

Hansgrohe Group

AXOR · hansgrohe



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW



Klimawin BW

Einfacher Bericht

2024

Hansgrohe SE

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz	4
2. Die Klimawin BW	5
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	5
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	5
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	6
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	7
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	7
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	8
4. Unsere Schwerpunktthemen	9
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	9
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	9
4.3 Aktivitäten	10
5. Weitere Aktivitäten	11
6. Unser Klimawin BW-Projekt	12
6.1 Das Projekt	12
6.2 Ergebnisse und Entwicklungen	15
6.3 Ausblick	15
Impressum	16

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung



Copyright Hansgrohe SE | braxart

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 Badezimmererlebnisse. 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 23.000 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 rüstet die Unternehmensgruppe mit ihrer Initiative „ECO 2030“ bis 2030 alle wasserführenden Produkte ausschließlich mit Wasserspartetechnologien aus. 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. 2024 erwirtschaftete die Hansgrohe Group einen Umsatz von 1,387 Milliarden Euro. Weltweit beschäftigt das Unternehmen rund 5.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 60 Prozent in Deutschland.

1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die Klimawin BW

2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

Mit der Unterzeichnung der Klimawin BW bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

2.2.1 Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

2.2.2 Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

2.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter: www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 06.06.2023

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	ja
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	nein
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	nein	ja
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	ja
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	ja	ja
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	ja
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	nein	ja
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	ja
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	nein	ja
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	ja
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	ja
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	ja	ja

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Partnerschaft mit dem Nationalpark Schwarzwald

Schwerpunktbereich:

ökologische Nachhaltigkeit: ja

soziale Nachhaltigkeit: ja

Art der Förderung:

finanziell: ja

materiell: ja

personell: ja

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Wiederansiedlung des Lachses in Baden-Württemberg

Schwerpunktbereich:

ökologische Nachhaltigkeit: ja

soziale Nachhaltigkeit: ja

Art der Förderung:

finanziell: ja

materiell: ja

personell: ja

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig

Schwerpunktbereich:

ökologische Nachhaltigkeit: ja

soziale Nachhaltigkeit: ja

Art der Förderung:

finanziell: ja

materiell: nein

personell: ja

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Unterstützung H2Org

Schwerpunktbereich:

ökologische Nachhaltigkeit: ja

soziale Nachhaltigkeit: ja

Art der Förderung:

finanziell: ja

materiell: ja

personell: ja

4. Unsere Schwerpunktthemen

4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

Optional: Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Wir bei Hansgrohe sehen den Klimaschutz als oberstes Ziel. Die Grundlage bietet hier die Erhebung des CO₂-Fußabdrucks, welchen wir seit 2021 für die gesamte Hansgrohe Group erheben. Daraus haben wir unsere Strategie sowie unsere Ziele zur Erreichung des 1,5-Grad-Ziels des Pariser Klimaabkommens abgeleitet.

Unsere Produkte haben von der Rohstoffgewinnung über die Nutzung bis hin zur Entsorgung eine erhebliche Umweltwirkung. Den größten Anteil macht hier die Nutzungsphase im Hinblick auf die Emissionen aus. Hier sehen wir den größten Hebel mit wasser- und energiesparenden Technologien entgegenzuwirken.

All dies ist nur möglich, wenn die Mitarbeitenden verstehen, warum Nachhaltigkeit wichtig ist und über die notwendigen Fähigkeiten für neue Prozesse, Technologien und Geschäftsmodelle verfügen. Nur dann funktioniert die Erfüllung unserer Ziele im unternehmerischen, aber auch privaten Umfeld.

4.3 Aktivitäten

Wir berichten ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem integrierten Geschäftsbericht. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden:

<https://assets.hansgrohe.com/celum/web/hgw-hansgrohe-group-geschaeftsbericht-2024.pdf>. Die nachfolgende Tabelle zeigt auf, an welchen Stellen dort auf die Schwerpunkt-Leitsätze eingegangen wird.

Leitsatz	Siehe Seite(n)	Ziele & Indikatoren / Ergänzende Hinweise
Leitsatz 01 – Klimaschutz	63 - 65, 67, 97, 104, 106, 107	- Validierte SBTi-Ziele bis 2030 (Basisjahr 2021). - Scope 1+2: -77,3% absolute CO₂e-Reduktion. - Scope 3: -25% absolute CO₂e-Reduktion. - Zusätzliches Ziel: Alle deutschen Werke bis 2030 fossilfrei.
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	41, 45, 50, 53, 56, 57, 60, 65, 71, 98, 105	- Bis 2030 das gesamte Brausen- und Armaturenportfolio auf ECO umstellen (Definition ECO: Reduktion des Wasser- und/oder Energieverbrauchs um mindestens 22% im Vergleich zum Basisjahr). 100% plastikfreie Produktverpackungen bis Ende 2025.
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	11, 41, 42, 45, 60, 62, 65, 73, 74, 81, 105	- Green Hours, Denkanstöße rund um die Nachhaltigkeit im CAMPUS-Weiterbildungsprogramm für alle Mitarbeitenden. - Ausbildung von 13 Kollegen aus relevanten Fachbereichen an den deutschen Standorten und 17 internationale Kollegen. - Corporate Volunteering wie beispielsweise "KinzigCleanUp", das jährliche Säubern des Kinzigufers von Abfall oder die Grindenpflege im Nationalpark Schwarzwald.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 01 – Klimaschutz	▪ 63 - 65, 67, 97, 104, 106, 107
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	▪ 68, 69
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	▪ 65, 71, 72, 91, 92, 98, 104, 107
Leitsatz 04 – Biodiversität	▪ 41, 57, 60 - 63, 81, 106, 107
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	▪ 41, 45, 50, 53, 56, 57, 60, 65, 71, 98, 105
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	▪ 28, 37, 56, 74, 89, 90, 93, 94
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	▪ 81 - 85, 100, 107, 108
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	▪ 11, 33, 41, 45, 47, 73, 74, 108
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	▪ 9, 11, 14, 32, 60, 65, 81, 104
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	▪ 9, 14, 18, 20, 21, 81, 96, 97, 99, 107, 108
Leitsatz 11 – Transparenz	▪ 18, 93, 94, 96, 105 - 108
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	▪ 11, 41, 42, 45, 60, 65, 73, 74, 81, 105

6. Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unserem Klimawin BW-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

6.1 Das Projekt

Nationalpark Schwarzwald | Wiederansiedlung des Lachses in Baden-Württemberg | CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig | Unterstützung H2Org



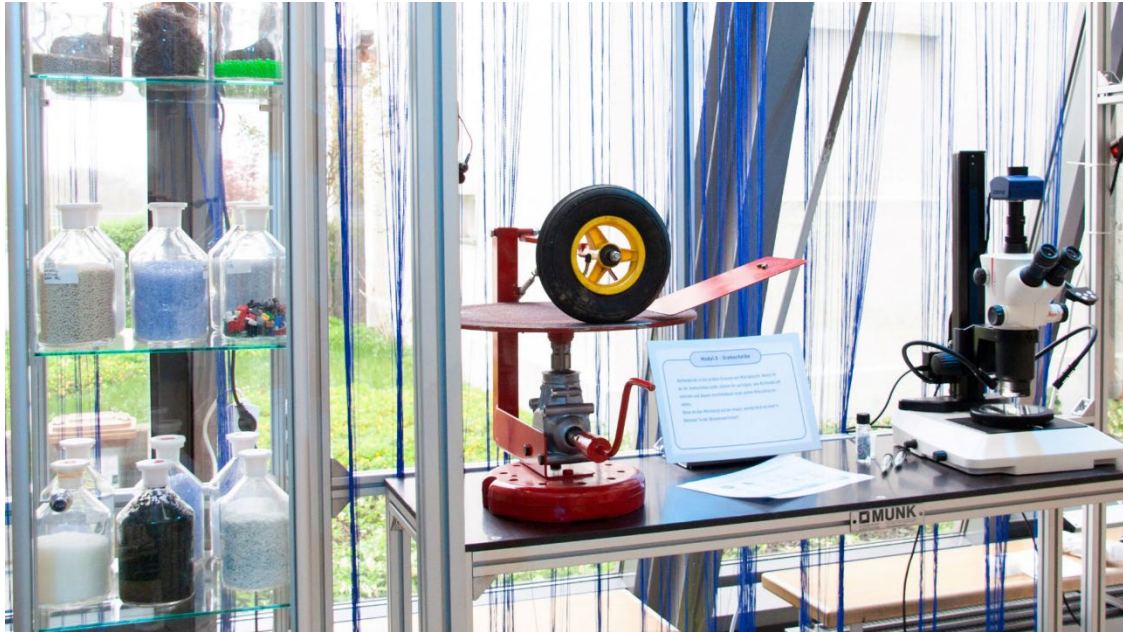
Nationalpark Schwarzwald



Wiederansiedlung der Lachse in Baden-Württemberg



CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig



Unterstützung H2Org

Die Partnerschaft mit dem **Nationalpark Schwarzwald**, die offiziell seit 2021 besteht, unterstreicht das Engagement für Mensch und Umwelt von Hansgrohe. Der Fokus des Nationalparks liegt auf Arten- und Biotop, sowie dem Gewässerschutz. Unsere Mitarbeitenden unterstützen regelmäßig bei der Habitatpflege im Nationalpark Schwarzwald. Dabei werden Feuchtweiden von nachwachsenden Bäumen befreit. Ziel ist es den Lebensraum heimischer Tiere und Pflanzen zu schützen. Diese Arbeit ist essenziell für die Erhaltung der charakteristischen Schwarzwaldlandschaft. Mit unseren Mitarbeitenden nehmen wir regelmäßig an speziell für uns angebotenen Exkursionen teil, um für den Natur- und Umweltschutz zu sensibilisieren.

Die **Wiederansiedlung des Lachses in Baden-Württemberg** ist Teil eines wissenschaftlich fundierten Renaturierungsprojekts. Der Lachs gilt dabei als Indikator für intakte Gewässerökosysteme. In unmittelbarer Umgebung zu Hansgrohe, befindet sich die Lachszucht in Oberwolfach. Hier werden die direkten Nachkommen von Wildlachsen aus dem Rhein bis zur Laichreife herangezogen. Die befruchteten Eier dieser Fische werden in der Anlage erbrütet. Sobald die „Enkel der Wildlachse“ ausreichend gestärkt sind, werden sie in den Programmgewässern ausgesetzt. Direkt hinter dem Hansgrohe Werk in Schiltach werden die jungen Lachse von Vorschulkindern der Schiltacher Kindergärten, in die Kinzig ausgesetzt. Im Vorfeld der Besatzaktion lernen die Kinder im Vorschulunterricht vieles über den Lachs und seine Lebensweise. Jährliche Spenden werden für Gerätschaften der Aufzuchtanlage, der Instandhaltung des Informationszentrums oder auch Bohrungen neuer Quellen benötigt.

Jährlich führen wir mit Unterstützung unserer Mitarbeitenden und deren Familienangehörigen, sowie weiteren Freiwilligen, **CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig** durch. Unterstützt werden wir hierbei von den lokalen Schwarzwald-Tourismusbüros im Kinzigtal. Bei der Aktion wird das Kinzigufer von Müll und Plastik befreit. Bereits im März findet die erste Aktion statt. Bedingt durch die Hochwasser der Schnellschmelze wird hier der meiste Müll angeschwemmt, der sich meist im Uferbewuchs verfängt. Der KinzigCleanUp ist Teil der Organisation „RhineCleanUp“. Unsere Spendengelder fließen in das CleanUp-Equipment wie Greifzangen, Arbeitshandschuhen sowie stabilen Müllsäcken.

Zusammen mit der **gemeinnützigen H2Org GmbH** engagierten wir uns auch 2024 für eine plastikfreie Natur. So fanden wieder etliche Veranstaltungen zusammen mit Schulen statt, wo die Wissenswerkstatt oder der Bildungskoffer (teilweise von Hansgrohe finanziert) zum Einsatz kam. Hiermit wird auf das Problem von Plastikmüll in der Umwelt spielend aufmerksam gemacht. Auch unser Wasserbotschafter Prof. Dr. Andras Fath hat mit einem Schwimmprojekt "Pure Elbe" wieder auf den Gewässerschutz aufmerksam gemacht. Entlang der Elbe, in den Ankunftsorten seiner Tagesetappen fanden CleanUps sowie verschiedene Workshops zum Thema statt. Zum Abschluss gab es noch eine größere Veranstaltung in Hamburg, wo wir auch unsere Kunden für dieses Thema sensibilisierten.

6.2 Ergebnisse und Entwicklungen

Die Zahl der balzenden Auerhähne im **Nationalpark Schwarzwald** stieg von siebzehn im Jahr 2022 auf über achtundzwanzig in 2024 an. Damit zeigt die Arbeit weitere Früchte, muss aber kontinuierlich fortgesetzt werden. Auch die Anzahl der Mitarbeitenden stieg an, welche sich im Nationalpark aktiv beteiligten.

Bei den **CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig** ist immer noch erschreckend, was hier zweimal jährlich an Müll aufgesammelt wird. Es ist nicht wirklich eine Besserung in Sicht. Erfreulich gilt anzumerken, dass sich immer mehr und damit verbunden auch neue helfende Hände an den Aktionen beteiligen.

Die **gemeinnützige H2Org GmbH**, zusammen mit unserem Wasserbotschafter Prof. Dr. Andreas Fath leistet sehr viel Aufklärungsarbeit rund um den Gewässerschutz. Dieses Thema wird auch gerne unterstützend von den Medien aufgegriffen.

In der Lachszucht Oberwolfach, wo alle jungen Lachse für die **Wiederansiedlung der Lachse in Baden-Württemberg** herangezogen werden, wurde Ende 2024 der Grundstein für eine erfolgreiche Saison 2025 gelegt. Insgesamt konnten 352 weibliche Lachse (sogenannte Rogner) und 180 männliche Lachse (sogenannte Milchner) gestreift werden. Hieraus gingen ca. 243.000 Eier hervor. Die Zahlen der Aufzucht sind konstant, auch wenn man im Wolfstal mit den klimatischen Veränderungen zu kämpfen hat.

6.3 Ausblick

Alle vier Klimawin BW-Projekte, die wir unterstützen sind erfolgreich. Sie sind ein sichtbarer Beitrag zur Biodiversität und zum Klimaschutz. Gemeinsame Aktionen wie beispielsweise die CleanUps an der Kinzig oder auch die Ausflüge in den Nationalpark Schwarzwald fördern den Teamgeist und zeigen das die Hansgrohe Group gesellschaftliche Verantwortung übernimmt. Unsere Partnerschaften sind langfristig ausgelegt, so dass aktuell nicht an eine Beendigung oder Veränderung zu denken ist.



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Impressum

Herausgeber

Hansgrohe SE

Auestraße 5 - 9

77761 Schiltach

Telefon: +49 7836 51-0

E-Mail: info@hansgrohe.com

Internet: www.hansgrohe-group.com

Stand 21.11.2025