



Klimawin BW

Einfacher Bericht

2025

Hansgrohe Group

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	9
5. Weitere Aktivitäten	11
6. Unser Klimawin BW-Projekt	12
6.1 Das Projekt	12
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	15
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen	15
6.4 Ausblick	16
Impressum	17

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung



Über die Hansgrohe Group – Taktgeber des Wassers. Seit 1901.

Die Hansgrohe Group mit Sitz in Schiltach/Baden-Württemberg zählt mit ihren Marken AXOR und hansgrohe zu den führenden Unternehmen der Bad- und Küchenbranche in den Bereichen Innovation, Design und Qualität. Das 1901 im Schwarzwald gegründete Unternehmen entwickelt und fertigt Armaturen, Brausen und Duschsysteme, die Wasser Form und Funktion verleihen. In Kombination mit Sanitärkeramik und Badmöbeln entstehen ganzheitliche Badlösungen aus einer Hand. Einzigartige Erfindungen wie die erste Handbrause mit unterschiedlichen Strahlarten, die erste ausziehbare Küchenarmatur oder die erste Duschstange prägen die 125-jährige Unternehmensgeschichte. Über 15.000 aktive Schutzrechte unterstreichen den Innovationsanspruch der Hansgrohe Group. Das Unternehmen steht für langlebige Qualitätsprodukte sowie für Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt. Nachhaltigkeit ist fest im unternehmerischen Handeln verankert – von der ressourcenschonenden Herstellung bis zu innovativen Technologien, die einen wirksamen Beitrag zum Schutz der Ressource Wasser sowie zur Begrenzung und Anpassung an den Klimawandel leisten. Im Rahmen der Initiative „ECO 2030“ stattet die Unternehmensgruppe bis 2030 alle wasserführenden Produkte ausschließlich mit Wasserspartetechnologien aus. Mit 35 Gesellschaften, 23 Verkaufsbüros und Vertrieb in über 145 Ländern ist die Hansgrohe Group weltweit präsent. Seit 1974 wurden ihre Marken und Produkte mit mehr als 800 Designpreisen ausgezeichnet. Hansgrohe Produkte finden sich auf renommierten Kreuzfahrtschiffen, in internationalen 5-Sterne- und Boutique-Hotels, in exklusiven Spas, luxuriösen Privatbädern sowie in zahlreichen öffentlichen und privaten Bauprojekten weltweit. Hohe Qualitätsstandards

gewährleistet das Unternehmen durch acht eigene Produktionsstandorte – vier in Deutschland sowie je einen in Frankreich, Serbien, den USA und China. Im Geschäftsjahr 2025 erzielte die Hansgrohe Group einen Umsatz von 1,375 Milliarden Euro und beschäftigt weltweit rund 5.600 Mitarbeitende, 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

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

Klimaschutz hat für Hansgrohe höchste Priorität. Eine zentrale Grundlage dafür ist die systematische Erhebung unseres CO₂-Fußabdrucks, die wir seit 2021 für die gesamte Hansgrohe Group durchführen. Auf dieser Basis haben wir unsere Klimastrategie sowie konkrete Ziele entwickelt, die sich am 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens orientieren.

Unsere Produkte wirken sich entlang ihres gesamten Lebenszyklus auf die Umwelt aus – von der Rohstoffgewinnung über die Nutzung bis hin zur Entsorgung. Der größte Anteil der Emissionen entsteht dabei in der Nutzungsphase. Daher sehen wir insbesondere in wasser- und energiesparenden Technologien einen zentralen Hebel, um diese Umweltauswirkungen wirksam zu reduzieren.

Die erfolgreiche Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele gelingt nur gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden. Entscheidend ist, dass sie die Bedeutung von Nachhaltigkeit verstehen und über die notwendigen Kompetenzen verfügen, um neue Prozesse, Technologien und Geschäftsmodelle aktiv mitzugestalten. So entsteht Veränderung nicht nur im Unternehmen, sondern auch im persönlichen Umfeld.

4.3 Aktivitäten

Wir berichten ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem Nachhaltigkeitsbericht. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden: <https://assets.hansgrohe.com/celum/web/Hansgrohe-Group-Nachhaltigkeitsbericht-DE.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	39, 48 – 49, 51, 55 – 59, 91, 96	- Validierte SBTi-Ziele bis 2030 (Basisjahr 2021). - Scope 1+2: - 77,3 % absolute CO₂-Reduktion. - Scope 3: - 25 % absolute CO₂-Reduktion. - Zusätzliches Ziel: alle deutschen Werke bis 2030 fossilfrei.
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	50 – 53, 63 – 66	- ECO2030: 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	31, 37, 39, 49, 51, 68 – 71	- Green Hours, Denkanstöße rund um die Nachhaltigkeit im CAMPUS-Weiterbildungsprogramm für alle Mitarbeitenden. - Corporate Volunteering wie beispielsweise „KinzigCleanUp“, das jährliche Säubern des Kinzigufers oder die Grindenpflege im Nationalpark Schwarzwald. - Ausbildung als „Green Experts“ von 16 Kollegen aus dem internationalen Salesbereich.

5. Weitere Aktivitäten

Wir berichten ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem Nachhaltigkeitsbericht. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden: <https://assets.hansgrohe.com/celum/web/Hansgrohe-Group-Nachhaltigkeitsbericht-DE.pdf>. Die nachfolgende Tabelle zeigt auf, an welchen Stellen dort auf die Leitsätze der Klimawin BW eingegangen wird.

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	▪ 29, 41, 46, 50 - 52, 60, 63 - 65
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	▪ 46 - 48, 50 - 51, 63 - 66, 93
Leitsatz 04 – Biodiversität	▪ 42, 47, 50 - 51, 68 - 71,
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	▪ 29, 31, 37, 41- 42, 67 - 68, 93, 96
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	▪ 31, 37, 41 - 42, 49, 68, 93, 96
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	▪ 41, 42 - 43, 87
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	▪ 6 - 7, 29, 31, 37, 39, 49, 68 - 71, 93, 96 ff.
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	▪ 6 - 7, 41 - 42, 68 - 71, 93, 96 ff.
Leitsatz 11 – Transparenz	▪ 6 - 7, 29, 31, 37, 39, 41 - 43, 50 - 53, 63 - 68, 87, 90, 93, 96 ff.

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



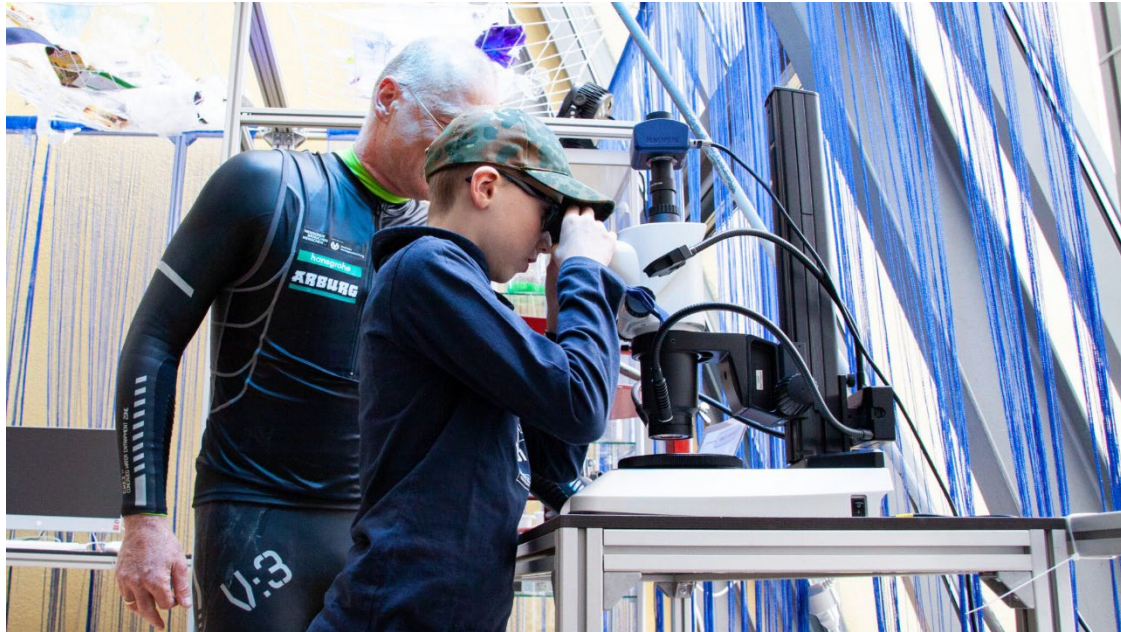
Nationalpark Schwarzwald



Wiederansiedlung des Lachses in Baden-Württemberg



CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig



H2Org

Die seit 2021 bestehende Partnerschaft mit dem **Nationalpark Schwarzwald** unterstreicht das Engagement von Hansgrohe für Mensch und Umwelt. Im Mittelpunkt der Arbeit des Nationalparks stehen der Schutz von Arten, Biotopen und Gewässern. Unsere Mitarbeitenden sowie Studierende und Praktikantinnen und Praktikanten unterstützen regelmäßig die Habitatpflege im Nationalpark. Dabei werden Feuchtweiden von nachwachsenden Bäumen befreit, um wertvolle Lebensräume für heimische Tier- und Pflanzenarten zu erhalten. Diese Arbeit ist ein wichtiger Beitrag zur Bewahrung der charakteristischen Schwarzwaldlandschaft. Darüber hinaus nehmen Mitarbeitende und Auszubildende regelmäßig an speziell für Hansgrohe angebotenen Exkursionen teil, um das Bewusstsein für Natur- und Umweltschutz weiter zu stärken. Seit diesem Jahr ist der Nationalpark zudem mit einem Vortrag fest in unserer Campus-Veranstaltungsreihe verankert.

Die **Wiederansiedlung des Lachses in Baden-Württemberg** ist Teil eines wissenschaftlich begleiteten Renaturierungsprojekts. Der Lachs gilt dabei als wichtiger Indikator für intakte und durchgängige Gewässerökosysteme. In unmittelbarer Nähe zum Hansgrohe Standort befindet sich die Lachszucht in Oberwolfach. Dort werden direkte Nachkommen von Wildlachsen aus dem Rhein bis zur Laichreife aufgezogen. Die befruchteten Eier werden in der Anlage erbrütet; sobald die Junglachse ausreichend widerstandsfähig sind, werden sie in geeigneten Programmgewässern ausgesetzt. Auch direkt hinter dem Hansgrohe Werk in Schiltach werden junge Lachse gemeinsam mit Vorschulkindern der örtlichen Kindergärten in die Kinzig eingesetzt. Im Vorfeld lernen die Kinder im Vorschulunterricht viel über den Lachs, seinen Lebensraum und die Bedeutung naturnaher Gewässer. Die jährlichen Spenden unterstützen unter anderem die Ausstattung der Aufzuchtanlage, die Instandhaltung des Informationszentrums sowie Maßnahmen wie Bohrungen zur Erschließung neuer Quellen.

Jährlich führen wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden, ihren Familienangehörigen sowie weiteren freiwilligen Helferinnen und Helfern **CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig** durch. Unterstützt werden wir dabei von den lokalen Schwarzwald-Tourismusbüros im Kinzigtal. Ziel der Aktionen ist es, das Kinzigufer von Müll und insbesondere von Plastikabfällen zu befreien. Die erste Aktion findet bereits im März statt, da nach Hochwasserereignissen infolge der Schneeschmelze besonders viel Unrat

angeschwemmt wird und sich häufig im Uferbewuchs verfängt. Der KinzigCleanUp ist Teil der Initiative „RhineCleanUp“.

Gemeinsam mit der **gemeinnützigen H2Org GmbH** engagieren wir uns seit 2022 für eine plastikfreie Natur. Im Mittelpunkt stehen Bildungsangebote, die insbesondere Kindern und Jugendlichen die Auswirkungen von Plastikmüll in der Umwelt anschaulich und spielerisch näherbringen. Dazu fanden auch 2025 erneut verschiedene Veranstaltungen mit Schulen statt, bei denen unter anderem die Wissenswerkstatt sowie der – teilweise von Hansgrohe finanzierte – Bildungskoffer eingesetzt wurden. Begleitet werden die Aktivitäten von unserem Wasserbotschafter Prof. Dr. Andreas Fath, einem ausgewiesenen Experten für Gewässerschutz. Er führt regelmäßig Untersuchungen zur Wasserqualität im Nationalpark Schwarzwald durch und unterstützt darüber hinaus auch unsere CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig.

6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Den **Nationalpark Schwarzwald** unterstützen wir finanziell durch einen jährlichen Partnerbeitrag. Besonders wichtig ist uns darüber hinaus das persönliche Engagement unserer Mitarbeitenden, Studierenden sowie Praktikantinnen und Praktikanten bei der jährlichen Grindenpflege. Durch diese aktive Unterstützung leisten wir einen konkreten Beitrag zum Erhalt wertvoller Lebensräume im Nationalpark. Ebenso möchten wir das Bewusstsein für Natur- und Umweltschutz stärken: Daher ermöglichen wir regelmäßig Exkursionen in den Nationalpark Schwarzwald und laden den Nationalpark einmal jährlich zu einem Vortrag im Rahmen unserer internen Veranstaltungsformate ein.

Bei den **CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig** unterstützen wir die RhineCleanUp gGmbH jährlich mit einem finanziellen Beitrag. Dieser fließt unter anderem in die Beschaffung der benötigten Ausstattung wie Greifzangen, Arbeitshandschuhe und Müllbeutel sowie in begleitende Kommunikationsmaßnahmen, die zur Teilnahme an den Aktionen motivieren. Darüber hinaus engagieren sich unsere Mitarbeitenden und Auszubildenden aktiv bei den Veranstaltungen in unmittelbarer Nähe unserer Werkstore.

Die **gemeinnützige H2Org GmbH** unterstützen wir ebenfalls mit einem jährlichen finanziellen Beitrag. Mit dieser Förderung werden unter anderem einzelne Module der Wissenswerkstatt realisiert sowie Teile des Aufwands für Bildungs- und Informationsveranstaltungen gedeckt. Zusätzlich bieten wir H2Org bei Veranstaltungen der Hansgrohe SE sowie im Rahmen von Kooperationen mit Ausbildungspartnern eine Plattform und begleiten die Aktivitäten durch das Engagement unserer Mitarbeitenden.

Die **Lachszucht Oberwolfach**, in der junge Lachse für die Wiederansiedlung in Baden-Württemberg aufgezogen werden, unterstützen wir durch einen jährlichen finanziellen Beitrag. Darüber hinaus organisieren und begleiten Mitarbeitende von Hansgrohe die Besatzaktionen mit regionalen Kindergärten. So verbinden wir ökologische Förderung mit Umweltbildung und schaffen bereits bei Kindern ein Bewusstsein für den Schutz naturnaher Gewässer.

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Der Auerhuhn-Notfallplan zeigt erste positive Wirkung. Im **Nationalpark Schwarzwald** stieg die Zahl der balzenden Auerhähne von 17 im Jahr 2022 auf 31 im Jahr 2025. Damit wird deutlich, dass

Maßnahmen wie die Grindenpflege erfolgreich sind und einen wichtigen Beitrag zum Schutz dieser bedrohten Art leisten. Gleichzeitig bleibt die kontinuierliche Fortführung der Maßnahmen entscheidend, da die Bestände im gesamten Schwarzwald weiterhin rückläufig sind. Im Jahr 2025 wurde zudem ein wichtiger Schritt unternommen, um die bisher getrennten Nord- und Südtile des Nationalparks zu einem zusammenhängenden Gebiet von rund 11.500 Hektar zu verbinden. Dadurch können die Lebensräume des bedrohten Auerhuhns künftig noch besser geschützt und langfristig gesichert werden.

Die **CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig** waren auch im Jahr 2025 ein wichtiger und wirkungsvoller Beitrag zum regionalen Umwelt- und Gewässerschutz. Das Müllaufkommen entlang des Kinzigufers bleibt weiterhin spürbar, sodass die regelmäßigen Sammelaktionen nach wie vor notwendig sind. Umso erfreulicher ist es, dass sich Jahr für Jahr zahlreiche motivierte Mitarbeitende, Familienangehörige und freiwillige Helferinnen und Helfer engagieren und gemeinsam dazu beitragen, die Uferbereiche der Kinzig von Abfällen zu befreien.

Die **gemeinnützige H2Org GmbH** setzte 2025 gemeinsam mit unserem Wasserbotschafter Prof. Dr. Andreas Fath wichtige Impulse für den Gewässerschutz und die Vermeidung von Plastikverschmutzung. Ein besonderer Höhepunkt war die Präsentation einer Weltpremiere auf der Messe „boot 2025“: Gemeinsam mit der Deutschen Meeresstiftung, der Hochschule Furtwangen und dem Bündnis Plastikfreie Natur e.V. wurde die weltweit erste Anlage zur Messung von Reifenabrieb vorgestellt. Damit machte H2Org auf eine der bedeutenden Quellen von Mikroplastik aufmerksam. Darüber hinaus organisierte die gemeinnützige GmbH einen grenzüberschreitenden RhineCleanUp mit engagierten Teilnehmenden aus Kehl und Straßburg, gefördert durch die Baden-Württemberg Stiftung. Auch die Bildungsarbeit wurde konsequent fortgeführt: Interaktive Module wie die Wissenswerkstatt und mobile Bildungskoffer kamen weiterhin an Schulen und Bildungseinrichtungen zum Einsatz, um praxisnah Wissen über Mikroplastik, Plastikvermeidung und den Schutz unserer Gewässer zu vermitteln.

In der **Lachszucht Oberwolfach** fand 2025 eine besonders erfolgreiche Streifaktion statt. Zu Beginn des Jahres wurden 352 weibliche Lachse, sogenannte Rogner, sowie 180 männliche Lachse, sogenannte Milchner, abgestreift. Dabei konnten insgesamt 43 Liter Eier gewonnen werden. Die anschließende künstliche Befruchtung erreichte eine Erfolgsquote von 94 Prozent. Im weiteren Jahresverlauf wurden rund 500.000 Junglachse im Rahmen der **Wiederansiedlung des Lachses in Baden-Württemberg** in geeignete Programmgewässer ausgesetzt.

6.4 Ausblick

Alle vier von uns unterstützten Klimawin BW-Projekte entwickeln sich erfolgreich und leisten einen sichtbaren Beitrag zum Schutz der Biodiversität sowie zum Klimaschutz in der Region. Gemeinsame Aktionen wie die CleanUps entlang der Kinzig oder die Campus-Vorträge des Nationalparks Schwarzwald stärken zugleich den Teamgeist und zeigen, dass die Hansgrohe Group gesellschaftliche Verantwortung aktiv wahrnimmt. Unsere Partnerschaften sind langfristig angelegt; eine Beendigung oder grundlegende Veränderung der Unterstützung ist derzeit nicht vorgesehen.



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Impressum

Herausgeber

Hansgrohe SE

Auestraße 5 - 9

77761 Schiltach

Telefon: +49 7836 51-0

E-Mail: info@hansgrohe-group.com

Internet: www.hansgrohe-group.com

Stand

09.09.2026