Wert verankert. Die drei Handlungsfelder Klimaschutz, Wasser und Kreislaufwirtschaft sind für die Umweltsleistung von Hansgrohe zentral. Wir wollen auf der betrieblichen Ebene negative ökologische Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit reduzieren, indem wir die Energie- und Ressourceneffizienz erhöhen, die Emissionen verringern, Wasser schützen, Abfälle reduzieren und die Logistik optimieren.

Für die Verbesserung unserer Umweltsleistung setzen wir an zwei entscheidenden Stellen an: Zum einen liegt der zentrale Hebel bei unseren Produkten und Produktentwicklungen, denn die Nutzungsphase ist die relevanteste in Bezug auf Wasser- und Energieverbrauch sowie die Emissionen. Diese Aspekte behandeln wir maßgeblich im Kapitel „Produktverantwortung“ (ab → **Seite 50**).

Zum anderen sind die Errichtung und der Betrieb unserer Fertigungsstätten, der Lager- und Verwaltungsstandorte und unsere Logistik mit Emissionen sowie Ressourcen- und Materialverbrauch, darunter Energie und Wasser, sowie Abfall verbunden. Zudem wollen wir nach Möglichkeit Kosten einsparen, zum Beispiel durch Ressourceneffizienz.

Organisatorische Verankerung der Umweltsleistung

Gesamtverantwortlich für alle Ziele und Maßnahmen im Bereich Umwelt ist das Green Company Team. Gemeinsam mit dem Bereich Green Controlling, zuständig für Auslastung und Produktionsmengen der Werke, sowie den Werksleitern der nationalen und internationalen Produktionsstandorte, werden für Energie, Wasser und Abfall jeweils individuelle Ziele festgelegt; die entsprechenden Maßnahmen werden quartalsweise gemeinsam geprüft.



Der Bereich Operating Systems verantwortet die Managementsysteme und Zertifizierungen im Bereich Umwelt, Energie und Arbeitssicherheit. Die Umsetzung der rechtlichen Anforderungen wird vom Bereich Environment, Health & Safety (EHS) begleitet. In den regelmäßigen Treffen verschiedener Arbeitskreise (z.B. Produktion, Supply Chain, Communication) werden Potenziale identifiziert, Projekte und Maßnahmen abgeleitet und diese dann in den Fachbereichen umgesetzt. Das Green Company Team steuert die Arbeitskreise. Bei größeren Entscheidungen werden Themen in das quartalsweise stattfindende, bereichsübergreifende Green Company Board unter der Leitung des Vorstandsvorsitzenden eingebracht.

Ein zukunftsweisendes Zeichen für die Energiewende setzte Hansgrohe gemeinsam mit dem Energiedienstleister badenova und weihte ein neues Windrad im Windpark Kallenwald im Schwarzwald ein: Die hier erzeugte Energie deckt künftig rund 25 Prozent des Bedarfs der Standorte in Offenburg und Schiltach.

Die verschiedenen mit ESG Themen betrauten Bereiche werden aktuell neu geordnet: So gliedern sich die Teams Green Company und Compliance & Data Privacy ab sofort ins Ressort der Personalvorständin ein. Es folgen schrittweise weitere strukturelle Veränderungen und ein Aufbau neuer Stellen, z.B. im Lieferantenmanagement, um die Organisation angesichts neuer regulatorischer Anforderungen gut aufzustellen.

Um Investitionen in mehr Nachhaltigkeit bewusst fördern und langfristig planen zu können, verwenden wir seit 2022 einen internen CO₂-Preis für unsere Wirtschaftlichkeitsrechnungen, der jährlich angepasst wird. Als zusätzliche Förderung nachhaltiger Investitionen gibt es im Investitionsbudget einen Green Fund, der ausschließlich für nachhaltige Projekte zur Verfügung steht.

Umweltmanagementsystem nach internationalem Standard

Die Hansgrohe Group hat an 75 Prozent der Produktionsstandorte und in der Zentrale ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 implementiert. So halten wir Umwelt- und Abfallentsorgungsrichtlinien ein, erfassen die Verbrauchsdaten von Ressourcen wie Energie und Wasser und steuern über Intensitätskennzahlen. Sie zeigen, ob getroffene Maßnahmen ihre Wirkung erzielen und wir die gesteckten Ziele erreichen.

Zusätzlich lassen wir alle Produktionsstandorte in Deutschland, Frankreich, USA, China und Serbien durch unabhängige Auditorinnen und Auditoren überprüfen. Im Berichtsjahr haben diese acht Werke zwischen Februar und September unsere Internal System Audits sowie im Oktober und November auch das External System Audit durchlaufen und erfolgreich abgeschlossen.

Überprüfung der Umweltleistung

Wir streben langfristig eine absolute Reduktion der Energie- und Wasserverbräuche sowie des anfallenden Abfalls in unseren Werken an und setzen uns dafür entsprechende Ziele. Zusätzlich überprüfen wir durch Intensitätskennzahlen das Verhältnis von Energie- beziehungsweise Wassereinsatz und angefallenem Abfall pro Menge des verkauften Produkts.

Im Jahr 2024 sind alle unsere übergeordneten Intensitätskennzahlen leicht gestiegen. Grund hierfür ist unter anderem unser neues Werk in Valjevo (Serbien) und die damit verbundenen Aktivitäten, die in allen Bereichen zu höheren Verbräuchen führten. Gleichzeitig ist unsere Absatztonnage im Berichtsjahr leicht gesunken.

Umweltkennzahlen

	2022	2023	2024
Stromverbrauch (in MWh)	59.714	56.939	*
Wasserentnahme (in m ³)	132.254	123.744	*
Abfall, ungefährlich (in t)	9.139	6.844	*
Abfall, gefährlich (in t)	1.538	1.374	*

Intensitätskennzahlen

	2022	2023	2024
Stromintensität (in MWh/t verkauftes Produkt)	2,00	2,58	*
Wasserintensität (in m ³ /t verkauftes Produkt)	4,44	5,60	*
Abfallintensität (ungefährlicher Abfall) (in t/t verkauftes Produkt)	0,31	0,31	*
Abfallintensität (gefährlicher Abfall) (in t/t verkauftes Produkt)	0,05	0,06	*

Hansgrohe Group, Daten für 2022 und 2023 entsprechend aktualisiert
 * Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

Breite Unterstützung für Umweltschutz

Umweltschutz ist ein kontinuierlicher Prozess, der auf das Engagement und die Ideen vieler angewiesen ist. Hansgrohe kann sich auf eine große Zahl an Unterstützenden verlassen, denn viele der Mitarbeitenden beteiligen sich an den verschiedenen innerbetrieblichen Umweltschutzaktionen.

Im Berichtsjahr wurde wieder unter Beteiligung vieler Kolleginnen und Kollegen beim Kinzig Clean-up das Ufer der Kinzig von Plastik und anderem Müll befreit. Der Zufluss zum Rhein führt direkt in der Nähe unseres Schiltacher Standorts vorbei. Der Kinzig Clean-up ist Teil des Gesamtprojekts Rhine Clean-up, und wir unterstützen damit seit Jahren das Vorhaben, die Verschmutzung von Rhein und Nordsee zu verringern.

Die Hansgrohe Group ist zudem seit 2021 offizieller Partner des Nationalparks Schwarzwald. Hier stehen der Arten- und Biotopschutz im Fokus. Im Rahmen des Corporate Volunteering unterstützen Mitarbeitende auch im Berichtsjahr wieder die Grindenpflege – dabei werden die Feuchtweiden von nachwachsenden Bäumen befreit, um den Lebensraum heimischer Tiere und Pflanzen zu schützen.

Unter dem Motto „Green Mindset“ wurden 2024 13 Kolleginnen und Kollegen an den deutschen Standorten und 17 internationale Kolleginnen und Kollegen zu „Green Experts“ ausgebildet. Unsere Green Experts bauen innerhalb einer viermonatigen Lernreise zunächst theoretisches Fachwissen auf, um dieses anschließend in einer Projektphase praktisch anzuwenden.



Flüsse und Wälder sind Lebens- und Erholungsräume. Im Rahmen von Aufräumaktionen oder der jährlichen Lachsbesatzaktion am Heimatfluss Kinzig setzen sich Mitarbeitende für ihre Umwelt ein.

Klimaschutz und Dekarbonisierung

Die Reduktion der direkt an den Standorten verursachten Emissionen steht ebenso im Fokus. Die größte Stellschraube hierfür ist der Ausstieg aus der Verbrennung fossiler Energieträger zur Wärmeerzeugung. Für die Hansgrohe Werke in Schiltach und Offenburg gibt es nun ein neues Gesamtkonzept auf dem Weg zur Dekarbonisierung.

Angesichts des Klimawandels verstehen wir die Senkung unserer Emissionen sowie den Umstieg auf erneuerbare Energiequellen als dringliche Aufgabe. Wir steuern unsere Maßnahmen, um sichtbare Fortschritte zu erzielen.

Hansgrohe unterstützt das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens und verfolgt dieses Ziel systematisch durch einen Übergangsplan für den Klimaschutz. Unser Übergangsplan sieht konkrete Maßnahmen zur Dekarbonisierung aller Produktionsprozesse und Standorte vor. Auf unserem Weg lautet die Maxime: Reduktion vor Kompensation. Das heißt, wir reduzieren, wo immer möglich, die CO₂e-Emissionen unserer Unternehmenstätigkeit (CO₂-Äquivalente, CO₂e).

Unsere Klimaziele

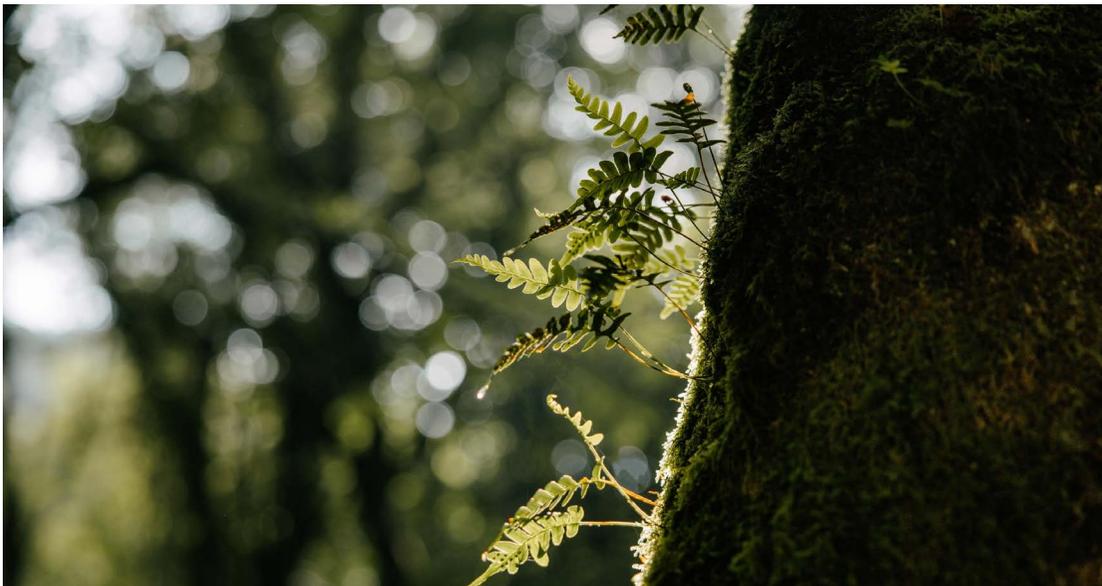
Wir haben uns im Jahr 2022 der Science Based Targets Initiative (SBTi) angeschlossen und 2023 die Ziele zur Reduktion von CO₂e-Emissionen offiziell durch die SBTi validieren lassen. Darin verpflichten wir uns, in Bezug auf das Basisjahr 2021 unsere absoluten Treibhausgasemissionen:

- in den Scopes 1 und 2 bis 2030 um 77,3 Prozent zu reduzieren, und
- in Scope 3 bis 2030 um 25 Prozent zu reduzieren.

Bereits seit 2021 arbeiten alle deutschen Standorte klimaneutral in Bezug auf Scope 1 und 2 (gemäß Greenhouse Gas Protocol), Scope 3 exkludiert. Zudem sind seit 2022 die internationalen Produktionsstandorte komplett auf Grünstrom umgestellt. Verbleibende Emissionen der Hansgrohe Group in den Scopes 1 und 2 gleichen wir an anderer Stelle aus. Dafür setzen wir auf anerkannte und zertifizierte Klimaschutzprojekte.

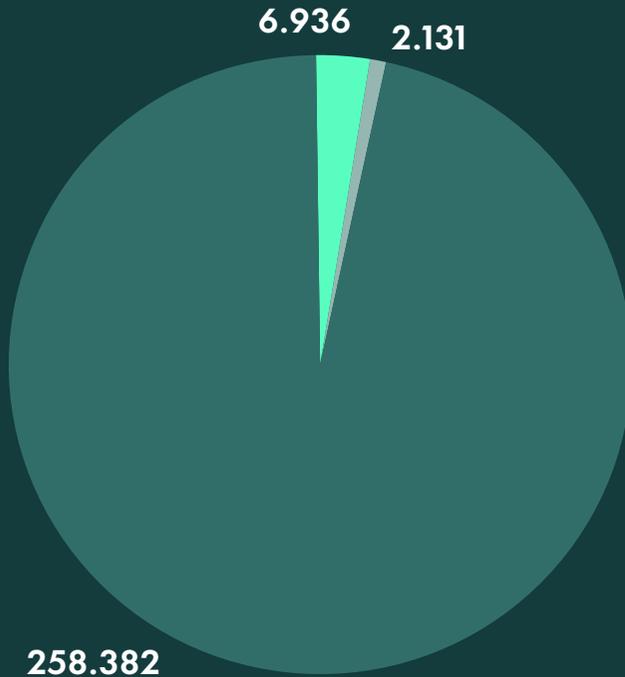
[Mehr Informationen | ClimateID Tracking](#) 

Mit unserem „Transformationskonzept zur Energiewende“ planen wir darüber hinaus, unsere deutschen Werke bis 2030 komplett unabhängig von fossiler Energie zu machen. Ab 2026 soll eine neue Richtlinie alle Standorte weltweit dazu verpflichten, ausschließlich Grünstrom aus erneuerbaren Energien einzukaufen. Zusätzlich haben wir beschlossen, ab 2030 keine Firmenwagen mit Verbrenner mehr zu beschaffen.



Emissionen 2023* nach Scope

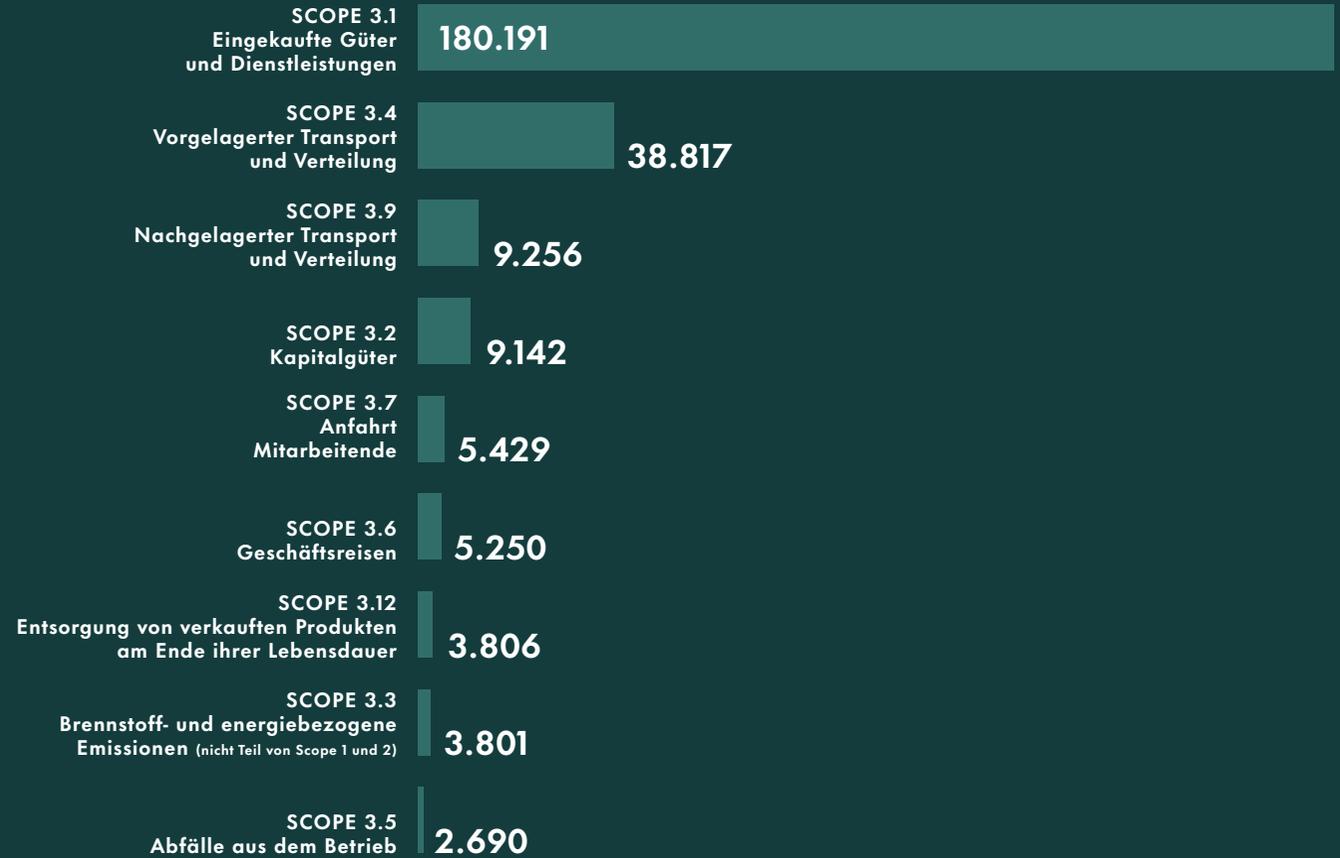
(in t CO₂e)



■ SCOPE 1
 ■ SCOPE 2 (MARKET BASED)
 ■ SCOPE 3

Scope 3 Emissionen 2023* nach Kategorien

(in t CO₂e)



Hansgrohe Group, ermittelt nach GHG Protocol.
 Die Kategorien 3.8, 3.10, 3.11, 3.13, 3.14 und 3.15 sind für uns nicht relevant und werden deshalb nicht erfasst.
 * Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

Emissionen transparent machen

Wir erfassen und analysieren die CO₂e-Emissionen, die durch die betrieblichen Aktivitäten der Hansgrohe Group entstehen. Hierfür wenden wir die Methodik des international anerkannten Greenhouse Gas (GHG) Protocol an und lassen uns die Qualität der erhobenen Daten jährlich durch eine unabhängige Auditierungsgesellschaft zertifizieren.

CO₂e-Emissionen

(in t CO ₂ e)	Basisjahr 2021	2023	2024	Δ 2021 zu 2023	Δ 2021 zu 2024
Scope 1	9.826	6.936	*	-29,4 %	*
Scope 2	21.926	2.131	*	-90,3 %	*
Scope 3	361.327	258.382	*	-28,5 %	*
Gesamt	393.079	267.449	*	-32,0 %	*

Hansgrohe Group; berechnet entsprechend der market-based-Methode; Daten auf Basis der location-based-Methode weisen wir ergänzend im Datenüberblick aus.
 * Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

Nur ein vergleichsweise geringer Teil unserer CO₂e-Emissionen ist direkt mit unseren Standorten verbunden (Scope 1 und 2). Trotzdem haben wir hier unmittelbare Einflussmöglichkeiten und können die Emissionen zum Beispiel durch den Einkauf von Grünstrom oder Energiesparmaßnahmen reduzieren. Der größte Anteil unserer Emissionen entsteht in unseren vor- und nachgelagerten Lieferketten (Scope 3). Die größten Treiber sind dabei die Kategorie 3.1 Eingekaufte Güter und Dienstleistungen sowie die Logistik in der vorgelagerten Lieferkette (Kategorie 3.4).

Energieverbrauch systematisch senken

Um Einsparpotenziale schnell zu erkennen und umzusetzen, messen wir Daten mit unserem Energiedatenerfassungssystem. Es zeigt den Energieeinsatz in den jeweiligen Werken auf und hilft, die Hauptverbrauchsstellen und Einflussfaktoren zu identifizieren. Dort setzen wir an, um den Energiebedarf gezielt zu minimieren, zum Beispiel durch technische Vorkehrungen, organisatorische Änderungen oder spezifische Schulungen der Mitarbeitenden. Die Wirksamkeit der getroffenen Maßnahmen wird regelmäßig evaluiert. Alle europäischen Produktionswerke der Hansgrohe Group sowie das neue Werk im serbischen Valjevo und unser größtes nichteuropäisches Werk in verfügen über ein solches Energiedatenerfassungssystem. Die Hälfte unserer Produktionswerke ist zudem nach ISO 50001 zertifiziert. Die Energieversorgung unserer Standorte erfolgt im Wesentlichen mit Strom und Erdgas. Den größten Anteil am Verbrauch hat dabei elektrische Energie, also Strom.

Energieverbrauch

(in MWh)	2022	2023	2024
Energieverbrauch, gesamt	82.891	76.739	*
davon Strom	59.714	56.939	*
davon Erdgas	21.498	18.333	*
davon Heizöl	1.440	1.245	*
davon Fernwärme	239	223	*

Hansgrohe Group, Daten für 2022 und 2023 entsprechend aktualisiert
 * Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

Michael Klein
 (Geschäftsführung
 badenovaWÄRME-
 PLUS), Thekla Walker
 (Umweltministerin
 Baden-Württemberg),
 Hans-Martin Helle-
 brand (Vorstand
 badenova) und Hans
 Jürgen Kalmbach
 bei der Einweihung
 des neuen Windrads
 im Windpark
 Kallenwald (v.l.n.r.).



Stromintensität

(in MWh/t verkauftes Produkt)	2023	2024	Δ 2023 zu 2024
Stromintensität	2,58	*	*

Hansgrohe Group, Daten für 2022 und 2023 entsprechend aktualisiert
 * Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

Mittlerweile decken wir knapp 95 Prozent des gesamten Strombedarfs der Hansgrohe Group mit erneuerbaren Energien. Die Errichtung einer neuen Photovoltaik-Anlage auf dem Dach der Offenburger Kunststoffgalvanik wurde im Berichtsjahr erfolgreich vorangetrieben. Auf rund 8.000 Quadratmetern wird die Anlage zukünftig rund 473 MWh sauberen Strom jährlich liefern und damit rund fünf Prozent des Jahresbedarfs unseres Produktions- und Logistikstandorts in Offenburg decken. Parallel wurde am Standort Schiltach West die Planung und Erstellung einer PV-Anlage durchgeführt. Beide Anlagen sollen im zweiten Quartal 2025 in Betrieb genommen werden.

- 71,4%

**Senkung der CO₂e Emissionen
 (Scope 1-2) zwischen 2021 und 2023**

In Deutschland fossilfrei bis 2030

Mit dem „Transformationskonzept zur Energiewende“ verfolgen wir ein umfassendes Gesamtkonzept für die Dekarbonisierung der deutschen Standorte. Bisher setzen zum Beispiel die Standorte in Offenburg und Schiltach auf Erdgas. Im Energietransformationsprojekt soll die aktuell überwiegend auf Erdgas basierende Wärmeerzeugung durch Abwärme und Wärmepumpen abgelöst werden. Bis 2030 sollen alle deutschen Werke von Hansgrohe komplett auf fossile Energieträger verzichten. Unsere Energieversorgung der Zukunft ist strombasiert und somit in Kombination mit standardisierter Beschaffung von Grünstrom vollständig dekarbonisiert.

Ein Zusammenspiel aus alternativen Energiequellen hilft dabei: Durch die konsequente Nutzung von Abwärme-Energie aus Produktionsprozessen kann der bisherige Gasverbrauch in der Gießerei oder der Galvanik beispielsweise um bis zu 70 Prozent reduziert werden. Das ist nicht nur nachhaltig, sondern spart auch jährlich mehr als 12 GWh Energie und somit eine hohe sechsstellige Summe an Energiekosten ein. Mit eingekauftem und selbstproduziertem Grünstrom betriebene Wärmepumpen sowie weitere Photovoltaikanlagen decken dann den restlichen Energiebedarf.



Auf allen verfügbaren und geeigneten (Dach-)Flächen der Hansgrohe Standorte, wie hier auf einem Dach des Offenburger Werks, entstehen nach und nach weitere Photovoltaik-Anlagen.

Zusätzlich haben wir im Berichtsjahr eine Stromkaufvereinbarung, ein sogenanntes Power Purchasing Agreement (PPA), mit dem regionalen Energiedienstleister badenova unterzeichnet. Das von 2024 bis 2029 andauernde PPA umfasst die Belieferung der Werke Offenburg und Schiltach mit insgesamt rund 10 GWh erneuerbarem Strom aus dem Windpark Kallenwald.

Das neue Werk im serbischen Valjevo haben wir direkt mit Photovoltaik ausgestattet. Die bereits verbaute Anlage wird etwa 400.000 kW/h pro Jahr liefern, wenn sie in Betrieb ist, aktuell laufen die letzten Genehmigungen. Durch die Erweiterungen im Jahr 2025 planen wir eine zusätzliche Kapazität von 800.000 kW/h pro Jahr. Auch die Hansgrohe Vertriebsgesellschaft in Österreich forciert den weiteren Ausbau von Photovoltaik-Anlagen, zudem wurde das Dach unserer neuen britischen Hauptgeschäftsstelle in Warwickshire mit einer Anlage ausgestattet. Einen großen Schritt in eine fossilfreie Zukunft haben wir an unserem Produktionsstandort in Schanghai erreicht, den wir als erstes Werk komplett gasfrei stellen konnten. Da dies für uns der richtige Weg in Richtung fossile Freiheit sein kann, haben wir, zunächst für die deutschen Produktionsstandorte, das „Transformationskonzept zur Energiewende“ entwickelt, mit dem wir bis 2030 komplett auf fossile Energieträger verzichten wollen.

Maßnahmen an unseren Produktionsstandorten

Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Energieverbräuche und damit unsere Emissionen zu senken und evaluieren dafür regelmäßig den Stand und weitere Potenziale. Im Berichtsjahr haben wir folgende Maßnahmen umgesetzt:

- In der Kunststoff-Galvanik im Werk Offenburg führt die Installation eines kleineren und moderneren Seitenkanalverdichters zukünftig zu einer Einsparung von mehr als 45 MWh Strom pro Jahr.
- In der Messing-Galvanik im Werk Schiltach West reduziert der Tausch von fünf bisher nicht frequenzgeregelten Pumpen den Stromverbrauch um rund 38 MWh pro Jahr.

Im Spritzgussverfahren entstehen die Kunststoff-Rohlinge für die Handbrausen, die anschließend in der Galvanik verchromt werden.



- Die Schlauchfertigung am Standort Willstätt spart durch den Ersatz einer Abblasdüse sowie die Umrüstung eines Gebläses auf eine energiesparendere Variante von nun an jährlich mehr als 20 MWh Strom.
- Unsere älteste Produktionshalle am Standort Offenburg wurde im Berichtsjahr umfassend saniert. Die verbesserte Dämmung der Dachkonstruktion reduziert den jährlichen Erdgasverbrauch um mehr als 300 MWh.
- In unserer Zentrale in Schiltach wurden umfassende Modernisierungsmaßnahmen an der Gebäudetechnik vorgenommen. Der Austausch zweier Lüftungen durch kleinere, effizientere Anlagen spart jährlich mehr als 80 MWh Strom und zusätzlich Erdgas ein.
- Das Anbringen einer Isolierfolie an den Fensterfronten der Büros unseres Standorts Wasselonne führt zu einer jährlichen Stromeinsparung von mehr als 10 MWh. Zudem wurden vier neue Ladestationen für E-Fahrzeuge installiert und die Strominfrastruktur ausgebaut, um zukünftig noch weitere Ladestationen bauen zu können.
- Die im Jahr 2023 installierte Anlage zur Schaltschrankklimatisierung im Werk Schiltach West hat ihre Wirkung im ersten vollen Betriebsjahr bestätigt. Die neue Technologie soll nun sukzessive auch in anderen relevanten Bereichen und Werken installiert werden.

Wasser

Der verantwortungsbewusste Umgang mit Wasser ist für die Hansgrohe Group essenziell. Wir wollen die knappe, wertvolle Ressource möglichst nachhaltig und respektvoll nutzen – auch während der Herstellung unserer Produkte.

Der größte Anteil des von uns genutzten Wassers entfällt auf die Oberflächenbeschichtung mit dem Schwerpunkt Galvanik. Dieses Verfahren umschreibt elektrochemische Prozesse, bei denen es über die Abscheidung metallischer Niederschläge zur Beschichtung kommt. Wasser benötigen wir außerdem in weiteren Produktionsprozessen zur Kühlung, im Rahmen der sanitären Anlagen an unseren Standorten sowie für Präsentationszwecke in unserer Aquademie, einer Badausstellung, in der unsere Produkte ausprobiert werden können.

Wasser so effizient wie möglich nutzen

Ziel unseres Wassermanagements ist es, den betrieblichen Wasserverbrauch weiter zu senken. Unser genereller Grundsatz in Bezug auf den Wasserverbrauch lautet: vermeiden, verringern und verwerten.

Den Großteil unseres Wasserbedarfs beziehen wir aus den Netzen der kommunalen Wasserversorger. In unserem Werk in Schiltach West konnten wir bis September 2024 ergänzend auf natürliches Flusswasser aus der Kinzig zurückgreifen. Aufgrund von sich verändernden Produktionsmengen und Pegelständen schwankt die Wasserentnahme aus der Kinzig, sie betrug im Jahr 2024 rund 256 m³ (2023: rund 2.055 m³).

Das in den Galvanikbädern eingesetzte Wasser wird nach Möglichkeit aufbereitet und erneut eingesetzt.



Wassernutzung

(in m ³)	2022	2023	2024
Wasserentnahme, gesamt (inkl. Kinzigwasser bis September 2024)	132.254	123.744	*
Wasserrückführung, gesamt	132.254	123.744	*

Wasserintensität

(in m ³ /t verkauftes Produkt)	2023	2024	Δ 2023 zu 2024
Wasserintensität	5,60	*	*

Hansgrohe Group, Daten für 2022 und 2023 entsprechend aktualisiert.
* Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

Maßnahmen an unseren Produktionsstandorten

Es kommen hauptsächlich automatisierte und getaktete Wasserzuläufe zum Einsatz, um den kontinuierlichen Frischwasserzulauf bedarfsorientiert so gering wie möglich zu halten. Zudem schließen wir Wasserkreisläufe, wo immer möglich. In prozessbegleitenden Optimierungsprojekten wird so zum Beispiel geprüft, ob und wo bereits verwendetes Wasser ein zweites Mal genutzt werden kann, um in Anwendungsfällen auf Frischwasser zu verzichten. Das bei der Galvanik eingesetzte Wasser wird größtenteils genutzt und nur über leichte Verdampfungsverluste verbraucht. Die Spültechnik in den meisten Galvanikanlagen unserer Werke ist auf den neuesten Stand gebracht. Dies senkt den Bedarf an Frischwasser im laufenden Betrieb, beispielsweise über Spülkaskaden oder Sprühkränze.

Durch die Anwendung von Recyclingtechnologien, wie Chromverdunstung, Nickelrecycling oder Kupferrückgewinnung, gewinnen wir wertvolle Stoffe zurück und senken gleichzeitig unseren Frischwasserbedarf – zum einen direkt durch optimierte, effiziente Prozesse zur Wasserwiederaufbereitung, zum anderen indirekt, da der Wasserverbrauch zur Herstellung von Betriebsstoffen bei unseren Lieferanten entfällt.

In vielen Werken greifen wir auf kommunale Wassernetze zurück. Wasser, das nicht als Prozesswasser im Kreislauf geführt wird, leiten wir an den jeweiligen Produktionsstandorten in lokale öffentliche Abwassernetze ein. Dabei bemühen wir uns um eine Verringerung der Umweltbelastung durch eine verantwortungsbewusste Entsorgung, indem das anfallende Abwasser vor der Einleitung nach Inhaltsstoffen separiert und in der werkseigenen Abwasserbehandlungsanlage vorbehandelt wird.

Abfallmanagement

In unseren betrieblichen Prozessen ist das Abfallmanagement unser zentraler Ansatzpunkt für die Kreislaufwirtschaft. Für die Entsorgung unserer Abfälle greifen wir auf zuverlässige externe Entsorgungsunternehmen zurück. Dabei legen wir Wert darauf, dass die Abfälle nach Möglichkeit fachgerecht recycelt und in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt werden.

Für die Produkte der Hansgrohe Group kommen vor allem Messing und Kunststoffe zum Einsatz.

In der Produktion setzen wir vor allem Messing, Kunststoffe und Chemikalien ein. Messing ist dabei Trägermaterial, das in unseren Werken in Formen gegossen wird. Aus Kunststoff stellen wir Produktkomponenten im Spritzgussverfahren her. Als weitere Produktionsschritte folgen die Veredelung, das Schleifen und Polie-

ren (Messing) sowie Galvanisieren (Messing und Kunststoff), bevor die Produkte montiert und schließlich verpackt werden.

Wir forschen für die Herstellung unserer Produkte zu ressourceneffizienten Fertigungsverfahren. Durch prozessorientiertes Arbeiten mit Schwerpunkten auf Fehlervermeidung und kontinuierlicher Verbesserung wollen wir unnötigen Abfall vermeiden. An der Vermeidung und Reduktion von Abfällen arbeiten alle Produktionsabteilungen individuell. Der Fortschritt der Projekte wird gemeinsam mit dem Green Company Team in Arbeitskreisen kontinuierlich verfolgt. Vierteljährlich steht in jedem Produktionsstandort das Thema Abfalleffizienz auf der Agenda. Unsere EHS-Manager an den Standorten erstellen unter Berücksichtigung der jeweiligen rechtlichen Anforderungen Vorgaben für die Produktionsabteilungen.

Abfall reduzieren und entsorgen

Insgesamt entstehen in unseren Produktionsprozessen rund 35 verschiedene Abfallarten. Ein Schwerpunkt liegt beim Kokillenguss in den metallischen Dauerformen und in der Oberflächenbeschichtung. Zusätzlich entstehen auch Abfälle wie Holzpaletten, Folien oder Angüsse aus der Kunststoffspritzerei. Im Berichtsjahr sind sowohl unsere ungefährlichen als auch unsere gefährlichen Abfälle gestiegen. Grund hierfür ist eine höhere Absatzmenge im Produktionsbereich der PVD-Beschichtung, in dem Chemikalien zum Einsatz kommen, was bei hohem Durchsatz ein häufigeres Tauschen des Spülwassers notwendig macht.



Abfallaufkommen

(in t)	2022	2023	2024
Abfallaufkommen, gesamt	10.677	8.218	*
davon ungefährlich	9.139	6.786	*
davon gefährlich	1.538	1.374	*

Abfallintensität

(in t/t verkauftes Produkt)	2023	2024	Δ 2023 zu 2024
Ungefährlicher Abfall	0,31	*	*
Gefährlicher Abfall	0,06	*	*

Hansgrohe Group, Daten für 2022 und 2023 entsprechend aktualisiert
 * Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

Entsorgung gefährlicher Abfälle 2023

(in t)



Hansgrohe Group

Unsere neue Kunststoffrecyclinganlage

Die Kreislaufwirtschaft ist für die Hansgrohe Group ein zentrales Handlungsfeld. Einen großen Schritt im Bereich Kreislaufwirtschaft konnten wir im vergangenen Jahr durch die Inbetriebnahme einer neuentwickelten Kunststoffrecyclinganlage gehen, mit der wir Produktionsausschüsse verwerten und wiederverwenden. Denn durch das Wiederverwerten von Materialien reduzieren wir sowohl unseren Ressourceneinsatz als auch Transportwege.

Bei der innovativen Anlage am Standort Offenburg kommt die Technologie zur elektrohydraulischen Zerkleinerung zur Anwendung. Dabei werden alle verchromten Ausschussbauteile aus ABS-Kunststoff, wie zum Beispiel Gehäuse von Handbrausen, Wandrosetten oder Knöpfe und Tasten durch Schockwellenbehandlung entschichtet. Das Ergebnis spricht für sich: 100 Prozent der wertvollen Metalle in der Chromlegierung können von uns wiederverwertet werden, 98 Prozent der Rohstoffe insgesamt. Der entschichtete ABS-Kunststoff gelangt direkt in die Herstellung von Neuteilen. So konnte der Wertstoffkreislauf am Standort geschlossen werden.

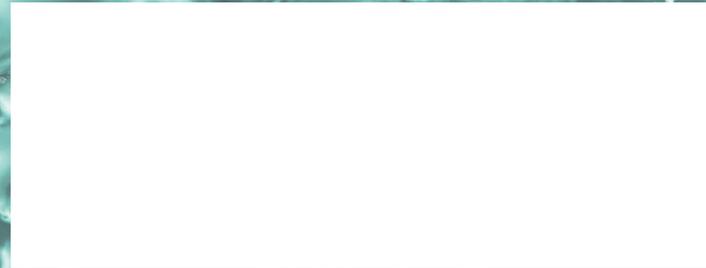
Bei der 2023 eingeführten Hansgrohe Produktlinie Planet Edition kommt bereits recyceltes Material zum Einsatz: Der Griff der Handbrause Pulsify Planet Edition ist aus Recyclingkunststoff, der aus Altprodukten und Ausschussware gewonnen wird.



Ein weltneues Verfahren für die Wiederaufbereitung galvanisierter Kunststoffteile kommt in Offenburg zum Einsatz.



Soziales



Managementansatz Soziale Verantwortung

Unter Sozialem bündeln wir aktuell alle Themen, die unsere Mitarbeitenden betreffen, insbesondere Arbeitgeberverantwortung, Vielfalt und Chancengerechtigkeit sowie Arbeitssicherheit und -gesundheit. Als verantwortungsbewusster Arbeitgeber wollen wir bei Hansgrohe systematisch und vorausschauend Risiken reduzieren, Chancen wahrnehmen und positive Auswirkungen stärken.

Vor dem Hintergrund einer sich verändernden und stetig komplexer werdenden Arbeitswelt gewinnt die Personalarbeit immer mehr an Bedeutung. Hinzu kam in den vergangenen Jahren das dynamische Wachstum der Unternehmensgruppe und die internationale Expansion. Für unsere Zusammenarbeit haben wir vier Kernwerte definiert: Leidenschaft, Wertschätzung, Miteinander, Vertrauen.

[Gemeinsame Werte bei der Arbeit | Hansgrohe Group](#)

Im Zuge der aktuellen Ausrichtung der Hansgrohe Group auf die Anforderungen der CSRD werden die Themen der sozialen Verantwortung aus den ESRS Standards erneut analysiert und künftig gegebenenfalls anders strukturiert. Aktuell bündeln wir soziale Aspekte, welche die Lieferkette betreffen, im Kapitel „Governance“ (ab → **Seite 86**).

Praktische Umsetzung unserer Verpflichtungen

Unsere CSR Prinzipien geben klare Leitplanken. Darin haben wir im Kapitel „Menschen im Zentrum“ Grundsätze zu verschiedenen Themen festgehalten, die in den Bereich soziale Verantwortung fallen. Dazu gehören zum Beispiel Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit sowie Menschenrechte. Zur Achtung der Menschenrechte orientieren wir uns grundsätzlich an internationalen Standards und Konventionen, zu denen unter anderem die Prinzipien des UN Global Compact sowie die Erklärungen und Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit (ILO-Kernarbeitsnormen) gehören.

Außerdem geben uns die für uns relevanten Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) einen übergeordneten Rahmen vor.

In den CSR Prinzipien haben wir für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz definiert, dass das Einhalten strenger Arbeitssicherheitsstandards für uns eine Selbstverständlichkeit ist. Themen wie faire Löhne sowie Gesundheit und Arbeitssicherheit werden zum Beispiel über Tarifverträge oder Managementsysteme gesteuert. Unsere Mitarbeitenden können sich neben internen Kanälen mit ihren Anliegen auch über die Ethik-Hotline von Masco anonym an eine unabhängige Ombudsperson wenden. Die Ethik-Hotline kann auch von externen Stakeholdern in Anspruch genommen werden.

Faires, vertrauensvolles und wertschätzendes Miteinander zeichnet die Zusammenarbeit bei der Hansgrohe Group aus.



Die CSR Prinzipien sind auch die formale Grundlage für unseren Managementansatz beim Thema Vielfalt und Chancengerechtigkeit. Darüber hinaus haben wir eine eigene Haltung zu Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) festgehalten, die auf unseren Unternehmenswerten gründet und den Maßstab für unsere Aktivitäten bildet. Als Ausdruck unseres Engagements für Selbstverpflichtung haben wir darüber hinaus schon 2021 die Charta der Vielfalt unterzeichnet.

[Hansgrohe Group – Unterzeichner in der Charta der Vielfalt](#) 

Wir erkennen ausdrücklich das Recht aller Beschäftigten an, eine kollektive Arbeitnehmergewerkschaft zu bilden und Tarifverhandlungen zu führen. 93,3 Prozent der Beschäftigten bei Hansgrohe in Deutschland sind von Tarifverträgen abgedeckt. Die Entlohnung dieser Mitarbeitenden erfolgt in Deutschland neben etwaigen außertariflichen Zulagen nach Metall Manteltarifvertrag sowie mit Zusatzleistungen nach Art der Anstellung. Neben dem Metall Manteltarifvertrag existieren Tarifverträge und gesetzliche Regelungen zu den Bereichen Altersteilzeit, Kurzarbeit und Entgeltrahmen. Unsere Betriebsvereinbarungen entsprechen den gesetzlichen und tarifvertraglichen Rahmenbedingungen. Bei Hansgrohe in Deutschland verfügen wir über Betriebsvereinbarungen zu den Themen Arbeitszeiten, Entgelt, Arbeitskleidung/ -schutz/ -sicherheit, betriebliche Altersversorgung, Soziales sowie Datenschutz. An unseren internationalen Standorten sind je nach länderspezifischen Vorgaben ähnliche Arbeitgeberleistungen in Form von Rulebooks oder Betriebsreglementen verankert.

Unsere Beschäftigtenstruktur

2024 beschäftigte die Hansgrohe Group weltweit 5.645 Mitarbeitende (2023: 5.448). Davon arbeiteten zum Stichtag am 31. Dezember an den deutschen Standorten inklusive der ESS Deutschland sowie der acht Verkaufsbüros 3.420 (2023: 3.419) Personen, an den internationalen Standorten 2.225 (2023: 2.029). Rund drei Viertel unserer Belegschaft ist in Europa tätig. Die Gesamtzahl beinhaltet alle Voll- und Teilzeitbeschäftigten sowie Auszubildende und Duale Studenten. Zeitarbeitskräfte, die insbesondere für Produktionsarbeiten beschäftigt werden, sind darin nicht enthalten.

Weltweit haben wir 2024 197 (2023: 419) neue Mitarbeitende eingestellt. Im Berichtszeitraum übernahm Hansgrohe 29 Auszubildende (2023: 31). Insgesamt erhielten 16 Zeitarbeitnehmende im Berichtszeitraum in Deutschland eine Festanstellung (2023: 4). Die gruppenweite Fluktuationsrate betrug 5,1 Prozent (2023: 4,6 Prozent).

Mitarbeitende nach Beschäftigungsverhältnis

(Köpfe)	2022	2023	2024
Angestellte Vollzeit	2.870	2.736	2.920
Angestellte Teilzeit	378	372	431
Zeitarbeitnehmende	30	10	75

Nur Hansgrohe SE und Hansgrohe Deutschland Vertriebs-GmbH, Stichtag jeweils 31.12.

Beschäftigte nach Region

(in %, gerundet)	2022	2023	2024
Europa	76	77	78
Asien	19	18	17
Amerika	4	4	4
Afrika	1	1	1
Australien	0	0	0

Hansgrohe Group

Arbeitgeberverantwortung

Unsere mehr als 5.600 Beschäftigten sind der Schlüssel zum Erfolg der Hansgrohe Group. Wir setzen uns auf der Basis gemeinsamer Werte für den langfristigen Unternehmenserfolg ein, diese Kultur prägen Führungskräfte genauso wie alle Team-Mitglieder. Für die Entwicklung der Mitarbeitenden haben wir vielfältige Maßnahmen etabliert.

Motivierte Mitarbeitende sind die Grundlage für den Unternehmenserfolg. Attraktive Arbeitsbedingungen und Zusatzleistungen tragen zur Motivation bei.

Unsere vier Kernwerte leiten unser Miteinander. Ein Beispiel für die praktische Umsetzung ist das mobile Arbeiten. Dabei setzt das Unternehmen auf die eigenverantwortliche Organisation aller Teams und auf gegenseitiges Vertrauen und möchte ermutigen, Verantwortung zu übernehmen. Auf freiwilliger Basis und im Rahmen der betrieblichen Möglichkeiten kann die Arbeitsleistung auch ohne Ver-

tragsgrundlage und nach Abstimmung im Team teilweise von zu Hause oder mobil erbracht werden. Unsere Standorte bleiben weiterhin ein Ort der persönlichen Begegnung und Zusammenarbeit.

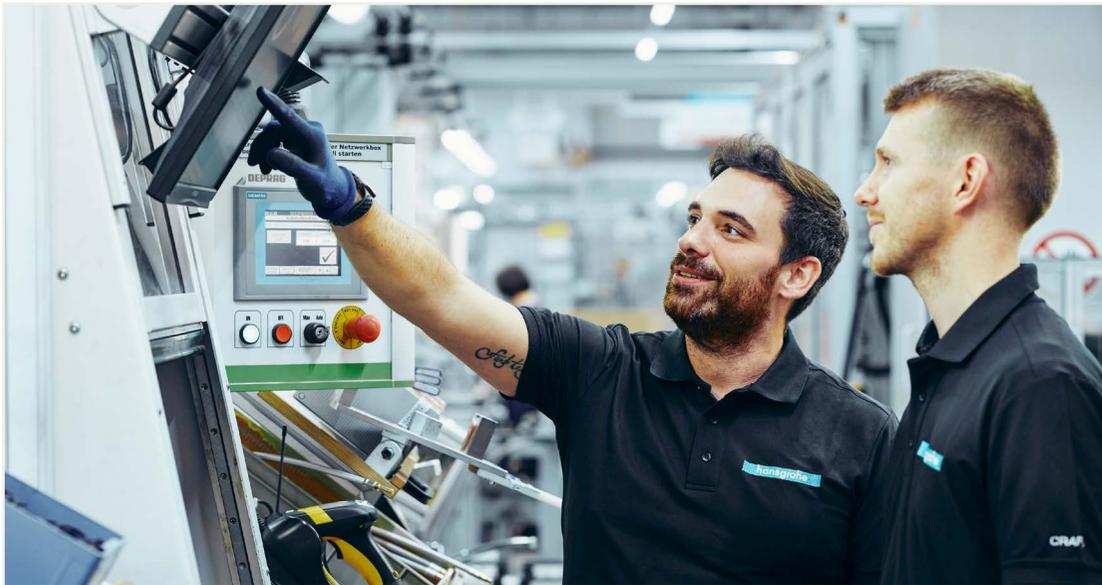
Als Arbeitgeber attraktiv

Als familienfreundliches Unternehmen unterstützen wir unsere Mitarbeitenden mit weiteren Maßnahmen bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie beziehungsweise Privatleben. Seit September 2023 können Mitarbeitende mit kleinen Kindern am Standort Schiltach Betreuungsplätze in der Klaus Grohe-Kita nutzen. An den Standorten Schiltach und Offenburg stehen Eltern zudem verschiedene Angebote der Ferienbetreuung für ihre Kinder zur Verfügung. Individuell passende Arbeitszeitmodelle sind ein wichtiger Baustein, dazu gehört auch die Möglichkeit für Beschäftigte, in Teilzeitmodellen Führungsverantwortung zu übernehmen.

Um als Arbeitgeber attraktiv zu bleiben, bieten wir Beschäftigten in Deutschland ein breites Spektrum an Zusatzleistungen zum Beispiel:

- je nach Anforderungen des Stellenprofils flexible Arbeitszeiten in Vollzeit oder Teilzeit sowie Elternzeit
- im administrativen Bereich nach Absprache mit den Teams örtliche Flexibilität und mobiles Arbeiten
- ein breitgefächertes Weiterbildungsprogramm
- ein umfassendes Gesundheitsmanagement

Um einen umweltfreundlichen Arbeitsweg zu fördern, gibt es in Deutschland auch eine Möglichkeit für Fahrradleasing und ein bezuschusstes Jobticket für den öffentlichen Personennahverkehr.



Veränderungen begleiten

Durch die wachsende Anzahl an Beschäftigten in den Montagebereichen wurde die Führungsaufgabe zunehmend herausfordernd. Die Mitarbeitenden der Produktion wünschten sich mehr Anschluss, individuellere Führung und eine bei Fragen stets auf dem kurzen Dienstweg zur Verfügung stehende Ansprechperson. Deshalb wurde eine Untergliederung in kleinere Einheiten eingeführt. Neue Ansprechpersonen, die sogenannten Supervisoren, dienen als Bindeglied zwischen Schichtführenden und Produktionsmitarbeitenden in den Montageabteilungen an den Produktionsstandorten in Schiltach, Offenburg und Willstätt. Die neue Organisationsstruktur kommt bei den Beschäftigten gut an: Die mittlerweile auf 36 Personen angewachsene Zahl der Supervisoren dankt dies mit überdurchschnittlichem Engagement und Motivation. Aufgrund der Änderung der Arbeitsorganisation wurde auch der Betriebsrat in das Projekt mit einbezogen.

Im Dialog mit den Beschäftigten

Um den Dialog zwischen den Leitungsgremien und den Beschäftigten zu pflegen, organisieren wir verschiedene Formate. Alle zwei bis drei Jahre wird eine Mitarbeitendenbefragung durchgeführt, die letzte Befragung im Jahr 2022. Zehnmals fand das Dialogformat „Vorstand Direkt“ statt. Hier trafen sich Mitglieder unseres Vorstandsteams mit Beschäftigten aus allen Bereichen an unseren Standorten in Deutschland zum gemeinsamen Austausch über aktuelle Themen. An drei Terminen im Jahr tauschte sich der Vorstand im „Führungskräfte-Dialog“ mit allen Führungskräften aus Administration und Produktion aus. Zusätzlich informierten regelmäßige Videobotschaften des Vorstands auf der „Hans! For You“ Mitarbeitenden-App über die aktuelle Lage und die geplanten Maßnahmen. Mitarbeitende können zudem per Formular anonym Fragen einschicken, die der Vorstand dann im nächsten Artikel beantwortet. Darüber hinaus gab es im Jahr 2024 zwei Betriebsversammlungen für alle Beschäftigten der deutschen Standorte mit aktuellen Informationen zur Geschäftsentwicklung des Unternehmens sowie der Möglichkeit zum Dialog.



Unsere Mitarbeitenden im Rampenlicht

Als authentische Botschaferinnen und Botschafter sind Mitarbeitende von Hansgrohe für unsere Arbeitgeber-Kampagne in der Öffentlichkeit. Im Rahmen eines erstmals international ausgelegten Shootings präsentieren sie mit neuen Gesichtern, Botschaften und Sprachen Hansgrohe als spannenden Arbeitgeber. Aus zahlreichen Bewerbungen und Empfehlungen kamen 16 Mitarbeitende aus unterschiedlichen Standorten, Abteilungen und Karrierepfaden in die Auswahl und durften für die Kampagne ins Rampenlicht.

Mitarbeitendenentwicklung mit Weitblick

Einmal im Jahr ermitteln wir mit allen Führungskräften sowohl für die administrativen Abteilungen als auch für die Produktionsbereiche im Rahmen der strategischen Personalplanung, ob weitere Kompetenzen aufzubauen sind, um künftigen oder aktuellen Herausforderungen zu begegnen. In diesem strukturierten und weltweiten Prozess werden auch Entscheidungen über Nachfolgeplanung und Qualifizierungsprogramme getroffen.

Um individuelle Leistungsbedarfe zu erfassen, evaluieren wir im Rahmen der strategischen Personalplanung regelmäßig die Leistung und das Potenzial unserer Mitarbeitenden mithilfe von Entwicklungsbögen oder durch die Formulierung entsprechender Entwicklungsziele. Unseren internationalen Tochterunternehmen bieten wir Freiräume, ihre Personalarbeit den jeweiligen Landesansforderungen anzupassen.

Wir schaffen Lern- und Entwicklungsangebote für alle Mitarbeitenden, damit sie aktuelle und zukünftige Herausforderungen im Unternehmen meistern können. Die stetige Weiterentwicklung aller Beschäftigten in fachlicher ebenso wie in persönlicher Hinsicht ist auch zentral, um Talente zu gewinnen und diese langfristig an das Unternehmen zu binden. Verantwortlich für das Spektrum der Aufgaben ist die Personalvorständin in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Teams für Personalentwicklung und Ausbildung.

Auf die Bedürfnisse der verschiedenen Beschäftigten-Zielgruppen zugeschnittene Lernangebote helfen bei der persönlichen Weiterentwicklung.

Mit unserer Lernplattform CAMPUS bieten wir passgenaue Weiterbildungen an. Mit Veranstaltungen, Seminaren und Workshops ist der CAMPUS ein Ort der Wissensvermittlung und gleichzeitig der Begegnung. CAMPUS integriert, fördert und aktiviert alle, unabhängig vom jeweiligen Fachbereich, der Hierarchieebene oder dem Stand der Berufserfahrung. Aktuelles Wissen und spannende Themen aus den Fachbereichen bereiten Mitarbeitende aber auch externe Expertinnen



10,2 **Stunden**
Weiterbildung pro
Mitarbeitenden
Im Durchschnitt

und Experten auf. Beispielsweise geben die „Green Hours“ Denkanstöße rund um Nachhaltigkeit, unterstützen die Projektentwicklung in Bezug auf unsere Vision eines CO₂-neutralen Badezimmers und die nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens.

2024 fanden im CAMPUS 1.012 Veranstaltungen statt (2023: 844), davon 800 interne (2023: 706) und 212 mit externen Experten (2023: 138). Insgesamt besuchten 16.408 Teilnehmende die Veranstaltungen (2023: 14.684). Über den CAMPUS hinaus haben wir auch eine Vielzahl an Pflichtschulungen zu den Bereichen Arbeitssicherheit und Umweltschutz in den einzelnen Werken organisiert, auch international.

Ein weiterer Baustein ist das unternehmensweite Talentmanagement. Dafür führen wir weltweit Talentkonferenzen und viele individuelle Entwicklungsgespräche durch. Darüber hinaus haben wir Strukturen etabliert, um internationale Transfers von Mitarbeitenden professionell umzusetzen. Dazu gehören kürzere, bis zu dreimonatige Auslandseinsätze, die im Berichtsjahr acht Mitarbeitende absolvierten. Ein längerer Auslandsaufenthalt dauert zwei bis fünf Jahre. 2024 starteten hierfür drei Mitarbeitende. Um den Aufbau unseres neuen Werks in Serbien bestmöglich zu unterstützen, kamen 2024 mehrere Mitarbeitende aus Serbien nach Deutschland und umgekehrt, um voneinander zu lernen und den Wissenstransfer zu stärken.

Mentoring ist ein fester Bestandteil in der Personal- und Talententwicklung bei Hansgrohe. Unser Mentoringprogramm schafft neue Perspektiven und berufliche Orientierung. Die Zweier-Tandems aus Mentor und Mentee verstehen wir als offenes Angebot zum Austausch für alle Beschäftigten, unabhängig von Alter, Fachbereich, Land oder Hierarchieebene.

29

Auszubildende wurden im Berichtszeitraum übernommen

Mitarbeitende können zudem nach einem Jahr Betriebszugehörigkeit und nach Absprache mit ihrer Führungskraft privat, parallel zu ihrem Beschäftigungsverhältnis, eine berufsbezogene Weiterbildung in Anspruch nehmen. Die Fortbildung muss von betrieblicher Relevanz sein und einen berufsqualifizierenden Abschluss wie Fachwirt, Betriebswirt, Bachelor oder Master beinhalten. Dabei werden die Beschäftigten von Hansgrohe beraten und finanziell gefördert.

Auszubildende und Studierende gewinnen und halten

Für die Berufsausbildung junger Menschen gibt es bei der Zentrale in Schiltach die Hansgrohe Talentschmiede, ein hochmodernes Ausbildungszentrum für technische und kaufmännische Berufe. Als einer der größten Arbeitgeber und Ausbildungsbetriebe in der Region Kinzigtal ist uns die Qualität unserer Ausbildung besonders wichtig. Daher lassen wir uns seit 2018 regelmäßig von der AUBI-Plus GmbH, einem unabhängigen Zertifizierer, bewerten und wurden seither stets mit dem Ausbildungssiegel Best Place to Learn® ausgezeichnet. Bei der aktuellen Zertifizierung für die Jahre 2022 bis 2025 erhielt unsere Ausbildung das Prädikat „Sehr gut“.

100 Jahre Ausbildung bei Hansgrohe

Bereits 1924 begann Karl Wäckerle als erster Lehrling, so hießen die Auszubildenden damals noch, seine Ausbildung als Metalldrücker. Seither hat der Sanitärhersteller weit mehr als 1.000 junge Talente ausgebildet und fundierte Berufskennnisse gelehrt. 2024 konnten wir ein ganz besonderes Jubiläum feiern: 100 Jahre Ausbildung. War es anfangs oft nur ein Lehrling pro Jahr, so starten heute jährlich rund 50 Auszubildende und Dual Studierende ihre Karriere bei Hansgrohe. „Neue Talente entdecken und fördern, das liegt in unserer DNA“, sagt der Vorsitzende des Vorstands, Hans Jürgen Kalmbach. Auch er begann seine Karriere 1995 mit einem Dualen Studium bei Hansgrohe. Um auch in Zukunft gut aufgestellt zu sein, überarbeitet und erweitert Hansgrohe seine Ausbildungsmöglichkeiten immer wieder. Zu Beginn gab es höchstens eine Handvoll Ausbildungsberufe – meist gewerblich-technische – heute stehen über 30 Ausbildungsberufe und Duale Studiengänge zur Auswahl, selbstverständlich auch viele kaufmännische und IT-orientierte Fachrichtungen.

[Ausbildungsmöglichkeiten bei Hansgrohe](#) | [Hansgrohe Group](#) 



Copyright: Hansgrohe. Der erste bei Hansgrohe dokumentierte Lehrbrief stammt von Karl Wäckerle. Er erlernte von 1924 bis 1926 in Schiltach den Beruf des Metalldrückers.

Die Begleitung der Auszubildenden und Dual Studierenden ist umfassend, vom Azubi-Warm-up, dem Modell der Unternehmenspaten bis hin zu einem vielseitigen Programm an Workshops und Einsätzen für Gesellschaft und Umwelt über die gesamte Ausbildungszeit hinweg.

Wir bilden grundsätzlich bedarfsorientiert aus mit dem Ziel, alle Auszubildenden und Dual Studierenden zu übernehmen. Aus dem Tarifvertrag besteht eine Übernahmeverpflichtung für alle Auszubildenden in Deutschland. Abhängig von Leistung, eigenem Wunsch, wirtschaftlicher Lage und verfügbaren Stellenprofilen streben wir immer auch die Übernahme unserer Dual Studierenden an.

Dialogplattform für alle

„Hans! For You“ ist zum Dreh- und Angelpunkt der internen Kommunikation der Hansgrohe Group geworden. Die von rund 89 Prozent der weltweiten Beschäftigten genutzte App ermöglicht den Zugang zu aktuellen Unternehmensthemen und einer umfassenden Informationssammlung wie berufliche Weiterentwicklung, interne Stellenangebote oder Beratungs- und Gesundheitsthemen. Lediglich die Beschäftigten in China nutzen ein anderes, lokales System für die interne Kommunikation.



Regelmäßig bringen auch externe Studierende ihre Ideen in verschiedene Bereiche des Unternehmens ein und sammeln im Rahmen eines Praxissemesters, ihrer Abschlussarbeit oder einer Werkstudententätigkeit wertvolle Praxiserfahrungen. 2024 unterstützten 82 externe Studentinnen und Studenten die Hansgrohe Teams an den deutschen Standorten, für neun von ihnen begann so tatsächlich auch ihre berufliche Laufbahn im Unternehmen.

Auszubildende und Dual Studierende der Talentschmiede

	2022	2023	2024
Auszubildende	85	91	93
davon gewerblich	58	60	59
davon kaufmännisch	27	31	34
Dual Studierende	72	65	68
Ausbildungsquote	4,6 %	5,0 %	4,9 %

Stichtag jeweils 1.9. (Beginn eines Ausbildungsjahres)

Um auch den Quereinstieg in eine Berufsausbildung bei Hansgrohe zu erleichtern, hat unsere Talentschmiede die Initiative „Mach’s auf deine Art“ gestartet. In Form von Infoveranstaltungen, Anzeigen oder entsprechenden Posts auf den Social-Media-Kanälen werben wir für Umschulung, Teilzeitausbildung und Einstiegsqualifizierung. Im Rahmen der Kampagne teilen Quereinsteiger und Teilzeit-Auszubildende ihre Erfahrungen.

Damit Hansgrohe als Arbeitgeber weiter sichtbar wird, kooperieren wir mit verschiedenen Schulen in der Region, bieten Schülerpraktika an, nehmen an Ausbildungsmessen teil und führen eigene Veranstaltungen durch, bei denen sich Interessierte über Studium und Ausbildungsmöglichkeiten informieren können.

Vielfalt und Chancengerechtigkeit

Die Hansgrohe Group ist ein vielfältiges Unternehmen mit einzigartigen Mitarbeitenden aus mehreren Generationen. Wir stehen uneingeschränkt für einen respektvollen und wertschätzenden Umgang sowie für Chancengerechtigkeit für alle Mitarbeitenden. Wir wollen eine diverse Belegschaft mit gleichen Chancen für alle. Wir sind vom Mehrwert der Vielfalt unseres Teams überzeugt und möchten dies weiter stärken und fördern.

Als global agierendes Unternehmen ermutigen wir unsere Mitarbeitenden, neue Perspektiven einzubringen, empathisch zu sein und voneinander zu lernen. So können wir uns gemeinsam für mehr Vielfalt und Inklusion bei Hansgrohe einsetzen. Alle Mitarbeitende sollen die gleichen Chancen haben – unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft, Hautfarbe, Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, körperlichen und geistigen Fähigkeiten, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung, sozialer Herkunft und Aussehen. Das Team Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) arbeitet daran, die Themen rund um Vielfalt und Chancengerechtigkeit in unserem Unternehmen global zu verankern. Über unsere Fortschritte und die langfristige Ausrichtung der Maßnahmen berichten wir intern kontinuierlich an den Vorstand und quartalsweise an die Masco Corporation im Zuge der gruppenweiten Diversity-Initiativen.

Beschäftigte und Führungskräfte weltweit nach Geschlecht

(Köpfe)	2023	2024
Beschäftigte		
– männlich	3.312	3.445
– weiblich	2.135	2.196
– ohne Angabe	1	4
Führungskräfte		
– männlich	506	569
– weiblich	25	179
– ohne Angabe	0	1

Beschäftigte und Führungskräfte weltweit nach Altersstruktur

(Köpfe)	2023	2024
Unter 30 Jahre		
– Beschäftigte	819	943
– Führungskräfte	13	18
30-50 Jahre		
– Beschäftigte	3.148	3.258
– Führungskräfte	461	539
Über 50 Jahre		
– Beschäftigte	1.481	1.444
– Führungskräfte	194	192

Stichtag jeweils 31.12.

Vielfalt verankern und fördern

Wir wollen eine inklusive Arbeitsumgebung schaffen, in der alle Mitarbeitenden unabhängig von ihren individuellen Unterschieden respektiert, geschätzt und unterstützt werden. Konkret geht es darum, Diskriminierung zu verhindern, gleiche Chancen für alle zu gewährleisten und eine Kultur zu fördern, in der Unterschiede als Bereicherung gesehen werden. Innerhalb der Masco Corporation vernetzen wir uns mit internationalen Kolleginnen und Kollegen für einen intensiven Erfahrungsaustausch.

Im Berichtsjahr lag der Fokus auf folgenden Maßnahmen:

- Implementierung interkultureller Trainings und globaler Sprachkurse zur Förderung einer noch effektiveren internationalen Zusammenarbeit und Vernetzung zwischen verschiedenen Funktionsbereichen
- Schulungsangebote für Mitarbeitende und Führungskräfte zur Förderung einer inklusiven Unternehmenskultur und zur Vertiefung des Bewusstseins für einen respektvollen und wertschätzenden Umgang miteinander
- Ausbau des Hansgrohe-weiten Frauen-Netzwerks sowie Schulungen im Rahmen des Women4Future-Programms
- Weitere Optimierung der internen Prozesse zur Meldung und gründlichen Untersuchung von Diskriminierungsfällen
- Weitere Implementierung von Vielfalt und Inklusion in HR-Prozessen, insbesondere verbesserte Ansprache und Abbau unbewusster Denkmuster im Recruitingprozess
- Förderung von Chancengerechtigkeit in unseren Auswahlprozessen für Führungskräfte, indem Personen diverser Hintergründe (z.B. Geschlecht, Nationalität, Behinderung) im Bewerbungsgespräch gehört werden.

Zu regelmäßigen Aktionen gehört beispielsweise der Diversity Day und der Girls' Day in unserer Talentschmiede. Ziel des internationalen Info- und Mitmachtags ist es, junge Frauen für technische Berufe zu begeistern und bei der Berufswahl zu unterstützen. Sie können dabei in zukunftsorientierte technische Berufe schnuppern und die eigenen Fähigkeiten bei spannenden Technikprojekten testen.

Inklusion schwerbehinderter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die Schwerbehindertenquote an den deutschen Standorten lag 2023 bei 4,6 Prozent. Die neue Erhebung wird erst nach Erscheinen des Berichts Aufschluss über die Quote im Jahr 2024 geben. Schwerbehinderte oder ihnen gleichgestellte Menschen sind an den deutschen Hansgrohe Standorten durch eine formelle Vertreterin repräsentiert, die von den Schwerbehinderten und ihnen gleichgestellten Mitarbeitenden nach §177 SGB IX als Vertrauensperson gewählt wird. Zu den Aufgaben der Schwerbehindertenvertretung gehört unter anderem die Förderung zur Teilhabe schwerbehinderter und ihnen gleichgestellter Menschen am Arbeitsleben sowie die Unterstützung bei der Beantragung von entsprechenden Maßnahmen sowie beim Erlangen von Graden der Behinderung und der Gleichstellung. Ab dem 1. Oktober 2024 bestellte Hansgrohe zudem zwei Kolleginnen aus dem Gesundheitsmanagement als Inklusionsbeauftragte für die deutschen Standorte. Ihre Hauptaufgaben bestehen darin, die gesetzlichen Verpflichtungen zur Eingliederung schwerbehinderter Menschen ins Arbeitsleben zu überwachen und zu unterstützen. Dazu gehört beispielsweise die Kontrolle der Beschäftigungspflichtquote sowie die Beantragung von Fördermitteln.

Gemeinsam mit der gewählten Vertrauensperson werden weitere inklusionsfördernde Maßnahmen angestrebt, etwa durch bauliche Zugangserleichterungen, digitale Angebote und über das Gesundheitsmanagement. Gezielte Begehungen und darauffolgende Umgestaltungen fördern die Barrierefreiheit in der Arbeitsumgebung. Neue Videos oder auch E-Learnings in einfacher Sprache und mit Untertiteln verbessern die digitale Barrierefreiheit.

Arbeitssicherheit und Gesundheit

Die Hansgrohe Group will die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden schützen und fördern. Daher prüfen wir unsere Prozesse auf Unfall- und Sicherheitsrisiken, dazu zählt das Vermeiden von Arbeitsunfällen und Betriebsausfällen. Angebote zur Förderung der Gesundheit wirken präventiv, weshalb wir in ein fortschrittliches Gesundheitsmanagement investieren.

Teamgeist und sportlicher Ehrgeiz stehen bei den jährlichen Firmenläufen im Mittelpunkt. Mit am Start sind mehrere Hansgrohe Teams. Vorab gibt es Lauftraining und Tipps.



Sichere Arbeitsplätze sind eine zentrale Verantwortung aus Arbeitgebersicht. Die Abteilung Environment, Health and Safety (EHS) und das Betriebliche Gesundheitsmanagement analysieren regelmäßig relevante Arbeitsprozesse und die Arbeitsbedingungen aller Mitarbeitenden-Zielgruppen auf Gesundheits- und Sicherheitsrisiken. Die Produktionsstandorte organisieren den Arbeitsschutz entlang lokaler Anforderungen.

Klare organisatorische Strukturen und Vorgaben

Organisatorisch verantwortlich ist die EHS-Abteilung. Sie unterstützt als Stabstelle den Vorstand, die Führungskräfte und alle Mitarbeitenden in der Umsetzung des Arbeitsschutzes im Unternehmen. Ein zentraler Arbeitssicherheitsausschuss des Vorstands befasst sich regelmäßig mit aktuellen Sicherheits- und Gesundheitsthemen. An den Sitzungen nehmen neben dem Vorstand auch der Betriebsrat sowie die Betriebsärztin der Hansgrohe SE teil. In seiner Zentralfunktion erstellt die EHS-Abteilung auch Vorgaben für die Tochtergesellschaften unter Berücksichtigung der lokalen Gesetze und Regelungen. So sorgt sie für die rechtskonforme Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen an den Arbeitsschutz sowie für die Umsetzung der Vorgaben der Unfallversicherungsträger (Berufsgenossenschaften).

2024 fanden wie im Vorjahr in unseren deutschen Standorten insgesamt vier Arbeitssicherheitsausschusssitzungen statt. Unsere internationalen Produktionsstätten unterliegen hier lokalen gesetzlichen Vorgaben und setzen das Thema Arbeitsschutz vor Ort entsprechend um. Arbeitssicherheit und Gesundheit sind in unseren Unternehmensleitlinien und in den CSR Prinzipien verankert. Ein Managementsystem für Arbeitssicherheit ist an allen weltweiten Produktionsstandorten implementiert. Außer den Werken in Valjevo und Bad Bentheim sind diese nach ISO 45001 zertifiziert.

Die rechtlichen Anforderungen in Sachen Arbeitsschutz sind über ein Rechtskatalog der Führungskräften als Pflichten zugewiesen und wurden im Berichtsjahr nochmal an alle Beschäftigten mit Führungsverantwortung in Form eines zu unterzeichnenden Dokuments übertragen. Zusätzlich wurden 2024 erneut in allen daraus abgeleiteten Maßnahmen zur Verbesserung des Arbeits- und Umweltschutzes umgesetzt.

Verletzungen

(Köpfe)	Amerika			Europa			Asien		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Männlich	1	0	0	219	23	21	0	1	5
Weiblich	0	0	1	6	14	11	0	0	0
Gesamt	1	0	1	25	37	32	0	1	5
Ausfalltage	2	0	1	361	642	303	0	86	368
Art der Verletzung									
Schnitt-/Stichverletzung	0	0	0	12	8	5	0	1	1
Prellung, Quetschung Stauchung	1	0	1	8	26	25	0	0	4
Brüche	0	0	0	1	1	1	0	0	0
Verätzungen/Verbrennungen	0	0	0	4	2	1	0	0	0

Produktionsstandorte zzgl. Hansgrohe Deutschland Vertriebs-GmbH

Maßnahmen für mehr Arbeitssicherheit und Gesundheit

Aufbauend auf konkreten Unfallereignissen und Kennzahlen arbeiten wir kontinuierlich an optimalen Bedingungen, vor allem durch Schulungen, technische Maßnahmen und Prozessverbesserungen. Neben der festangestellten Betriebsärztin in Deutschland arbeiten wir an den ausländischen Standorten mit externen Betriebsärzten – im Falle von Baustellen auch mit Dienstleistern für die Baustellensicherheit, wie etwa beim Bau des Werks in Serbien. Externe Firmen erhalten beim Betreten des Betriebsgeländes Sicherheitsunterweisungen. Für jeden Einsatz werden Gefährdungsbeurteilungen erstellt.

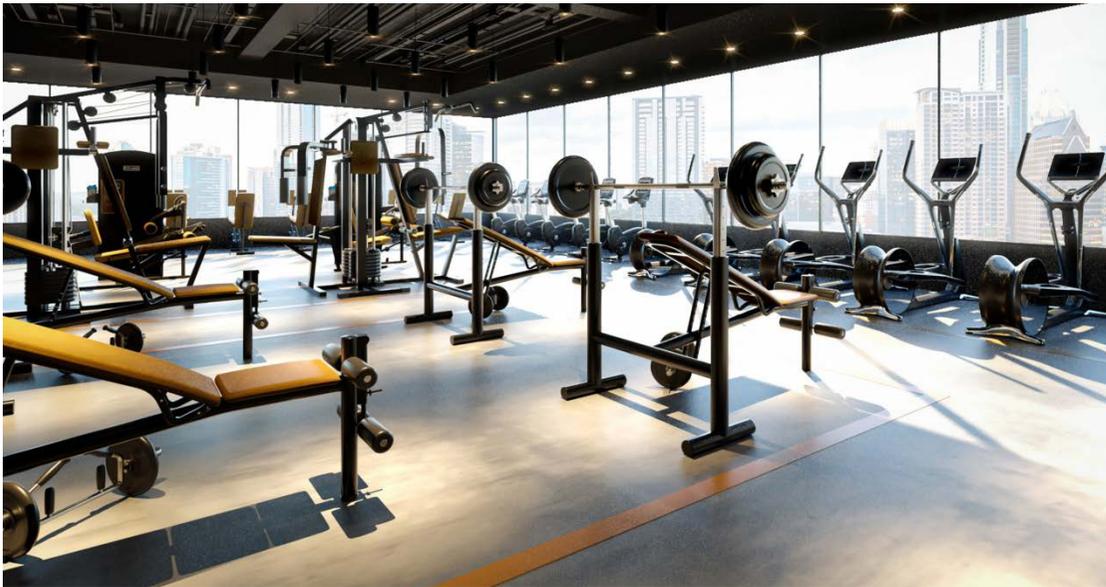
Darüber hinaus verfügen wir über ein Meldesystem für potenziell unsichere Bedingungen oder Situationen. Mitarbeitende können damit melden, wenn sie eine Arbeitssituation für unsicher halten. Das Formular ist in unserer „Hans! For You“-App enthalten und ermöglicht das digitale Erfassen und Auswerten in kürzester Zeit. Die Meldungen werden an Verantwortliche zur Bewertung und Umsetzung von Maßnahmen weitergeleitet. Die App enthält viele weitere nützliche Informationen und Tools zur Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsmanagement.

Die Mitarbeitenden in Deutschland werden in regelmäßigen Abständen zu Arbeitssicherheitsaspekten im Hansgrohe Campus geschult.

Schwimmbad,
Fitnesscenter,
Onlinekurs oder
Kletterhalle:
Mitarbeitende an
den deutschen
Standorten
können dank einer
von Hansgrohe
subventionierten
Mitgliedschaft
zahlreiche Fitness-
und Sportange-
bote nutzen.

Gesundheit präventiv schützen

Das umfassende Gesundheitsprogramm „Hans!Fit“ gehört zu den betrieblichen Zusatzleistungen an den deutschen Standorten der Hansgrohe Group. Grundlage der Maßnahmen sind unter anderem die ermittelten Belastungen, die Rückmeldungen der Mitarbeitenden sowie die anonymen Analysen aus den Gesundheitsberichten der Krankenkassen. Auf langen Wunsch der Mitarbeitenden hin kooperiert Hansgrohe beispielsweise seit 2024 mit „Hansefit“, dem führenden Firmenfitness-Anbieter. Mitarbeitende können deutschlandweit zahlreiche Fitness- und Sportmöglichkeiten nutzen, Hansgrohe übernimmt einen Teil der Kosten und unterstützt so die Mitarbeitenden dabei, präventiv für ihre Gesundheit zu sorgen. An unseren internationalen Standorten steuern die lokalen HR-Verantwortlichen passende Maßnahmen und Angebote.



Das Team des Betrieblichen Gesundheitsmanagements ist eine Stabstelle innerhalb der Abteilung Human Resources, das neben der Betrieblichen Gesundheitsförderung und dem Betrieblichen Eingliederungsmanagements (BEM) auch die arbeitsmedizinische Betreuung aller Beschäftigten in Deutschland umfasst. Im Jahr 2024 wurde eine neue arbeitsmedizinische Software eingeführt. Diese ermöglicht die Anbindung sämtlicher Untersuchungsgeräte und die digitale Dokumentation der bei Hansgrohe gegebenen Vorsorgeanlässe nach aktueller ArbMedVV und weiteren arbeitsmedizinischen Maßnahmen. Auch die Dokumentation und Nachverfolgung von Verfahren im Rahmen des Betrieblichen Eingliederungsmanagements wurden digitalisiert, so dass das Team des Betrieblichen Gesundheitsmanagements zu einem großen Teil flexibel und papierlos arbeiten kann.

Das Team des Betrieblichen Gesundheitsmanagements setzt auch passgenaue Maßnahmen für die Bedürfnisse und Anforderungen bestimmter Zielgruppen um: In jedem Ausbildungsjahr gibt es spezielle Module, die Grundlagen für gesundheitsförderliches Arbeiten legen und die drei Säulen psychische Gesundheit, Bewegung/Ergonomie und gesunde Ernährung umfassen. Zudem können Führungskräfte eine zweitägige Schulung in Kooperation mit einer Klinik für psychische und psychosomatische Erkrankungen absolvieren. Dabei erhalten sie einen Einblick in die Themen der psychischen Gesundheit mit dem Ziel der Sensibilisierung und bestmöglichen Unterstützung für sich selbst und für Mitarbeitende in herausfordernden Lebenslagen. Produktionsmitarbeitende können an Ergonomie-Schulungen teilnehmen.



3.5

Governance



Managementansatz Unternehmensführung

Unsere hohen Ansprüche im ESG Management beginnen mit einer verantwortlichen Unternehmensführung. Vorstand und Aufsichtsrat gestalten nicht nur wirtschaftliche und finanzielle Ziele, sondern wirken aktiv an der nachhaltigen Ausrichtung des Unternehmens mit.

Die Hansgrohe SE ist zentrale Einheit der Hansgrohe Group und Dach der in diesem Nachhaltigkeitsbericht als Hansgrohe Group konsolidierten 35 Tochtergesellschaften. Aufsichtsrat und Vorstand der Hansgrohe SE arbeiten gemeinsam am Erfolg des Unternehmens. Die operative Geschäftsführung liegt in den Händen der fünf Vorstandsmitglieder. Der Aufsichtsrat steht ihnen zur Seite, gleichzeitig überwacht er die Arbeit des Vorstands und vertritt die Interessen der Anteilseigner der Hansgrohe SE und der Mitarbeitenden.

Nachhaltigkeitsthemen im Vorstand verankert

Für das Management der Auswirkungen unseres Unternehmens auf die nachhaltige Entwicklung in unserem Umfeld sind die Mitglieder des Vorstands in ihren jeweiligen Verantwortungsbereichen zuständig. Unter dem Vorstand bilden die Vice Presidents der Hansgrohe Group die Senior-Management-Ebene. Ihnen sind jeweils Managing Directors beziehungsweise Head of-Funktionen und hier wiederum mehrere Abteilungs- beziehungsweise Teamleitende zugeordnet.

Bei jeder Aufsichtsratssitzung stellt der Vorstand die aktuelle Entwicklung des Unternehmens vor und unterzieht sich damit einer Bewertung des Gremiums hinsichtlich seiner Leistung auch im Bereich der nachhaltigen Ausrichtung des Unternehmens. 2024 haben fünf ordentliche Aufsichtsratssitzungen stattgefunden. Einmal im Jahr entlastet der Aufsichtsrat den Vorstand offiziell. Zudem tauscht sich der Vorstandsvorsitzende alle zwei Wochen mit dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats aus.

Aufsichtsrat und Vorstand der Hansgrohe Group arbeiten gemeinsam am Erfolg des Unternehmens. Der Aufsichtsrat der Hansgrohe SE: Jürgen Nähr, Matthias Dittmann, Klaus F. Jaenecke (Aufsichtsratsvorsitzender), Keith Allman, Jai Shah, Richard Grohe (von links).



Seit 2023 steuert ein Green Company Board verschiedene Arbeitskreise, die Teil unserer zehn strategischen Green Company Initiativen sind. Das Green Company Board tagte im Berichtsjahr vier Mal und diskutierte dabei Ideen, Projekte und ihren Umsetzungsstand. Diese Klausuren legen den Schwerpunkt auf die nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens.

Um die Teams, die sich mit ihren Projekten im Themenfeld ESG bewegen, näher zusammenzubringen und das Nachhaltigkeitsmanagement noch umfassender aufzusetzen, wurden die Bereiche Compliance + Data Privacy und das Team Green Company in das Ressort unserer Vorständin Human Resources eingegliedert. Der Bereich der neuen Wassertechnologien bleibt im Ressort des Vorstandsvorsitzenden: Hier tragen das InnoLab und das Team für Forschung und Entwicklung mit der Kraft der Innovation zu mehr Nachhaltigkeit bei.

Im September wurde zudem die neue „Sustainable Procurement Policy“ verabschiedet und anschließend flächendeckend im Einkauf kommuniziert. Diese interne Richtlinie regelt die Grundsätze für nachhaltige Beschaffung und ergänzt die Masco Richtlinie zu Lieferantengeschäftspraktiken (Supplier Business Practices Policy, SBPP), in der die Erwartungen und Vorgaben an die Lieferanten dokumentiert sind. Mit personeller Verstärkung in den Bereichen Sustainable Procurement und Procurement Compliance stellt sich Hansgrohe weiter für Nachhaltigkeit und neue Aufgaben in der Lieferkette auf.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung wird vom Vorstand vor der Veröffentlichung geprüft und dem Aufsichtsrat zu Kenntnis gegeben. Um auf dem neuesten Stand zu bleiben, besuchen die Vorstände Weiterbildungen, Seminare und Kongresse zu ihren jeweiligen Fachbereichsthemen. Potenziell kritische Themen werden durch einen regelmäßigen Austausch in den Gremien Vorstand und Aufsichtsrat gelöst.

Orientierung an Abkommen und Leitlinien

Wir orientieren uns als Grundlagen unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten an folgenden internationalen und europäischen Menschenrechtsinstrumenten und -übereinkommen:

- Internationale Charta der Menschenrechte
- UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte
- OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen
- Erklärung der IAO (Internationalen Arbeitsorganisation) über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit
- Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen der Vereinten Nationen
- Europäische Menschenrechtskonvention
- Überarbeitete Europäische Sozialcharta
- Charta der Grundrechte der Europäischen Union
- Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)

Die Grundsatzerklärung der Hansgrohe Group bündelt verschiedene Aspekte unseres Selbstverständnisses und der Leitlinien, sie ist hier abrufbar.

[Grundsatzerklärung | Hansgrohe Group](#) 

Beschaffungspraktiken und Lieferkette

Als Unternehmen mit internationalen Verflechtungen steht die Hansgrohe Group in der Verantwortung, auf eine Verbesserung der weltweiten Menschenrechtslage entlang unserer Lieferketten hinzuwirken und die Geschäftsbeziehungen sozial zu gestalten.

Die Hansgrohe Group ist in mehr als 145 Ländern der Welt präsent. Um unsere Produkte produzieren und weltweit ausliefern zu können, betreiben wir ein komplexes Fertigungs- und Zulieferernetzwerk. Nachhaltige und dauerhafte Partnerschaften mit unseren Lieferanten sind die Basis für gemeinsamen Erfolg. Dabei haben wir auch den Schutz der Menschenrechte und der Umwelt entlang der Wertschöpfungskette im Blick.

Wir wissen um die vielfältigen Auswirkungen, die unsere Geschäftstätigkeit in der Beschaffung auf Mensch und Umwelt haben können. Herausforderungen und Risiken in vielen Lieferketten sind beispielsweise das Einhalten von Menschenrechten,

der Umweltschutz, der Bezug von Konfliktrohstoffen oder Korruption. Auch aus regulatorischer Sicht steigen die Anforderungen. In unserer Unternehmenspolitik und in unseren internen CSR Prinzipien haben wir festgeschrieben, soziale Verantwortung und Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette zu unterstützen.

Risiken in der Lieferkette minimieren

Die Beschaffung bei der Hansgrohe Group steuern wir durch unser Einkaufsmanagementsystem. Um gemeinsam mit unseren Lieferanten durch verantwortungsvolles Handeln Risiken zu minimieren und langfristige Beziehungen aufzubauen, achten wir bereits bei ihrer Auswahl auf eine verantwortungsvolle Arbeitsweise durch die Einhaltung ethischer Standards und des Umweltschutzes. Diese Anforderungen sind vertraglich verpflichtend und in der Richtlinie zu Lieferantengeschäftspraktiken (Supplier Business Practices Policy, SBPP) der Masco Corporation festgeschrieben. Wir lehnen alle Formen von Kinder- und Zwangsarbeit sowie alle Formen von moderner Sklaverei und Menschenhandel ab. Auch fordern wir zum Beispiel die Einhaltung fairer Löhne und Arbeitszeiten sowie das Recht auf Vereinigungsfreiheit.

In Hoch-Risiko-Regionen (alles außerhalb EU und USMCA) werden die Lieferanten zusätzlich hinsichtlich dieser Richtlinie regelmäßig auditiert. Die stichprobenartigen Lieferantenaudits werden sowohl von unserem Mutterkonzern Masco als auch von eigenen Fachexperten durchgeführt.

Neue Lieferanten werden bei der Hansgrohe Group geprüft und von einem internen Fachkomitee freigegeben. So werden bei Lieferanten für Produktionsmaterialien neben dem Commodity Buyer auch Fachexperten und Lieferantenauditoren mit einbezogen. Die Betriebsstätten werden vor Ort auf Qualitätsfähigkeit bewertet, um sicherzustellen, dass unsere Anforderungen erfüllt werden können und den Grundstein für eine verlässliche und langfristige Partnerschaft zu legen. Bei der



Aufnahme in den Lieferantenpool lassen wir uns zudem bestätigen, dass Zulieferer sämtliche REACH-Anforderungen einhalten. Die Hansgrohe Group selbst produziert weder chemische Stoffe oder Gemische, noch importiert sie diese in die EU. Als „nachgeschalteter Anwender“ (Downstream User) unterliegen wir nach den REACH-Vorgaben keinen Registrierungspflichten.

Wir haben ein entsprechend den Anforderungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) adäquates Risikomanagement in Bezug auf menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken implementiert. Eine Menschenrechtsbeauftragte überwacht die Prozesse im Einkauf und im eigenen Geschäftsbereich. Alle Beschäftigten wurden über die Mitarbeitenden-App zum LkSG informiert. Ein verpflichtendes E-Learning wurde initiiert, diese Grundschulung wird durch ein jährlich von den Mitarbeitenden zu absolvierenden Refresherkurs ergänzt. Im eigenen Geschäftsbereich sowie in Bezug auf Lieferanten werden jährlich Risikoanalysen

durchgeführt. Wenn ein Risiko identifiziert wird, werden Maßnahmen zur Mitigierung dieses Risikos definiert und umgesetzt. Diese Maßnahmen überprüfen wir kontinuierlich auf ihre Wirksamkeit und passen sie bei Bedarf an.

Rohstoffe und Materialien managen

Der Vorstand Operations steuert gemeinsam mit dem Vice President Purchasing, Quality Management & Continuous Improvement (CIP) den Themenbereich Beschaffung. Das Management von Lieferanten und Dienstleistern obliegt den Bereichen Procurement Non-Production Material, Procurement Finished Goods sowie Procurement Production Material. Im Bereich Global Procurement Solutions widmen sich inzwischen zwei Mitarbeitende speziell den Themen der Compliance und Nachhaltigkeit in der Lieferkette.

Bei der Fertigung unserer Produkte in Deutschland, Frankreich, den USA, China und Serbien verwenden wir hauptsächlich Metalle, Kunststoffe und Chemikalien. Die jeweils größten Posten in diesen drei Hauptmaterialgruppen, die an unseren Produktionsstandorten aufgewendet werden, zeigt die Tabelle (→ **Seite 91**). Tochtergesellschaften wurden nicht berücksichtigt, da ihr Anteil vernachlässigbar gering ist.

Metalle werden vorrangig für die Herstellung von Waschtischarmaturen- oder Brausegrundkörpern verwendet. Eine Armatur besteht größtenteils aus Messing, das in unseren Werken eingeschmolzen und in Form gegossen wird. Wir setzen bei 45 Prozent der im Spritzguss verarbeiteten Kunststoffe den Werkstoff ABS (Acrylnitril-Butadien-Styrol-Copolymer) ein, dessen Ausgangsstoff wie bei anderen Kunststoffen Erdöl ist. Im Werk Offenburg verwenden wir seit 2023 eine Alternative, die gegenüber herkömmlichem ABS laut Herstellerangaben einen Anteil von 50 Prozent an bio-attribuiertem Inhalt ausweist.

Blick in die Kunststoff-spritzerei am Standort Offenburg.



Eingesetzte Materialien bei der Hansgrohe Group

(in t)	2022	2023	2024
Metalle	18.531	14.934	*
davon u. a. Messing	15.247	12.385	*
davon u. a. Zink	2.355	1.798	*
davon u. a. Stahl	699	618	*
Kunststoffe	4.421	3.558	*
davon u. a. PVC	984	864	*
davon u. a. ABS	981	785	*
davon u. a. PPE/PS	571	407	*
Chemikalien	1.611	1.121	*
davon u. a. Salzsäure	433	281	*
davon u. a. Ätznatronlauge	264	116	*
davon u. a. Calciumhydroxit	217	192	*

Hansgrohe Group
 * Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

Der Einsatz von Chemikalien findet hauptsächlich innerhalb des Galvanoprozesses zur Oberflächenbeschichtung der Messing- und Kunststoffgrundkörper statt. Für die Verchromung wird der Rohling zunächst verkupfert sowie vernickelt und anschließend in ein Elektrolysebad mit Chrom-(VI)-Säure getaucht. Chromtrioxid ist in Endprodukten der Hansgrohe Group nicht vorhanden, da es im galvanischen Prozess vollständig umgewandelt wird – das gilt für sämtliche Produkte beider Marken, AXOR und hansgrohe.

Darüber hinaus nutzen wir kleinere Mengen (Natur-) Gips und Keramik, zu noch kleineren Anteilen bei manchen AXOR Design-Produkten regional gewonnenes Holz oder Leder. Im Zuge der Erweiterung unserer Produktkategorien Möbel, WCs und Waschbecken sind in den letzten Jahren neue Materialien hinzugekommen: Spanplatten und mitteldichte Faserplatten (MDF) für die Möbel, Ton, Feldspat und Quarz (Vitrous China, Fine Fire Clay) für die Bad-Keramiken, Glas für die Spiegel sowie Urea Duroplast für die WC-Sitze.

Wir begrüßen die steigenden Anforderungen zur Produkttransparenz und Kreislaufwirtschaft. Derzeit ist es noch nicht möglich, den Anteil der recycelten Werkstoffe in unseren eingesetzten Materialien verlässlich zu bestimmen. Wir arbeiten gemeinsam mit unseren Lieferanten mit Nachdruck daran, den Anteil von Sekundärrohstoffen in unseren Produkten zu ermitteln und schaffen die Systeminfrastrukturen zu deren Steuerung.

Im Berichtsjahr haben wir auf der Basis des Risikomanagementsystems an der Umsetzung der am 29.06.2023 in Kraft getretenen EU-Verordnung zu entwaldungsfreien Lieferketten (Verordnung (EU) 2023/1115) gearbeitet, die nach anfänglichen Plänen zum 30.12.2024 und gemäß der Entscheidung von Kommission und EU-Parlament nunmehr zum 30.12.2025 in Kraft treten soll. Die unmittelbar EU-weit anzuwendende Verordnung bestimmt, dass Rohstoffe wie Soja, Rinder, Palmöl, Holz, Kakao, Kaffee, Kautschuk und deren Erzeugnisse nur dann im Unionsmarkt vertrieben oder in diesen ein- oder ausgeführt werden dürfen, wenn diese nicht mit Entwaldung und Waldschädigung in Verbindung stehen.

Unser Ansatz ist stets, Rohstoffe optimal zu nutzen und so viele Ressourcen wie möglich im Kreislauf zu halten. Daher bemühen wir uns insbesondere beim Rohstoff Messing um kreislauforientierte Ansätze und um die Rückführung in entsprechende Materialkreisläufe. Die Hansgrohe Group ist beispielsweise Teil eines europaweiten Messingkreislaufs. Derzeit prüfen wir zusammen mit Lieferanten, wie wir den Anteil sekundärer Rohstoffe des an uns gelieferten Messings messen und angeben können. Bei Kunststoffen war das Recycling von verchromtem Produktionsabfällen bisher nicht möglich. Im Februar 2024 nahmen wir eine Anlage

in Betrieb, die beide Komponenten, Kunststoff und Metall, in einem eigens mit Hansgrohe entwickelten Verfahren trennen und verwerten kann (→ **Seite 72**).

Transport und Logistik optimieren

Damit unsere Kunden rechtzeitig und zuverlässig beliefert werden, betreiben wir komplexe Logistikketten. Bestellungen versenden wir beispielsweise aus den Lagern Offenburg in Deutschland, Schanghai in China und Alpharetta in den USA. Unsere Logistik leistet aber auch den innerbetrieblichen Transport in oder zwischen den Produktionsstätten ebenso wie die Entsorgungslogistik. Der Transport von Waren in und zwischen unseren Werken wird im Wesentlichen mit eigenen Mitarbeitenden und Fahrzeugen durchgeführt. Der Transport von Komponenten, Halb- und Fertigfabrikaten wird durch externe Dienstleister unterstützt. Bei all diesen Wegen optimieren wir unsere Logistikprozesse, was auch zu Verbesserungen in unserer CO₂-Bilanz führt.

Wir arbeiten kontinuierlich an der Optimierung unserer Logistikprozesse, um unsere CO₂-Bilanz zu verbessern.



Unsere Logistik-Expertinnen und -Experten haben dabei erhebliche Fortschritte im Bereich der Volumenoptimierung erreicht: Mehr Teile in den Kartons und mehr Kartons pro Palette verbessern beispielsweise die Auslastung unserer Lieferungen. Für die täglich rund 200 Kleinstsendungen aus unserem Logistikzentrum wurden ebenfalls die Kartontypen auf kleinere Größen optimiert. Zudem sollen unsere Verpackungen universeller werden und sich wenige Formate für verschiedene Produkte und Inhalte eignen (→ **Seite 57**). Regelmäßige Qualitätsoffensiven und Optimierungen unserer Verpackungen helfen dabei, das Frachtvolumen zu optimieren sowie Transportschäden und Retouren zu vermeiden. Im Berichtsjahr lag der Fokus auf weniger Transporten pro Woche und Warenempfänger durch Bündelung und bessere Befüllung. Die Transportoptimierung verbessert auch die CO₂-Bilanz auf der Transportstrecke.

Logistikkennzahlen des Zentrallagers am Standort Offenburg

	2022	2023	2024
Auftragspositionen (in Stück)	3.320.462	3.197.473	3.292.024
Ausgelieferte Kundenfracht (in t)	30.753	26.565	26.768
Durchschnittliche Anzahl Packstücke pro Tag	8.723	7.547	7.743

Compliance

Die Unternehmenskultur bei Hansgrohe ist geprägt von einem fairen Umgang miteinander, von gegenseitigem Respekt und von hohem Vertrauen gegenüber unseren Mitarbeitenden, unseren Geschäftspartnern sowie Kundinnen und Kunden. Schon deshalb ist es selbstverständlich, dass wir alle geltenden Gesetze und Vorgaben einhalten.

Der gute Ruf, den unser Unternehmen genießt, ist wertvoll und soll durch die gemeinsamen Anstrengungen aller Mitarbeitenden erhalten bleiben. Alle Beschäftigten müssen sich gemäß unseren Compliance-Richtlinien verhalten und jegliche

Handlungen vermeiden, die der Integrität und der Reputation unseres Unternehmens schaden könnten. Wir achten streng darauf, dass wir stets gesetzliche Regeln und selbst geschaffene Richtlinien und Vorgaben einhalten oder übertreffen. Unser Ziel: die vollständige Compliance sicherstellen. Auch von unseren Lieferanten erwarten wir, dass sie alle Vorschriften und Regeln einhalten.

Compliance-Richtlinien der Masco Corporation

Als Unternehmen der Masco Corporation folgt die Hansgrohe Group dem Compliance-Programm von Masco. Es unterstützt unsere Kultur der Integrität und soll Mitarbeitenden einschließlich der Führungskräfte dabei helfen, unser Engagement für ethische Geschäftspraktiken zu verstehen. Eine zentrale Grundlage ist der Masco Ethikkodex (Code of Business Ethics), der auf der Website der Masco Corporation in 16 Sprachen öffentlich zugänglich ist. [Masco Ethikkodex](#) 

Hierzu erhalten alle Mitarbeitenden jährlich eine Schulung, neu eingestellte Mitarbeitende gleich im Rahmen ihrer Einarbeitung. 2024 haben 97 Prozent aller Büroangestellten der Hansgrohe Group die Schulung absolviert. Wir machen außerdem in der Mitarbeitenden-App und an all unseren Standorten weltweit über Aushänge im Unternehmen kontinuierlich darauf aufmerksam.



Über die Einhaltung rechtlicher Anforderungen hinaus orientieren wir uns auch an den moralischen Werten unserer Gesellschaft. Hierfür stehen die Begriffe Ethik und Integrität, die auch im Masco-Ethikkodex verankert sind. Regelmäßige Schulungen helfen unseren Beschäftigten dabei, regelkonformes Verhalten zu erkennen.



**unserer Standorte
haben 2024 eine interne
Risikobewertungen
zur Geschäftsethik
absolviert.**

Zusammen mit der Konzernrechtsabteilung von Masco hat die Hansgrohe Group auch ein internationales Datenschutz-Management aufgebaut. Die Aufgaben der Datenschutzverantwortlichen umfassen die gesamte Bandbreite der gesetzlichen Anforderungen in den Ländern unserer Unternehmenstätigkeit. Sie werden fortlaufend nachgehalten und weiterentwickelt. Im Berichtszeitraum wurden keine begründeten datenschutzrechtlichen Beschwerden bekannt.

Darüber hinaus verfügt Masco über formelle Richtlinien, die sich mit Bestechung und Korruption, Kartellrecht und fairem Wettbewerb, Interessenkonflikten, Geschenken und Bewirtung, Gesundheit und Sicherheit, Finanzberichterstattung, Insider-Handel, Datenschutz, Diskriminierung und anderen Risikobereichen befassen. Wir schulen unsere Mitarbeitenden regelmäßig zu diesen und anderen Governance-Themen. Policies zur Regelkonformität in den Bereichen Boykottverbot, Wirtschaftssanktionen und Ausfuhrkontrolle sowie Geldwäsche dienen dazu, grenzüberschreitende Sanktionsumgehungen und Wirtschaftskriminalität zu verhindern. Ein über die Mitarbeitenden-App verfügbarer Compliance-Schnelltest hilft bei vielen Standard-Konfliktthemen, regelkonformes Verhalten schnell zu erkennen.

100%

**unserer Standorte haben
ein Whistleblowing-Verfahren
implementiert.**



Äußerung von Bedenken und Hinweisen

Unsere Mitarbeitenden werden ermutigt, Aktivitäten zu melden, die sie für illegal, unethisch oder rechtlich fragwürdig halten. Wir haben in unserem Ethikkodex, in den neuen CSR Prinzipien und in unserem Schulungsprogramm dargelegt, wie Bedenken gemeldet werden können. Interne Möglichkeiten sind der Weg über die zuständigen Personalsachbearbeiterinnen und Personalsachbearbeiter, die Hansgrohe Menschenrechtsbeauftragte oder den Betriebsrat. Bedenken, die über Fachabteilungen geäußert werden, führen wir über die monatlichen Jours fixes der Vice Presidents den jeweils zugeordneten Vorstandsverantwortlichen zu. Bedenken, die über den Betriebsrat laufen, gehen an die Personalvorständin. Auch über die Mechanismen unseres Ideenmanagements, das eine regelmäßige Austauschrunde mit unserem Vorstand Produktion pflegt, erreichen Bedenken und Anregungen den Vorstand.

Unsere Mitarbeitenden können auch, genauso wie externe Stakeholder, die Ethik-Hotline von Masco in Anspruch nehmen. Die Hotline ist in 20 Sprachen verfügbar und bietet die Möglichkeit, dass sich Personen anonym an einen unabhängigen Ombudsmann wenden. Wir ergreifen keine Vergeltungsmaßnahmen gegen Personen, die in gutem Glauben einen Verstoß gegen den Kodex oder anderes illegales oder unethisches Verhalten melden. [Hotline | stand4ethics](#) 

Studie zum Einsparpotenzial von Warmwasser in Gebäuden

In der EU macht der Warmwasserverbrauch in bestehenden Gebäuden durchschnittlich 15 Prozent des Endenergieverbrauchs aus, in Deutschland sind es rund 16 Prozent, der zweitgrößte Posten in der Energiebilanz von Gebäuden. Mit Verbesserungen bei der Gebäudeisolierung und Heizungstechnik wird dieser Anteil weiter ansteigen.¹

Zudem sind 90 Prozent des CO₂-Fußabdrucks eines Badezimmers auf die Nutzungsphase der installierten Produkte zurückzuführen. Das ergab unsere Bad-Analyse „Auf dem Weg zum grünen Badezimmer“ vom März 2022. Wassersparen bedeutet daher Energiesparen und Emissionsminderung.

Als einer der führenden Hersteller sanitärtechnischer Produkte möchten wir auf dieses wichtige Thema einwirken. Die Hansgrohe Group hat eine 2024 veröffentlichte Studie in Auftrag gegeben, um das Einsparungspotenzial in Wohngebäuden zu quantifizieren und Empfehlungen für regulatorische Maßnahmen zu identifizieren.

Die vom ITG Dresden durchgeführte Studie hat einen signifikanten, bislang noch weitestgehend unbeachteten Energiesparhebel zu Tage gebracht: Effizienztechnologien für den Warmwasserverbrauch. Der Gesamtenergiebedarf von Einfamilienhäusern lässt sich durch den Einsatz von Wasserspar- und Energieeffizienztechnologien um bis zu 12 Prozent senken – und damit auch die CO₂-Emissionen. Wasser- und energieeffiziente Armaturen und Duschbrausen können den gesamten Primärenergiebedarf von Einfamilienhäusern um zwei bis sechs Prozent senken. Die Ergebnisse der Studie dienen als Grundlage, um Kundinnen und Kunden, Partner und Politik über die Vorteile von Effizienztechnologien für den Warmwasserverbrauch zu informieren und deren Nutzung voranzutreiben.

[Wassersparende Produkte für mehr Energieeffizienz | Hansgrohe Group](#) 

¹ Quelle: dena-GEBÄUDEREPORT 2024



Grundlagen unserer Public Affairs Aktivitäten

Unsere Public Affairs Abteilung unterstützt dabei, mit unserer fachlichen Expertise in der industriellen Fertigung und mit unserem profunden Wissen aus der betrieblichen Praxis ein kompetenter und konstruktiver Dialogpartner für Politik, Behörden und Vertreter der Zivilgesellschaft zu sein. Die Abteilung verantwortet die politische Beratung der Hansgrohe Group und die Vertretung der Interessen des Unternehmens gegenüber politischen Stakeholdern. Dabei liegt unser geografischer Fokus auf der Europäischen Union, Deutschland und Baden-Württemberg. Wir sind im europäischen Transparenzregister angemeldet und im deutschen Lobbyregister registriert. Wir haben einen Public Affairs Kodex formuliert, der die Grundsätze unserer Arbeit in diesem Bereich definiert. So ist für uns selbstverständlich, dass wir sämtliche rechtlichen und Compliance-bezogenen Regeln einhalten und bei allen Initiativen stets begründet, sachlich und transparent agieren. Dabei bauen wir auch auf eine Zusammenarbeit mit Verbänden und Interessengemeinschaften.

Zentrale Themen für unsere Interessenvertretung sind der Wasser- und Energieverbrauch im Gebäude. Auf EU-Ebene haben wir uns beispielsweise im Rahmen der Richtlinie über die Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden (Energy Performance of Buildings Directive, EPBD) engagiert. Ziel war es, dass der Beitrag von Technologien, die den Warmwasserverbrauch reduzieren, in den Energieausweisen und der Energieberatung berücksichtigt werden, um das Bewusstsein für den Beitrag wasser- und energiesparender Armaturen und Duschen in der Gesellschaft zu stärken.

Im Jahr 2023 waren wir Gründungsmitglied des Industrieverbands Sanitärtechnik und -design als Teil des Verbands Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) Armaturen. Hansgrohe engagiert sich in der Person von Frank Wiehmeier, Geschäftsführer Hansgrohe Deutschland Vertriebs-GmbH, im Vorstand. Ziel ist es, Themen wie Wasser, Energieeffizienz und Kreislaufwirtschaft im Einklang mit der Standortsicherung und Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Sanitärbranche voranzutreiben. Im Berichtsjahr sind wir Mitglied der DENEFF (Deutsche Unternehmensinitiative Energieeffizienz) und der Efficient Buildings Europe geworden, zwei Verbände, die sich für den effizienten Energie- und Ressourcenverbrauch im Gebäude einsetzen.



Anhang



Datenüberblick

Umwelt

Alle Zahlen Hansgrohe Group

Emissionen	Einheit	2021 (Basisjahr)	2022	2023	2024
CO ₂ e Emissionen, gesamt	t CO ₂ e	393.079	332.646	267.449	*
Scope 1 CO ₂ e Emissionen, gesamt	t CO ₂ e	9.826	7.293	6.936	*
Scope 2 CO ₂ e Emissionen, gesamt (market based)	t CO ₂ e	21.926	1.709	2.131	*
Scope 2 CO ₂ e Emissionen, gesamt (location based)	t CO ₂ e	31.350	28.818	23.377	*
Scope 3 CO ₂ e Emissionen, gesamt	t CO ₂ e	361.327	323.645	258.382	*
Scope 3 Upstream-Emissionen, gesamt	t CO ₂ e	355.258	312.493	245.319	*
Scope 3.1 – Eingeaufte Güter und Dienstleistungen	t CO ₂ e	227.388	210.465	180.191	*
Scope 3.2 – Kapitalgüter	t CO ₂ e	27.026	53.698	9.142	*
Scope 3.3 – Brennstoff- und energie-bezogene Emissionen	t CO ₂ e	12.224	4.603	3.801	*
Scope 3.4 – Vorgelagerter Transport und Verteilung	t CO ₂ e	74.446	26.853	38.817	*
Scope 3.5 – Abfälle aus dem Betrieb	t CO ₂ e	3.220	3.363	2.690	*
Scope 3.6 – Geschäftsreisen	t CO ₂ e	1.236	4.141	5.250	*
Scope 3.7 – Anfahrt Mitarbeitende	t CO ₂ e	8.924	7.684	5.429	*
Scope 3.8 – Gemietete oder geleaste Objekte	t CO ₂ e	794	1.688	0	*
Scope 3 Downstream-Emissionen, gesamt	t CO ₂ e	6.069	11.152	13.062	*
Scope 3.9 – Nachgelagerter Transport und Verteilung	t CO ₂ e	2.360	6.541	9.256	*
Scope 3.12 – Entsorgung von verkauften Produkten am Ende ihrer Lebensdauer	t CO ₂ e	3.709	4.611	3.806	*

* Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

	Einheit	2021 (Basisjahr)	2022	2023	2024
Veränderungen der gesamten CO ₂ e Emissionen zum Basisjahr 2021	%	-	-15,4	-32,0	*
Veränderung der Scope 1 CO ₂ e Emissionen zum Basisjahr 2021	%	-	-25,8	-29,4	*
Veränderung der Scope 2 CO ₂ e Emissionen zum Basisjahr 2021 (market based)	%	-	-92,2	-90,3	*
Veränderung der Scope 2 CO ₂ e Emissionen zum Basisjahr 2021 (location based)	%	-	-8,1	-25,4	*
Veränderung der Scope 3 CO ₂ e Emissionen zum Basisjahr 2021	%	-	-10,4	-28,5	*
CO ₂ e-Emissionen (Scope 1 und 2) pro Tonne verkauftes Produkt	t CO ₂ e/t Produkt	1,13	0,30	0,41	*

Energie	Einheit	2022	2023	2024
Energieverbrauch, gesamt	MWh	82.891	76.739	*
Strom, gesamt	MWh	59.714	56.939	*
erneuerbar	MWh	55.992	53.697	*
nicht erneuerbar	MWh	3.723	3.242	*
Erdgas	MWh	21.498	18.333	*
Heizöl	MWh	1.440	1.245	*
Fernwärme	MWh	239	223	*
Anteil erneuerbare Energie am gesamten Energieverbrauch	%	67,5	70,0	*
Anteil erneuerbarer Strom am gesamten Stromverbrauch	%	93,8	94,3	*
Strom pro Tonne verkauftes Produkt (Stromintensität)	MWh/t Produkt	2,00	2,58	*

Abfall	Einheit	2022	2023	2024
Abfall, gesamt	t	10.677	8.160	*
ungefährlicher Abfall	t	9.139	6.786	*
recycelt	t	6.264	4.347	*
verbrannt (inkl. energetische Verwertung)	t	1.416	1.092	*
deponiert	t	884	842	*
nicht spezifiziert	t	576	505	*
gefährlicher Abfall	t	1.538	1.374	*
recycelt	t	538	570	*
verbrannt (inkl. energetische Verwertung)	t	690	470	*
deponiert	t	310	334	*
Ungefährlicher Abfall pro Tonne verkauftes Produkt (Abfallintensität)	t/t Produkt	0,31	0,31	*
Gefährlicher Abfall pro Tonne verkauftes Produkt (Abfallintensität)	t/t Produkt	0,05	0,06	*
Produkte	Einheit	2022	2023	2024
Anteil „Grüner Produkte“ am Absatz des relevanten Portfolios	%	49,9	52,7	54,6
Produkte, die durch Environmental Product Declarations (EPD) abgedeckt sind	Produkte	> 40	> 1.500	> 1.700

Wasser	Einheit	2022	2023	2024
Wasserentnahme, gesamt	m³	132.254	123.744	*
Wasserrückführung, gesamt	m³	132.254	123.744	*
Wasserverbrauch, gesamt	m³	0	0	*
Anteil relevanter Produktionsstandorte mit implementierter Wasseraufbereitungs-/Recyclinganlage	%	-	100	*
Anteil relevanter Produktionsstandorte mit implementierten Wasserspar-Technologien	%	-	100	*
Wasserentnahme pro Tonne verkauftes Produkt (Wasserintensität)	m³/t Produkt	4,44	5,60	*

Managementsysteme ¹	Einheit	2022	2023	2024
Anteil der Produktionsstandorte mit ISO 9001 Zertifizierung	%	100	100	100
Anteil der Produktionsstandorte mit ISO 14001 Zertifizierung	%	85,7	85,7	75
Anteil der Produktionsstandorte mit ISO 50001 Zertifizierung	%	57,1	57,1	50
Anteil der Produktionsstandorte mit Umwelt-Risikomanagement	%	100	100	100

* Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

Soziales

Alle Zahlen Hansgrohe Group, Abweichungen in den Zahlen sind durch Fußnoten gekennzeichnet

Beschäftigte	Einheit	2023	2024
Beschäftigte, gesamt	Köpfe	5.448	5.645
Beschäftigte, nach Region			
Europa	Köpfe	4.214	4.423
Asien	Köpfe	959	943
Amerika	Köpfe	217	220
Afrika	Köpfe	47	45
Australien	Köpfe	11	14
Beschäftigte, nach Diversitätsfaktoren			
männlich	Köpfe	3.312	3.445
weiblich	Köpfe	2.135	2.196
ohne Angabe	Köpfe	1	4
unter 30 Jahre	Köpfe	819	943
30-50 Jahre	Köpfe	3.148	3.258
über 50 Jahre	Köpfe	1.481	1.444
Führungskräfte, gesamt			
männlich	Köpfe	506	569
weiblich	Köpfe	161	179
ohne Angabe	Köpfe	0	1
unter 30 Jahre	Köpfe	13	18
30-50 Jahre	Köpfe	461	539
über 50 Jahre	Köpfe	194	192

	Einheit	2023	2024
Vorstände, gesamt	Köpfe	5	5
männlich	Köpfe	4	4
weiblich	Köpfe	1	1
ohne Angabe	Köpfe	0	0
Beschäftigte, nach Beschäftigungsverhältnis			
Vollzeit	Köpfe	–	5.124
Teilzeit	Köpfe	–	521
zzgl. Zeitarbeitnehmende	Köpfe	–	184
Neueinstellungen, gesamt ²			
männlich	Köpfe	256	476
weiblich	Köpfe	162	262
ohne Angabe	Köpfe	1	6
unter 30 Jahre	Köpfe	156	299
30-50 Jahre	Köpfe	228	396
über 50 Jahre	Köpfe	35	49
Europa	Köpfe	305	646
Asien	Köpfe	66	56
Amerika	Köpfe	42	34
Afrika	Köpfe	6	4
Australien	Köpfe	0	4
Mitarbeitende die ihre Beschäftigung bei Hansgrohe im Berichtsjahr beendet haben			
	Köpfe	641	536
Fluktuationsrate, gesamt			
	%	4,6	5,1

Arbeitgeberverantwortung^{2,3}

	Einheit	2023	2024
Anteil der Mitarbeitenden, die durch Tarifverträge abgedeckt sind	%	93,2	93,3
Anteil der Mitarbeitenden, die durch einen Betriebsrat vertreten sind	%	93,2	93,3

Personalentwicklung³

	Einheit	2023	2024
Durchschnittliche jährliche Weiterbildungsstunden pro Mitarbeitendem	h	12,1	10,2
Auszubildende und Dual Studierende ⁴	Köpfe	138	146
Ausbildungsquote ⁴	%	5,0	4,9

Arbeitssicherheit und Gesundheit

	Einheit	2023	2024
Arbeitssicherheitsschulungen (vor Ort und online), gesamt ⁵	Schulungen	7.830	9.388
Anteil der in Gesundheit und Sicherheit geschulten Mitarbeitenden ⁶	%	82	100
Verletzungen, gesamt ⁶	Verletzungen	38	38
Europa	Verletzungen	37	32
Amerika	Verletzungen	0	1
Asien	Verletzungen	1	5
Schnitt-/Stichverletzung	Verletzungen	9	6
Prellung, Quetschung, Stauchung	Verletzungen	26	30
Brüche	Verletzungen	1	1
Verätzung/Verbrennung	Verletzungen	2	1
Anteil der Mitarbeitenden, für die Schutzkleidung und Arbeitsmittel bereitgestellt werden ⁶	%	100	100
Anteil der Mitarbeitenden, die durch einen Gesundheits- und Sicherheitsausschuss vertreten sind ⁷	%	100	100
Anteil der Produktionsstandorte mit durchgeführter Gesundheits- und Sicherheitsrisikobewertung	%	100	100
Anteil der Produktionsstandorte mit ISO 45001 Zertifizierung ¹	%	85,7	75

Governance

Alle Zahlen Hansgrohe Group

Lieferkette	Einheit	2023	2024
Lieferanten, gesamt	Lieferanten	2.924	2.942
Anteil der Lieferanten, die sich an die Masco Richtlinie zu Lieferantengeschäftspraktiken halten müssen	%	100	100
Anteil der Lieferanten, die im Hinblick auf die Masco Richtlinie zu Lieferantengeschäftspraktiken auditiert worden sind	%	18	8
Anteil der Einkaufenden, die Schulungen zu ökologischen und sozialen Themen in der Lieferkette absolviert haben	%	-	95

Materialien ⁸	Einheit	2023	2024
Metalle	t	14.934	*
Messing	t	12.385	*
Zink	t	1.798	*
Stahl	t	618	*
Kunststoffe	t	3.558	*
PVC	t	864	*
ABS	t	785	*
PPE/PS	t	407	*
Chemikalien	t	1.121	*
Salzsäure	t	281	*
Ätznatronlauge	t	116	*
Calciumhydroxit	t	192	*

Ethik	Einheit	2023	2024
Anteil der Standorte, an denen internen Audits/Risikobewertungen zur Geschäftsethik durchgeführt wurden	%	100	100
Anteil der Standorte, an denen Audits/Risikobewertungen zur Einhaltung der Menschenrechte durchgeführt wurde (inkl. Kinder- und Zwangsarbeit)	%	100	100
Anteil der Standorte, an denen interne und/oder externe Audits/Risikobewertungen zur Informationssicherheit durchgeführt wurden	%	100	100
Anteil der Standorte mit implementiertem Whistleblower-System	%	100	100
Anzahl der Whistleblower-Verfahren im Berichtsjahr	Verfahren	0	0
Anzahl der Verfahren im Zusammenhang mit Korruption/Bestechung	Verfahren	0	0

* Die Daten für 2024 werden aktuell noch ermittelt und nachgereicht.

1: Bis 2024 ohne das Werk Valjevo in Serbien
 2: Ohne Auszubildende, Dual Studierende, Praktikanten und Ferienjobber
 3: Hansgrohe SE, Hansgrohe International GmbH, Hansgrohe Deutschland Vertriebs-GmbH
 4: Nicht inkludiert: Easy Sanitary Solutions B.V. (ESS) und ihre Tochterunternehmen
 5: Hansgrohe SE und Hansgrohe Deutschland Vertriebs-GmbH
 6: Hansgrohe SE, alle weiteren Produktionsstandorte und Hansgrohe Deutschland Vertriebs-GmbH
 7: Hansgrohe SE und Produktionsstandort Wasselonne
 8: Hauptmaterialgruppen mit den jeweils drei größten Posten; Zahlen gerundet

Berichtsprofil

Der vorliegende Bericht ist der zweite Geschäftsbericht mit integriertem Nachhaltigkeitsbericht der Hansgrohe Group mit Sitz in Schiltach (Baden-Württemberg, Deutschland). Der Bericht ist gültig für das Geschäftsjahr 2024 (1. Januar bis 31. Dezember 2024) und wurde im März 2025 veröffentlicht. Eine externe Prüfung hat nicht stattgefunden. Diese Berichterstattung wird durch einen formellen Lagebericht nach HGB ergänzt, der im Bundesanzeiger zu finden ist; dieser beinhaltet auch das Testat des Wirtschaftsprüfers.

Konsolidierungskreis des Berichts

Dieser Bericht umfasst alle vollkonsolidierten Unternehmen der Hansgrohe Group im In- und Ausland für das Geschäftsjahr 2024. Zum Konsolidierungskreis gehören 35 Gesellschaften inklusive acht Produktionsstandorte. Der Konsolidierungskreis des Berichts entspricht damit dem formellen Lagebericht nach HGB für das Geschäftsjahr 2024.

Produktionsstandorte	Gesellschaft
Offenburg, Schiltach West, Willstätt	Hansgrohe SE, Deutschland
Bad Bentheim	ESS Assemblage GmbH, Deutschland
Wasselonne	Hansgrohe Wasselonne S.A.S., Frankreich
Alpharetta	Hansgrohe Inc., USA
Schanghai	Hansgrohe Sanitary Products Co. Ltd., China
Valjevo	Hansgrohe DOO, Serbien

Zur Hansgrohe SE gehören, neben den Produktionsstandorten, auch die Unternehmenszentrale und die Talentschmiede in Schiltach Ave, der InnovationsPark in Alpirsbach sowie insgesamt acht Verkaufsbüros in Estland, Finnland, Kasachstan, Marokko, Panama, Saudi-Arabien, Ukraine und den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Weitere Gesellschaften

- Hansgrohe International GmbH, Schiltach, Deutschland
- Hansgrohe Deutschland Vertriebs-GmbH, Schiltach, Deutschland
- ESS B.V., Oldenzaal, Niederlande
- ESS GmbH, Bad Bentheim, Deutschland
- Hansgrohe A/S, Hasselager, Dänemark
- Hansgrohe S.A.R.L., Antony, Frankreich
- Hansgrohe Handelsges. mbH, Wiener Neudorf, Österreich
- Hansgrohe srl, Moncalieri, Italien
- Hansgrohe S.A.U., Molins de Rei, Spanien
- Hansgrohe B.V., Amsterdam, Niederlande
- Hansgrohe Ltd., Warwick, Großbritannien
- Hansgrohe S.A./N.V., Anderlecht, Belgien
- Hansgrohe AB, Malmö, Schweden
- Hansgrohe AG, Neuenhof, Schweiz
- Hansgrohe Sp. z o.o., Warschau, Polen
- Hansgrohe Pte. Ltd., Singapur, Singapur
- Hansgrohe CS s.r.o., Brno, Tschechien
- Hansgrohe Kft., Budapest, Ungarn
- Hansgrohe Japan K.K., Tokio, Japan
- Hansgrohe S.A., Buenos Aires, Argentinien
- Hansgrohe India Pvt. Ltd., Pune, Indien
- Hansgrohe d.o.o., Zagreb, Kroatien
- Hansgrohe Pty Ltd, Abbotsford, Australien
- Hansgrohe S. de R.L. de C.V., Mexiko-Stadt, Mexiko
- Hansgrohe South Africa Pty Ltd, Sandton, Südafrika
- Hansgrohe Armatur San. ve Tic. Ltd., Gebze/Istanbul, Türkei
- Hansgrohe Shanghai Trading Co. Ltd., Schanghai, China
- Hansgrohe Sanitary Products LLC, New Kairo, Ägypten
- Hansgrohe Romania SRL, Bucuresti Sector 1, Rumänien

Profil des Nachhaltigkeitsberichts

Ziel des Nachhaltigkeitsberichts ist es, unseren Stakeholdern transparent darzustellen, wie die Hansgrohe Group Nachhaltigkeit in ihr Geschäftsmodell integriert und zukunftsorientiert managt. Dafür orientiert sich der Bericht an den Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der Europäischen Union und den damit verbundenen European Sustainability Reporting Standards (ESRS) mit Stand Mai 2024. Der ESRS-Index ab → **Seite 105** verortet die angewendeten Standards und Angabepflichten auf Basis unserer aktuellen Wesentlichkeitsanalyse → **Seite 45**.

Der Nachhaltigkeitsbericht umfasst ebenso alle vollkonsolidierten Unternehmen der Hansgrohe Group im In- und Ausland und entspricht damit dem formellen Lagebericht nach HGB für das Geschäftsjahr 2024. Die Datenerhebung erfolgte in Zusammenarbeit mit den zuständigen Fachabteilungen. Sofern nicht anders vermerkt, beziehen sich alle Daten im Bericht auf diese Konsolidierungskreise:

Daten	Abgedeckte Gesellschaften
Produktverantwortung, Umwelt, Governance	Hansgrohe Group
Soziales	
Beschäftigtenzahlen sowie Vielfalt und Chancengerechtigkeit	Hansgrohe Group
Arbeitgeberverantwortung, Personalentwicklung	Hansgrohe SE, Hansgrohe International GmbH, Hansgrohe Deutschland Vertriebs-GmbH
Arbeitsicherheit und Gesundheit	Hansgrohe SE, alle weiteren Produktionsstandorte, Hansgrohe Deutschland Vertriebs-GmbH

Wichtige Änderungen und Neudarstellungen im Nachhaltigkeitsbericht

Beziehen sich berichtete Daten explizit auf die Hansgrohe SE, sind die acht Verkaufsbüros, sofern nicht anders vermerkt, aufgrund ihres vernachlässigbaren Anteils nicht berücksichtigt. Dies gilt auch für den Bericht 2023, wurde dort aber noch nicht ausgewiesen.

Bislang bezogen sich die Kennzahlen zu Energie, Wasser und Abfall nur auf unsere Produktionsstandorte. Wir haben unsere Datenerfassung erweitert und weisen ab diesem Bericht alle Umweltkennzahlen für die gesamte Hansgrohe Group aus. Aus diesem Grund wurden die Kennzahlen aus den Jahren 2022 und 2023 aktualisiert und sind nicht vergleichbar zu vergangenen Berichten.

Im Bericht 2023 wurden Abfallkennzahlen mit der Einheit Kubikmeter (m³) ausgewiesen, wobei die korrekte Einheit Tonnen (t) ist. Die Werte haben sich dadurch nicht verändert.

Für den Anteil „Grüner Produkte“ am Absatz des relevanten Portfolios wenden wir seit 2024 eine verbesserte Berechnungsmethodik an. Die Daten für 2022 und 2023 wurden rückwirkend korrigiert, um Vergleichbarkeit herzustellen.

Berechnungsmethode für das Treibhausgasinventar

Die Berechnung des Treibhausgasinventars der Hansgrohe Group basiert auf den Grundsätzen und Methoden des GHG Protocol. Die Systemgrenzen des Treibhausgasinventars wurden nach dem operativen Kontrollansatz festgelegt. Die in diesem Bericht ausgewiesenen gesamten CO₂e Emissionen weisen Scope-2-Emissionen nach dem market-based Ansatz aus. Die folgenden Treibhausgasemissionen werden in unserem Nachhaltigkeitsbericht berücksichtigt:

- Scope 1: direkte Treibhausgasemissionen aus Verbrennungsprozessen in stationären Anwendungen, mobilen Anwendungen und direkte Emissionen von flüchtigen Gasen.
- Scope 2: indirekte Treibhausgasemissionen, die bei der Erzeugung von Strom und Fernwärme entstehen, die wir einkaufen.
- Scope 3: Einge kaufte Güter und Dienstleistungen (3.1), Kapitalgüter (3.2), brennstoff- und energiebezogene Emissionen (nicht Teil von Scope 1 oder 2; 3.3), vorgelagerter Transport und Verteilung (3.4), Abfälle aus dem Betrieb (3.5), Geschäftsreisen (3.6), Anfahrt Mitarbeitende (3.7), nachgelagerter Transport und Verteilung (3.9) sowie Entsorgung von verkauften Produkten am Ende ihrer Lebensdauer (3.12).

Nicht berücksichtigt wurden folgende Scope 3 Kategorien, da sie nicht zutreffend oder für uns nicht relevant sind: Gemietete oder geleaste Objekte (3.8, ab 2023 nicht mehr relevant), Verarbeitung der verkauften Zwischenprodukte (3.10), Nutzung der verkauften Produkte (3.11), nachgelagerte geleaste Assets (3.13), Franchises (3.14) sowie Investitionen (Scope 3.15).

Für die Umrechnung der Verbrauchsdaten in CO₂-Äquivalente (CO₂e) werden sowohl Primär- als auch Sekundärdaten aus wissenschaftlichen Datenbanken genutzt. Das heißt, dass in den Berechnungen neben CO₂ auch die sechs weiteren, im Kyoto-Protokoll reglementierten Treibhausgase berücksichtigt werden: Methan (CH₄), Distickstoffmonoxid (N₂O), Schwefelhexafluorid (SF₆), Fluorkohlenwasserstoffe (FKW und H-FKW) sowie Stickstofftrifluorid (NF₃). Diese werden in das

Treibhauspotenzial von CO₂ umgerechnet und bilden somit CO₂-Äquivalente (CO₂e).

Vorsichtserklärung und Kontakt

Der vorliegende Bericht ist auch in englischer Sprache verfügbar. Im Falle von Abweichungen zwischen den Versionen ist das deutsche Dokument maßgebend. Alle Angaben in diesem Bericht erfolgten mit bestem Wissen und wurden mit größter Sorgfalt und Umsicht zusammengestellt. Eine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben kann dennoch nicht übernommen werden. Zudem enthält dieser Bericht Links zu eigenen und anderen Webseiten sowie Verweise auf Dritte. Diese sind nicht Teil des Berichts selbst, wir können keine Gewähr für deren Richtigkeit übernehmen.

Zukunftsgerichtete Aussagen sind unverbindlich und gelten nur für das Datum, an dem diese Informationen ursprünglich erstellt wurden. Alle Aussagen, die nicht auf historischen Fakten beruhen, können zukunftsgerichtete Aussagen sein. Einige dieser Aussagen sind an der Verwendung von Begriffen wie „glauben“, „erwarten“, „antizipieren“, „können“, „werden“, „sollten“, „anstreben“, „ungefähr“, „beabsichtigen“, „projizieren“, „planen“, „schätzen“ oder der Verneinung dieser Wörter und anderer vergleichbarer Begriffe zu erkennen. Die Leser sollten sich nicht in unangemessener Weise auf zukunftsgerichtete Aussagen verlassen, da diese nur zu dem Zeitpunkt Gültigkeit haben, an dem sie erstmals gemacht wurden. Sofern nicht gesetzlich vorgeschrieben, ist das Unternehmen nicht verpflichtet, seine zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder zu überarbeiten. Zukunftsgerichtete Aussagen beinhalten Risiken und Ungewissheiten, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den prognostizierten, erwarteten oder implizierten abweichen. Ziele stellen keine Verpflichtungen, Versprechen oder Garantien dar.

Ansprechpartnerin bei Fragen rund um den Bericht ist Franziska Seitz aus dem Bereich Corporate Communications, erreichbar unter:

public.relations@hansgrohe.com

ESRS-Index

Dieser Geschäftsbericht mit Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich an den Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der Europäischen Union und den damit verbundenen European Sustainability Reporting Standards (ESRS) mit Stand Mai 2024. Der folgende Index zeigt die Verortung der

verwendeten Berichtsstandards auf Ebene der Angabepflichten, ohne auf einzelne Datenpunkte einzugehen. Der formelle, durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Testat geprüfte Lagebericht nach HGB erscheint nach wie vor im Bundesanzeiger.

ESRS 2: Allgemeine Angaben

ESRS-Nr.	Angabepflicht	Kommentar	Seite
BP-1	Allgemeine Grundlagen für die Erstellung der Nachhaltigkeitserklärungen	Nicht zutreffend: 5.d./e.	102-104
BP-2	Angaben im Zusammenhang mit spezifischen Umständen	Noch nicht berichtet: 9, 11 Nicht zutreffend: 15	11-12, 43-46, 103-104
GOV-1	Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane	Noch nicht berichtet: 21.c./e.	7, 33, 81, 87-90
GOV-2	Informationen und Nachhaltigkeitsaspekte, mit denen sich die Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane des Unternehmens befassen		43-44, 60-61
GOV-3	Einbeziehung der nachhaltigkeitsbezogenen Leistung in Anreizsysteme	Noch nicht berichtet	–
GOV-4	Erklärung zur Sorgfaltspflicht		28, 88-90
GOV-5	Risikomanagement und interne Kontrollen der Nachhaltigkeitsberichterstattung		33-39, 89-90
SBM-1	Strategie, Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette	Teilweise berichtet: 40.b. Noch nicht berichtet: 40.c. Nicht zutreffend: 40.d.	6-9, 19, 22-25, 46
SBM-2	Interessen und Standpunkte der Interessenträger	Noch nicht berichtet: 45.b.-d.	47-48
SBM-3	Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	Noch nicht berichtet: 48.b.-h.	33-39, 45

ESRS-Nr.	Angabepflicht	Kommentar	Seite
IRO-1	Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen	Noch nicht berichtet: 53.b./h.	33-49, 45
IRO-2	In ESRS enthaltene, von der Nachhaltigkeitserklärung des Unternehmens abgedeckte Angabepflichten	Nicht zutreffend: 57	105-108
MDR-P	Strategien zum Umgang mit wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekten		43-44, 52-55, 60-63, 74-75, 87-88
MDR-A	Maßnahmen und Mittel in Bezug auf wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte	Teilweise berichtet	43-44, 52-55, 60-63, 74-75, 87-88
MDR-M	Parameter in Bezug auf wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte		45-46, 53, 60-61, 102-104
MDR-T	Nachverfolgung der Wirksamkeit von Strategien und Maßnahmen durch Zielvorgaben		45-46, 63

E1: Klimaschutz

ESRS-Nr.	Angabepflicht	Kommentar	Seite
ESRS 2 GOV-3	Einbeziehung der nachhaltigkeitsbezogenen Leistung in Anreizsysteme	Nicht zutreffend	–
E1-1	Übergangsplan für den Klimaschutz	Noch nicht berichtet: 16.c.-f. Nicht zutreffend: 16.g., 17	60-67
ESRS 2 SBM-3	Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	Noch nicht berichtet: 18	13-15, 33-39, 45-46
ESRS 2 IRO-1	Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen klimabezogenen Auswirkungen, Risiken und Chancen		43-44, 60-65
E1-2	Strategien im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel		43-44, 46, 53-54, 62-67
E1-3	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit den Klimastrategien	Noch nicht berichtet: AR21, 29.c.	64-65
E1-4	Ziele im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel	Noch nicht berichtet: AR 30.c.	46, 63-65, 104
E1-5	Energieverbrauch und Energiemix	Nicht zutreffend: 40-43, AR36, AR38	66-67, 97
E1-6	THG-Bruttoemissionen der Kategorien Scope 1, 2 und 3 sowie THG-Gesamtemissionen	Noch nicht berichtet: 53, AR55	64-65, 97
E1-7	Abbau von Treibhausgasen und Projekte zur Verringerung von Treibhausgasen, finanziert über CO ₂ -Gutschriften	Noch nicht berichtet: 59-61, AR62-64	63, 97
E1-8	Interne CO ₂ -Bepreisung	Übergeordnete Informationen	61
E1-9	Erwartete finanzielle Auswirkungen wesentlicher physischer Risiken und Übergangsrisiken sowie potenzielle klimabezogene Chancen	Noch nicht berichtet	–

E2: Umweltverschmutzung

ESRS-Nr.	Angabepflicht	Kommentar	Seite
ESRS 2 IRO-1	Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung		37, 53-57
E2-1	Strategien im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung		53-57, 71-72
E2-2	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	Noch nicht berichtet: 19	51-57, 71-72
E2-3	Ziele im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	Noch nicht berichtet: 24	43-44, 53, 56-57
E2-4	Luft-, Wasser- und Bodenverschmutzung	Noch nicht berichtet	
E2-5	Besorgniserregende Stoffe und besonders besorgniserregende Stoffe	Teilweise berichtet	71-72, 90-91
E2-6	Erwartete finanzielle Auswirkungen durch Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	Noch nicht berichtet	–

E3: Wasser- und Meeresressourcen

ESRS-Nr.	Angabepflicht	Kommentar	Seite
ESRS 2 IRO-1	Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	Noch nicht berichtet	–
E3-1	Strategien im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	Noch nicht berichtet: 13-14, AR18	43, 46, 51-54, 60-62, 69
E3-2	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	Noch nicht berichtet: 18, 19, AR20	53-55, 69-70
E3-3	Ziele im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	Noch nicht berichtet: 23.a., 24, 25, AR22	69
E3-4	Wasserverbrauch	Noch nicht berichtet: 28.b.-e., AR30-32	70-71, 98
E3-5	Erwartete finanzielle Auswirkungen durch Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	Noch nicht berichtet	–

E4: Biologische Vielfalt und Ökosysteme

Gemäß der durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse gilt dieses Thema als nicht ausreichend relevant für das Nachhaltigkeitsmanagement der Hansgrohe Group.

E5: Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

ESRS-Nr.	Angabepflicht	Kommentar	Seite
ESRS 2 IRO-1	Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	Noch nicht berichtet: 11b	37, 43-44, 51-52
E5-1	Strategien im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft		43-44, 71-72, 91
E5-2	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft		57, 71-72, 91-92
E5-3	Ziele im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	Noch nicht berichtet: 26	53, 57, 91
E5-4	Ressourcenzuflüsse	Wichtigste Materialien	91, 101
E5-5	Ressourcenabflüsse	Teilweise berichtet: 36 Noch nicht berichtet: 38.a.-b., 40 Nicht zutreffend: 39	55, 57, 70-72, 98
E5-6	Erwartete finanzielle Auswirkungen durch Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	Noch nicht berichtet	–

S1: Eigene Belegschaft

ESRS-Nr.	Angabepflicht	Kommentar	Seite
ESRS 2 SBM-3	Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	Noch nicht berichtet: 14.a.-g., 15-16	38, 74
S1-1	Strategien im Zusammenhang mit der eigenen Belegschaft		26, 74-76
S1-2	Verfahren zur Einbeziehung eigener Arbeitskräfte und von Arbeitnehmervertretern in Bezug auf Auswirkungen		47, 74-77, 81, 83
S1-3	Verfahren zur Behebung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die eigene Arbeitskräfte Bedenken äußern können		74, 94
S1-4	Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen und Ansätze zur Minderung wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit der eigenen Belegschaft sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen und Ansätze	Noch nicht berichtet: AR33-48	76-77, 82-84, 93-94
S1-5	Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	Noch nicht berichtet	–
S1-6	Merkmale der Beschäftigten des Unternehmens		75, 99
S1-7	Merkmale der nicht angestellten Beschäftigten in der eigenen Belegschaft des Unternehmens		26, 75, 99
S1-8	Tarifvertragliche Abdeckung und sozialer Dialog	Noch nicht berichtet: 61-63, AR70	74-75, 100
S1-9	Diversitätsparameter		81, 99
S1-10	Angemessene Entlohnung		31, 74-75, 89
S1-11	Sozialschutz	Noch nicht berichtet	–
S1-12	Menschen mit Behinderungen	Teilweise berichtet	82
S1-13	Parameter für Schulungen und Kompetenzentwicklung	Teilweise berichtet	78-80, 100
S1-14	Parameter für Gesundheitsschutz und Sicherheit	Noch nicht berichtet: 89-90, AR94	83-85, 100
S1-15	Parameter für die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben	Satz 94 trifft zu	76
S1-16	Vergütungsparameter (Verdienstunterschiede und Gesamtvergütung)	Noch nicht berichtet	–
S1-17	Vorfälle, Beschwerden und schwerwiegende Auswirkungen im Zusammenhang mit Menschenrechten	Noch nicht berichtet	–

S2: Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette

ESRS-Nr.	Angabepflicht	Kommentar	Seite
ESRS 2 SBM-3	Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	Übergeordnete Informationen	28, 89-90
S2-1	Strategien im Zusammenhang mit Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette		28, 44, 46, 74, 89-90
S2-2	Verfahren zur Einbeziehung der Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette in Bezug auf Auswirkungen	Noch nicht berichtet	–
S2-3	Verfahren zur Behebung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die die Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette Bedenken äußern können		89-90, 93-94
S2-4	Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen und Ansätze zum Management wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen und Ansätze	Noch nicht berichtet: 33-36; AR30-37	74, 89-90, 94
S2-5	Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	Noch nicht berichtet	–

S3: Betroffene Gemeinschaften

Gemäß der durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse gilt dieses Thema als nicht ausreichend relevant für das Nachhaltigkeitsmanagement der Hansgrohe Group.

S4: Verbraucher und Endnutzer

ESRS-Nr.	Angabepflicht	Kommentar	Seite
ESRS 2 SBM-3	Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	Übergeordnete Informationen	36, 56-57
S4-1	Strategien im Zusammenhang mit Verbrauchern und Endnutzern	Noch nicht berichtet: 16-17, AR9, AR13	8, 36, 51-52
S4-2	Verfahren zur Einbeziehung von Verbrauchern und Endnutzern in Bezug auf Auswirkungen	Noch nicht berichtet: 21	47, 52, 58
S4-3	Verfahren zur Behebung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die Verbraucher und Endnutzer Bedenken äußern können	Noch nicht berichtet: AR23	56-58
S4-4	Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen auf Verbraucher und Endnutzer und Ansätze zum Management wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit Verbrauchern und Endnutzern sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen und Ansätze	Teilweise berichtet	36, 56-58
S4-5	Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	Noch nicht berichtet	–

G1: Unternehmenspolitik

ESRS-Nr.	Angabepflicht	Kommentar	Seite
ESRS 2 GOV-1	Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane		6, 13-15, 87-89
G1-1	Strategien in Bezug auf Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur		48, 56, 60-61, 83, 87-88, 90
G1-2	Management der Beziehungen zu Lieferanten	Noch nicht berichtet: 14	89-90
G1-3	Verhinderung und Aufdeckung von Korruption und Bestechung		28, 74, 89, 93-94, 101
G1-4	Bestätigte Korruptions- oder Bestechungsfälle		101
G1-5	Politische Einflussnahme und Lobbytätigkeiten	Übergeordnete Informationen	95
G1-6	Zahlungspraktiken	Noch nicht berichtet	–

Impressum

HERAUSGEBER

Hansgrohe Group
Auestraße 5–9
77761 Schiltach
Deutschland
www.hansgrohe-group.com 

KONTAKT

Corporate Communications
Franziska Seitz, Dr. Jörg Hass
Telefon: +49 783651-0
E-Mail: public.relations@hansgrohe.com

BERATUNG UND REDAKTION

[STEINBACH STRATEGIEN, Hamburg](#) 

LAYOUT

[Die Magaziniker GmbH, Stuttgart](#) 

BILDNACHWEIS

Hansgrohe SE; REC.TEC; Ringmetall SE; Nico Pudimat; Christoph Breithaupt, sciencebasedtargets.org, www.watereurope.eu, @sprintcycling, www.buildher.org; Bulgari Hotels
Aleena/stock.adobe.com, EnelEva/stock.adobe.com, 为轩 张/stock.adobe.com, Miha Creative/stock.adobe.com, alekleks/stock.adobe.com, Water Shining/stock.adobe.com, 航大 長岡/stock.adobe.com

URHEBERRECHTE

© 2025 Hansgrohe SE

Hansgrohe behält sich sämtliche Rechte weltweit vor. Der Inhalt, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken, unterliegen dem deutschen Urheberrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts 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.