

AXOR

hansgrohe



IN TOUCH
WITH OUR
PLANET

WIN-CHARTA ZIELKONZEPT

2023

HANSGROHE SE



Zielkonzept im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit
Baden-Württemberg (WIN)

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta.....	2
3. Unsere Schwerpunktthemen.....	4
4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen.....	5
Leitsatz 05 – Energie und Emissionen	5
Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen	6
Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken	7
5. Weitere Aktivitäten	9
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden.....	9
Umweltbelange.....	10
Ökonomischer Mehrwert	12
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	12
Regionaler Mehrwert.....	13
6. Unser WIN!-Projekt.....	14
7. Kontaktinformationen	18
Ansprechpartnerin/ Ansprechpartner	18
Impressum.....	18

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

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 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 rüstet die Unternehmensgruppe mit ihrer Initiative „ECO 2030“ bis 2030 alle wasserführenden Produkte ausschließlich mit Wasserspartechnologien aus. Mit 33 Gesellschaften 20 Verkaufsbüros und Vertrieb in über 150 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 700 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 sieben eigenen Produktionsstandorten, von denen sich vier in Deutschland, sowie je einer in Frankreich, in den USA und in China befinden. 2022 erwirtschaftete die Hansgrohe Group einen Umsatz von 1,528 Milliarden Euro. Weltweit beschäftigt das Unternehmen rund 5.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon über 60 Prozent in Deutschland.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – 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."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

DIE WIN-CHARTA

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitende als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig.

3. Unsere Schwerpunktthemen

KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTIGKEITSARBEIT

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

- Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."
- Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: "Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."
- Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitende als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Wir übernehmen Verantwortung für die Umwelt

Wir Menschen sind ein Teil „des großen Ganzen“. Wir tragen Verantwortung für das, was uns umgibt. Umweltschutz hat für uns bei Hansgrohe daher höchste Priorität. Nur so sichern wir eine nachhaltige, lebenswerte Zukunft. Einem Element kommt bei Hansgrohe eine besondere Bedeutung zu: Wasser.

Schon der Unternehmensgründer Hans Grohe und seine Erben hegten eine große Leidenschaft für das Wasser als schützenswerte und kostbare Ressource. Diese Wertschätzung bildet bis heute die Grundlage für alle wichtigen Entscheidungen an der Spitze des Unternehmens. Unser Engagement für

- umweltfreundliche Produkte und
- für den betrieblichen Umweltschutz

ist logische Konsequenz und Herzensangelegenheit. Deshalb sehen wir unsere Schwerpunktthemen bei Energie und Emissionen, nachhaltigen Innovationen sowie dem Schaffen von Anreizen zum Umdenken.

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

1. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

WO STEHEN WIR?

Alle Standortemissionen werden seit 2019 gemessen und im Rahmen des Corporate-Carbon-Footprint-Projekts für die gesamte Hansgrohe Group transparent gemacht. Hierdurch erkennen wir unter anderem die größten CO₂e-Verursacher. Wir verfolgen das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens. Alle Standorte der Hansgrohe Group sind auf Grünstrom umgestellt. In den deutschen Werken, im französischen Wasselonne und im chinesischen Shanghai haben ergänzende Energieeffizienzanalysen weitere Potenziale identifiziert, wie sich mit Blockkraftheizwerken und Fotovoltaik, Lastspitzen- und Sonneneinstrahlplanung noch mehr Strom sparen lässt. In Shanghai basiert der Heizungsbetrieb der Galvanikbäder schon jetzt auf der Wärmepumpentechnologie. Alle internationalen Produktionswerke haben sich zudem eigene Nachhaltigkeitsziele in Bezug auf Wasser, Abfall und Energie gesetzt. Unsere weltweiten Standorte sind seit 2022 klimaneutral* gestellt. Die verbleibenden Emissionen werden durch anerkannte, zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert.

** Klimaneutralität bezieht sich auf die Treibhausgasemissionen aus Scope 1 und 2 (direkte Emissionen und konsumierte Energie an den Standorten) gemäß des Greenhouse Gas Protocols. Wo immer möglich reduziert die Hansgrohe Group diese Emissionen aktiv. Die verbleibenden Emissionen werden durch anerkannte, zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert.*

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Grundlage all unserer Veränderungen bildet eine stabile CO₂e-Datenbasis. Wir erfassen jährlich die CO₂e Daten all unserer Standorte weltweit. Hierzu gehört der kontinuierliche Auf- und Ausbau unseres Green Controlling. Damit können wir zukünftig zeitnah die aktuellen Verbräuche messen um auf negative Veränderungen schneller reagieren zu können.

Eine solide Datengrundlage ist zwingend zur Verfolgung bzw. Einhaltung des 1,5 Grad Ziels des Pariser Klimaabkommens erforderlich. Wir haben uns Ende 2021 verpflichtend der Science Based Targets Initiative angeschlossen. Unsere Reduzierungsziele für Scope 1,2 sowie Scope 3 sind hier konkret definiert und werden jährlich kontrolliert. Abweichungen sollen frühzeitig erkannt werden um rechtzeitig, regulatorisch eingreifen zu können.

Kontinuierlich arbeiten wir weiter an Energieeinsparungen an allen Standorten der Hansgrohe Group weltweit. Dies betrifft natürlich unsere Produktionswerke, aber auch beispielsweise unsere Vertriebsstandorte mit Ihrer Mobilität. Grünstrom wird weiterhin den Energiebedarf unserer Standorte abdecken, den wir beständig durch Eigenstrom ergänzen.

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Wir haben eine stabile CO₂e-Datenbasis für eine periodische, automatisierte und belastbare CCF-Berechnung.
- Weiterhin Bezug von Grünstrom für alle Hansgrohe Produktionsstandorte weltweit.
- Kontinuierlicher Ausbau des Eigenstromanteils.
- Umsetzung weiterer Energieeffizienzmaßnahmen.
- Einhaltung des 1,5° Ziels des Pariser Klimaabkommens.

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen

WO STEHEN WIR?

Wir sehen Produktinnovationen als treibende Kraft, um weit mehr zu erreichen als wirtschaftlichen Erfolg. Die Hansgrohe Group entwickelt Lösungen, die dem Schutz der Umwelt dienen. Mit Innovationsgeist begegnen wir konkreten Problemen wie dem Ressourcenmangel, sei es die drohende Wasserkrise oder der Mangel an Produktionsmaterialien. Für all unsere Produkte haben wir zehn Prinzipien zum Ecodesign definiert. Unser Ziel für 2030: Wasserverbrauch reduzieren, Emissionen einsparen – mit Wasser- und Energiespartechnologien in allen Produkten unserer Marken AXOR und hansgrohe.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

In unseren Untersuchungen bzw. Analysen haben wir festgestellt, dass die Nutzungsphase einer Handbrause die bei Weitem CO₂e Intensivste ist. Es wird etwas 1.000-mal mehr CO₂e emittiert als bei der Herstellung. Deshalb haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, unser gesamtes Brausen und Armaturenportfolio bis 2030 auf „ECO“ umzustellen. Das bedeutet konkret, dass wir den Wasser- und/oder Energieverbrauch der wasserführenden Produkte in der Nutzung um mindestens 22 % im Vergleich zum Basisjahr 2020 reduzieren.

Wir werden weiterhin daran arbeiten nachhaltige Produktlösungen zu konzipieren, die wasser- und energiesparende Technologien wie EcoSmart und CoolStart mit einem einzigartigen Wassererlebnis vereinen. Ganz im Sinne unserer Marken-DNA möchten wir Verantwortung für Mensch, Umwelt und für unseren Planeten übernehmen.

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

Green. Greener. Eco 2030



PROBLEM

>99% CO₂e

des CO₂e Fußabdrucks wasserführender Produkte wird bei der Nutzung freigesetzt



LÖSUNG

100% ECO

ist deshalb unsere Mission für alle wasserführenden Produkte bis 2030



WIRKUNG

Bis zu -60 %

weniger Wasser- und Energieverbrauch durch wassersparende Produkte



ERGEBNIS

Großartig

in Design, Funktion und Nutzererlebnis in Bad und Küche

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Die Hansgrohe Group stellt bis 2030 ihr komplettes Armaturen- und Brausenprogramm auf „ECO“ um.
- Der Wasser- und/oder Energieverbrauch der wasserführenden Produkte wird bis 2030 in der Nutzung um mindestens 22 % im Vergleich zum Basisjahr 2020 reduziert.
- Die Hansgrohe Group treibt Ihre Entwicklungen weiterhin voran, nachhaltige Produktlösungen zu konzipieren, die wasser- und energiesparende Technologien mit einem einzigartigen Wassererlebnis vereinen.

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken

WO STEHEN WIR?

Die Mitarbeitenden von Hansgrohe übernehmen gerne Verantwortung – füreinander, für die Gesellschaft und für die Umwelt. Dieser Anspruch an uns selbst, an unser Denken und Handeln, ist tief in der Hansgrohe Group verankert. Den Grundstein dafür legte Klaus Grohe, Sohn des Unternehmensgründers Hans Grohe. Schon in den 1980er-Jahren – lange bevor „Nachhaltigkeit“ in aller Munde war – hat Klaus Grohe eine nachhaltige Unternehmensführung zur Maxime gemacht. Diese hat sich auf die Mitarbeitenden übertragen.

Mit der 2020 neu geschaffenen Abteilung „Green Company“ verfolgen wir in einem sechsköpfigen Team 10 Initiativen, die das Thema Nachhaltigkeit kontinuierlich vorantreiben. Eine dieser 10 Initiativen ist die „Grüne Haltung“. Um die Transformation innerhalb der Hansgrohe Group voranzutreiben, braucht es jeden einzelnen Mitarbeitenden. Mit unserer Initiative „Grüne Haltung“ unterstützen und sensibilisieren wir diese zu einer nachhaltigeren Arbeits- und Lebensweise.

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Veränderungen können nur stattfinden, wenn diese auch von ganz oben vorgelebt werden. So nimmt unserer CEO Hans-Jürgen Kalmbach bei fast allen Aktionen zum Thema Nachhaltigkeit eine aktive Rolle ein. So fährt er beispielsweise am „autofreien Tag“ selbstverständlich mit dem Rad in sein Büro, setzt Lachse mit Vorschulkindern ein oder säubert nach Feierabend das Kinzigufer zusammen mit den Mitarbeitenden von Hansgrohe.

Wir wollen die Mitarbeitenden an allen nachhaltigen Aktivitäten der Hansgrohe Group teilhaben lassen und zum Mitmachen animieren. Dazu wird transparent über jegliche Projekte über die Hans! for you App berichtet. Über unsere Lernplattform „Campus“ bieten wir mit der sogenannten „Green Hour“ monatlich weitergehende Informationen zu Projekten, sowie die Möglichkeit für Fragen, Diskussionen und Anregungen.

Intrinsische motivierte Mitarbeiter werden zu „Green Experts“ ausgebildet. Damit entwickeln und treiben sie Projekte in Ihrem jeweiligen Arbeitsumfeld voran. Sie lernen die Grundlagen der Nachhaltigkeit kennen, können nachhaltige Potentiale erkennen, treiben mit die nachhaltige Transformation voran und sind Bindeglied zwischen „Green Company“ und ihren Bereichen.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Anzahl der nachhaltigen Campus-Veranstaltungen steigern.
- In allen Fachbereichen einen „Green Expert“ etablieren.
- Jährliche Corporate Volunteering Projekte anbieten.
- Eine Steigerung der Teilnehmerzahlen bei den Aktionstagen.

2. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Mindestens Beibehaltung, jedoch angestrebt eine Verbesserung bei den Ratings von EcoVadis (derzeit Silber_Medaille). EcoVadis bewertet, wie gut ein Unternehmen Nachhaltigkeit in sein Managementsystem für die Themen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung integriert hat. Somit ein gutes Messinstrument unseres Einsatzes für Menschenrechte und die Rechte unserer Arbeitnehmenden.
- Aus der „Green Company“ Initiative „Green Supply Chain“ wurde das „Green Company Agreement“ für unsere A-Lieferanten eingeführt. Hier wird u.a. eine Vereinbarung bezüglich Einhaltung von Menschenrechten und Rechte der Arbeitnehmenden geschlossen. In 2023 sollen alle A-Lieferanten die Vereinbarung unterzeichnet haben.
- All unsere Lieferanten sind verpflichtet die Masco Supplier Business Practices Policy zu unterzeichnen und einzuhalten.
- Für die Arbeitssicherheit sind klare Ziele definiert, welche auch in unseren Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht werden.
- Unser SE-Betriebsrat vertritt grenzüberschreitend die Rechte unserer Arbeitnehmenden.
- Unser Ziel: vollständige Compliance sicherzustellen.

LEITSATZ 02 –WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Im Spetember 2023 geht die Klaus Grohe Kita in Schiltach in Betrieb. Hier sollen die Kleinsten in einem kindgerechten Umfeld aufwachsen, während die Eltern sich beruflich entfalten können.
- Das Hansgrohe Gesundheitsmanagement kümmert sich um das physische, wie auch psychische Wohlbefinden der Mitarbeitenden. Dazu gibt es die verschiedensten Angebote über das Jahr hinweg.
- Die Initiative „Ready Now“ aus dem Bereich Human Resources kümmert sich beispielsweise um Wohlfühlarbeitsräume, aber natürlich auch um Themen wie Diversität und Inklusion. Gerade wurde hierzu ein E-Learning gestartet. Ziel ist es die Mitarbeitenden zu mehr Toleranz zu sensibilisieren.
- Zur täglichen Arbeit gehört auch das Angebot eines gesunden und nachhaltigen Essens. Daher laufen unsere Bestrebungen auch zukünftig ein vegetarisches Menue zum subventionierten Preis in unseren deutschen Kantinen anzubieten. Darüberhinaus soll das nachhaltige Angebot ausgebaut

WEITERE AKTIVITÄTEN

werden. Dazu wurde im vergangenen Jahr Mehrweg-Geschirr von RECUP in den Kantinen der deutschen Standorte eingeführt. Ziel ist es, zukünftig die Verschwendung von Lebensmitteln zu vermeiden.

- Wichtig für das Wohlbefinden ist zu wissen wo überhaupt der Schuh drückt. Hierfür wurde die Hans! For you App eingeführt. Hierüber werden alle Mitarbeitenden über alles in der Hansgrohe Group informiert. Sie bietet auch die Möglichkeit für den Dialog, welcher immer erwünscht ist.
- Ziel ist es, wie die vergangenen Jahre in Folge, wieder als „Top Employer“ ausgezeichnet zu werden um dem Wohlbefinden der Mitarbeitenden in allen Belangen gerecht zu werden.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Bei der Weiterentwicklung all unserer Themen agieren wir nach folgenden Treibern:
 - Kollaboration (Integration von unterschiedlichen Interessens- und Zielgruppen im Entwicklungsprozess neuer Themen, Formate oder auch Prozesse.
 - Diversity (Besetzung von Projektteams mit Personen unterschiedlichster Erfahrung, Herkunft, Alter, Geschlecht, etc.),
 - Internationalität (Berücksichtigung der gesamten Hansgrohe Group als Zielgruppe, wo möglich).
 - Kundenperspektive (Einbezug der Kundenbedürfnisse sowie regelmäßiges Feedback der Zielgruppe bereits ab einem sehr frühen Stadium unserer Arbeit).
- Ziel ist es auch, alle zwei Jahre eine größer angelegte Wesentlichkeitsanalyse für unseren Nachhaltigkeitsbericht durchzuführen, welchen wir ab diesem Jahr jährlich erstellen und veröffentlichen wollen.
- Auch in diesen Belangen ist es unser Ziel bei EcoVadis mindestens die diesjährige Platzierung (Silber-Medaille) oder besser zu erreichen.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

Neben „Hansgrohe schont Wasserkreisläufe“ und „Hansgrohe schützt das Klima“ ist „Hansgrohe wird Teil der Kreislaufwirtschaft“ eine unserer drei Nachhaltigkeitssäulen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Jede Ressource, die nicht mehr gewonnen werden muss, sondern 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.
- Bei all unseren Grundmaterialien der Fertigung, wie beispielsweise Messing für unsere Armaturen oder Kunststoffen für unsere Brausen, achten wir auf hohe Recyclingquoten. Unser Ziel ist es, Messing sowie Kunststoffs Ausschuss zu 100 % wieder einzuschmelzen und zu verwenden. Abfall bei diesen Materialien soll ausgeschlossen werden.
- In der „Green Company Initiative“ „Green Packaging“ haben wir uns als Ziel gesetzt, dass bis 2025 unsere Verpackungen plastikfrei sind. Plastikfrei heißt für uns, wir nutzen zukünftig nur noch Verpackungsmaterialien, welche zu 100 % dem Papier Wertstoffkreislauf zurückgeführt werden können. Papiere und Kartonagen die wir zukünftig nutzen, haben den höchstmöglichen Recyclinganteil.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Da unsere wasserführenden Produkte 99 % ihres CO₂e Ausstoßes während der Nutzungsphase ausstoßen, wird der sogenannte „Flottenverbrauch“ ständig reduziert. Unser Ziel für 2030 ist eine Reduktion von Wasser und oder Energie um 22 %.
- Im Produktentstehungsprozess handeln wir nach 10 Ecodesign-Prinzipien und unserem sogenannten „Sustainability Diamond“. Hier spielt der Verbrauch, aber auch die Materialien, Herkunft, Verpackung, etc. eine nachhaltige Rolle. Auch die Themen „Reparaturfähigkeit“, „Langlebigkeit“ sowie „Recyclefähigkeit“ werden berücksichtigt.
- Ziel ist es, zukünftig unsere Produkte nach Ablauf ihrer Lebensdauer wieder zurück in den Wertstoffkreislauf zu nehmen.
- Die Hansgrohe Group veröffentlicht EPDs (Environmental Product Declaration) für neun Produktkategorien der Marken AXOR und hansgrohe. Die EPDs geben Aufschluss über die Umwelteinwirkungen eines Produkts, bezogen auf seinen gesamten Lebenszyklus: von der Rohstoffgewinnung, über die Herstellung und langjährige Nutzungsphase bis zur Wiederverwertung oder Entsorgung. Anhand dieser Daten erhalten Architekten, Bauherren und Designer auf einen Blick wichtige Informationen für die Nachhaltigkeit ihrer Bauprojekte. Aktuell decken die EPDs rund 1.400 der meistverkauften Chrom-Produkte aus dem Standardsortiment von AXOR und hansgrohe ab. Baugleiche Produkte sind in den neun sogenannten Durchschnitts-EPDs zusammengefasst worden: Kopfbrausen, Handbrausen, Schläuche, Showerpipes, Waschtischarmaturen, Dusch- und Badewannenarmaturen, Küchenarmaturen, Grundkörper, Thermostate. Die Datenblätter informieren sowohl über Durchflussraten, Wasser- und Energieverbräuche und CO₂-Bilanzen als auch über Herkunft und Zusammensetzung von

WEITERE AKTIVITÄTEN

Materialien sowie Recyclingmöglichkeiten bei Rückbauten. Insgesamt werden über 35 Umweltindikatoren ausgewiesen. Ziel ist es, in 2023 weitere EPDs für beispielsweise Farbvarianten zu veröffentlichen.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Fortlaufende Investitionen in die bestehenden Werke in Baden-Württemberg tragen zu einer langfristigen Sicherung der Arbeitsplätze in der Region bei. Vergangenes Jahr wurde unser Werk in Alpirsbach zum Innovationspark umgebaut. Hier heißt es jetzt: Vom Workshop direkt in die Werkstatt um Lösungen nicht nur zu denken, sondern sie direkt im ersten Entwurf zu fertigen, um sie zu testen und zu verbessern. Im Austausch mit anderen kreativen Köpfen, gemeinsam an einem Ort, mit der passenden Ruhe und Distanz aber auch der nötigen Nähe zum Headquarter.
- Die Hansgrohe Aquademie (Ausstellung und Training) an unserem Stammsitz in Schiltach wird erweitert und soll rechtzeitig zu unserem 125jährigen Firmenjubiläum 2026 eröffnet werden.
- Unter der Verwaltung von „Green Company“ gibt es jährlich einen sogenannten „Green Fund“. Dieser wird für nachhaltige Investitionen in und für unsere Werke verwendet.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Bereits im vergangenen Jahr haben wir bei der ROI-Berechnung unserer Investitionen eine CO₂-Bepreisung eingeführt. Dadurch soll das nachhaltigste Angebot den Zuschlag bekommen.
- Im Einkauf wird aktuell ein Total Cost Ownership Model getestet, welche in der Lieferanten- bzw. Angebotsauswahl ebenfalls das Thema Nachhaltigkeit berücksichtigt.
- Ziele daraus sind eine gesamt betrachtete CO₂ Einsparung, allgemeine Energieeinsparungen sowie eine höhere Ressourceneffizienz.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Die Unternehmenskultur bei Hansgrohe ist geprägt von einem fairen Umgang, von gegenseitigem Respekt und von hohem Vertrauen gegenüber unseren Mitarbeitenden sowie unseren Geschäftspartnern und Kunden. Dabei halten wir alle geltenden Gesetze und Vorgaben stets ein.
- Der gute Ruf, den unser Unternehmen deswegen genießt, ist einer unserer wichtigsten Vermögenswerte. Dieser gute Ruf wird durch die gemeinsamen Anstrengungen aller Mitarbeitenden geschaffen und erhalten, die sich im Einklang mit unseren Compliance-Richtlinien verhalten und alle Handlungen unterlassen oder vermeiden, die der Integrität und dem Image unseres Unternehmens schaden könnten.
- Es werden jährlich mehrere Compliance Schulungen verpflichtend für die Mitarbeitenden durchgeführt.
- Um Bedenken oder gar Verstöße melden zu können, existiert eine Ethikhotline auf welche immer wieder hingewiesen wird.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Hansgrohe gibt an die Umwelt und Gesellschaft zurück. Es werden die unterschiedlichsten Projekte regional gemäß einer Spendenpolicy unterstützt. Im Fokus stehen Projekte rund um das Thema Wasser. Dabei kommen Geldmittel, fachmännisches Know-how oder auch Hansgrohe Produkte zum Einsatz. Unterteilt ist das Budget in die folgenden Bereiche: Wasser, Natur und Umweltschutz; Soziales; Ausbildung und Bildung und Lokales Kulturleben.
- Bei Katastrophen, besteht auch die Möglichkeit für das Spenden von Überstunden der Mitarbeitenden. So wurde beispielsweise für die Flutopfer im Ahrtal oder die Kriegsoffer in der Ukraine jeweils ein beachtlicher Betrag gespendet, welcher von der Hansgrohe Group zusätzlich aufgestockt wurde.
- Ziel ist es auch weiterhin für Hansgrohe Verantwortung zu übernehmen. Weiter soll regional ein Mehrwert geschaffen werden sowie ein Beitrag zur Gesellschaft und Umwelt geleistet werden.

UNSER WIN!-PROJEKT

3. Unser WIN!-Projekt

DIESES PROJEKT WOLLEN WIR UNTERSTÜTZEN

Wir sind seit 2021 Partner des Nationalparks Schwarzwald, dem größten Niederschlagsgebiet und damit verbunden, dem größten Trinkwasserspeicher in Baden-Württemberg.



UNSER WINI!-PROJEKT

Bereits seit 2009 unterstützen wir den Landesfischereiverband Baden-Württemberg bei seinen Bemühungen, den Lachs in unseren heimischen Gewässern wieder anzusiedeln.



Zweimal im Jahr zeichnet sich Hansgrohe verantwortlich für den „KinzigCleanUp“, seit 2020.



UNSER WIN!-PROJEKT

Die „Wissenswerkstatt“ der H2Org gGmbH trägt seit 2022 zur Sensibilisierung im Umgang mit Wasser und damit verbunden, dem Gewässerschutz bei.



ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Den **Nationalpark Schwarzwald** unterstützt Hansgrohe seit 2021. Unsere Partnerschaft ist vertraglich erstmal bis 2025 vereinbart. Bei dieser Partnerschaft geht es uns natürlich auch um das Thema Wasser. Der Nationalpark Schwarzwald ist eines der größten Niederschlagsgebiete und somit auch einer der größten Wasserspeicher Deutschlands. Hier geht es um gegenseitige Sensibilisierung. Wir wollen unsere Mitarbeitenden an das Thema Natur und Wildnis heranführen. Hierzu finden immer wieder Veranstaltungen im Nationalpark statt. Unter anderem helfen wir mit unseren Praktikanten an zwei Tagen bei der Grindenpflege, welche notwendig für das Bestehen des Auerhuhns ist. Mit unserem Wasserbotschafter Prof. Dr. Andreas Fath haben wir im Nationalparkgebiet verschiedenste Wasserproben gezogen. Die Veröffentlichung der Ergebnisse soll im September stattfinden. Ziel ist es das Wasser im Nationalpark in regelmäßigen Abständen zu untersuchen. Damit sollen auch die

UNSER WIN!-PROJEKT

Besuchenden des Nationalparks für das Thema Gewässerschutz sensibilisiert werden. Weiter werden wir uns an wasserbezogenen Projekten wie beispielsweise den in der Planung befindlichen Gesundheitspfad unterstützen.

Junge Lachse werden direkt hinter unserem Headquarter in die Kinzig ausgesetzt. Damit unterstützen wir das Programm zur **Wiederansiedlung des Lachses** in Baden-Württemberg. Die Kinzig ist wichtig für unsere Heimatregion. Unser Hauptsitz in Schiltach steht am Ufer der Kinzig. Auch dieser Fluss ist ein Ökosystem, das es zu schützen gilt. Denn auf saubere Flüsse sind nicht nur Menschen angewiesen. Unbelastete Gewässer sind gerade für Wasserlebewesen überlebenswichtig – wie für den früher heimischen Lachs. Für die Wiederansiedlung dieser faszinierenden Wanderfische im Schwarzwald engagieren wir uns. Jedes Jahr initiiert die Gesellschaft Wanderfische Baden-Württemberg e.V. eine Lachsbesatz-Aktion in der Kinzig, die Hansgrohe unterstützt. Die Lachse werden immer durch die Vorschulkinder der örtlichen Kindergärten in ihr Besatzgewässer entlassen. Uns liegt es am Herzen, bereits die Jüngsten in unserer Gesellschaft an die Nachhaltigkeit heranzuführen.

Damit die Lachse ein ungetrübtes Dasein in der Kinzig haben, führen wir zweimal im Jahr den sogenannten **KinzigCleanUp** durch. Hier unterstützen wir die gemeinnützige Organisation RhineCleanUp. Mit unseren Mitarbeitenden entfernen wir den Müll entlang des Kinzigufers. Ziel ist es den Müll zukünftig zu vermeiden. Aber auch hier haben wir das Thema Sensibilisierung. Den meist nimmt die ganze Familie unserer Mitarbeitenden teil. Ziel ist es genügend Mitwirkende zu finden, so dass die Kinzig von Ihrer Quelle in Loßburg bis zu Ihrer Mündung in den Rhein bei Kehl gesäubert werden kann. Langfristig soll die Bevölkerung so sensibilisiert werden, dass diese „Säuberungsaktionen“ gar nicht mehr notwendig sind.

Mit der **Wissenswerkstatt**, welche wir seit 2022 unterstützen, machen wir zusammen mit der gemeinnützigen GmbH **H2Org** auf den Gewässerschutz und Mikroplastik aufmerksam. Die Wissenswerkstatt ist eine mobile Einrichtung, welche bei verschiedensten Anlässen und Zielgruppen zum Einsatz kommt. So war die Wissenswerkstatt schon bei Schulen, Studierenden aber auch dem Hansgrohe Wassersymposium oder Wandertag im Einsatz. Sie lernt dabei, wie Mikroplastik entsteht, wie mit Plastik umzugehen ist, aber auch wie unverzichtbar der Werkstoff für uns ist. Ziel ist es, die Wissenswerkstatt in diesem Jahr noch um das Thema Wasser- und Energieverbrauch zu ergänzen.

4. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin/ Ansprechpartner

Torsten Mayer
Projektleitung Green Company
Hansgrohe SE
Auestraße 5 – 9
77761 Schiltach, Germany
E-Mail: torsten.mayer@hansgrohe.com

Impressum

Herausgegeben am 6.6.2023 von

Hansgrohe SE
Auestraße 5 – 9, 77761 Schiltach
Telefon: +49 7836 51-0
Fax: +49 7836 51 1300
E-Mail: info@hansgrohe-group.com
Internet: www.hansgrohe-group.com

The Hansgrohe logo consists of the word "hansgrohe" in a white, lowercase, sans-serif font, centered within a solid teal rectangular background.