

Presseinformation

Seit 1901 entwickelt das Unternehmen Produkte, die das Leben in Bad und Küche komfortabler machen

Hansgrohe feiert 125 Jahre Unternehmensgeschichte



Bilderlink: <https://celum.hansgrohe.com/pinaccess/showpin.do?pinCode=i2O3Q6l7J7l0>

Copyright: Hansgrohe SE

Schiltach, im Februar 2026. Was in einer kleinen Werkstatt im Schwarzwald begann, prägt heute das Duschen von Miami bis Shanghai. Hansgrohe hat aus Technik Berührung gemacht – und aus Nachhaltigkeit ein Versprechen: 125 Jahre nach der Gründung entstehen hier nicht nur Prototypen, sondern marktreife Innovationen, die Komfort neu definieren und Wasser sparen. Wer einmal unter Produkten aus dem Haus Hansgrohe geduscht hat, wird in jedem Hotel und jedem Zuhause neugierig nachsehen, was dort im Bad verbaut ist – und sehr oft ist es ein Produkt des Schwarzwälder Unternehmens.

„125 Jahre Hansgrohe stehen nicht nur für Millionen verkaufter Duschbrausen und Armaturen. Und auch nicht allein für Designpreise oder Auszeichnungen für Patente und Nachhaltigkeitsstrategien. Es sind vor allem die

Menschen, die diese Produkte entwickelt haben, die immer an unsere Kunden denken und unserem Unternehmen seit Jahren treu sind – manchmal sogar über Generationen hinweg“, sagt Hans Jürgen Kalmbach, seit 2018 Vorstandsvorsitzender der Hansgrohe Group. „Und auch wenn die Familie Klaus Grohe heute nicht mehr im Tagesgeschäft aktiv ist, wissen wir alle, was wir ihr zu verdanken haben: eine großartige Firmenkultur, die den einzelnen Menschen, sein Engagement und seine Leidenschaft sieht und schätzt, und einen Unternehmergeist, der immer nach vorne denkt.“

Von der Werkstatt zu einem der Weltmarktführer

Die Basis legte Unternehmensgründer Hans Grohe 1901 in seiner kleinen Werkstatt in Schiltach im Schwarzwald. Er spezialisierte sich auf Metallwaren für den Sanitärbereich und erkannte früh den Trend zum privaten Hausbad. Seine revolutionären Erfindungen prägen bis heute die Duschkultur weltweit: 1928 entwickelte er die Hansgrohe Handbrause in Serie, eine komfortable Alternative zur Kopfbrause. 1953 erfand er im Alter von 82 Jahren die höhenverstellbare Duschstange – heute Standard in europäischen Badezimmern.

Sohn Klaus Grohe stieg 1968 ins Unternehmen ein und übernahm 1975 federführend die Geschäfte (bis 2008). Er machte die Hansgrohe Group zu einem international bekannten Premiumhersteller von Brausen und Armaturen, führte den Markennamen hansgrohe ein, gründete 1993 die Designmarke AXOR und verankerte Nachhaltigkeit in der Unternehmens-DNA. Bereits 1992 ließ er das damals größte dachintegrierte Solarkraftwerk Deutschlands auf dem Werk in Offenburg installieren. 1995 wurde Hansgrohe als erstes Unternehmen der Sanitärbranche nach der Öko-Audit-Verordnung der EU zertifiziert.

Innovation als Tradition

Diese Innovationskraft zeigte sich in der Vergangenheit in bahnbrechenden Technologien wie der Selecta Brause (1968) mit verstellbaren Strahlarten, die sich über 30 Millionen Mal verkaufte, und der Select-Technologie (2011) zur Wassersteuerung per Knopfdruck. Auch produktionstechnische Weltneuheiten kommen aus dem Hause Hansgrohe – etwa das 2023 eingeführte Recyclingverfahren für galvanisierte Kunststoffe, entwickelt in Kooperation mit einem spezialisierten Anlagenbauer. Mit Technologien wie EcoSmart, AirPower und CoolStart unterstützt Hansgrohe Bauherren und Privathaushalte dabei, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Bis 2030 werden im Rahmen der internen Initiative „ECO 2030“ alle wasserführenden Produkte ausschließlich mit Wasserspartetechnologie ausgestattet sein.

Allein für Forschung und Entwicklung sowie Innovationsmanagement arbeitet ein rund 200-köpfiges Team. Die Prototypen aller neuen AXOR und hansgrohe Produkte entstehen in Innovationszentren im Schwarzwald und

seit 2023 auch in Shanghai. Damit forciert Hansgrohe die Lokalisierung seiner Produkte und Marken in China und im asiatisch-pazifischen Raum. Voraussetzung für erfolgreiches Produktdesign ist es, den Blickwinkel der Kunden einzunehmen und ihre Bedürfnisse zu verstehen. Neuheiten, also Design- und Gestaltungskonzepte, die jünger als drei Jahre sind, machen rund 30 Prozent des Gesamtumsatzes aus.

Erfolgreiche Zwei-Marken-Strategie

1977 wird aus dem damaligen Unternehmensnamen Hans Grohe die Wort-Bild-Marke „hansgrohe“. Die Marke steht heute für ganzheitliche Baderlebnisse, die wasser- und energiesparende Technologien, intelligente Funktionen und langlebige Qualität vereinen. Die 2025 lancierte, auf der weltweiten Branchenmesse ISH präsentierte hansgrohe Linie Raindance Alive erzeugt ein außergewöhnliches Brausegefühl durch die im hauseigenen Strahlabor entwickelten Strahlarten RainAir und PowderRain. Selbst im neu eröffneten Großen Ägyptischen Museum in Kairo sind Armaturen der Marke hansgrohe verbaut.

Seit 1993 erweitert die Marke AXOR das Portfolio um exklusive Designkollektionen. In über 30-jähriger Zusammenarbeit mit dem Stardesigner Philippe Starck und weiteren Designern wie Antonio Citterio, Patricia Urquiola, Jean-Marie Massaud und Barber Osgerby entstehen ikonische Armaturen und Duschobjekte. Sie prägen Luxushotels wie The Bulgari Resort in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Yachten und gehobene Privatbäder weltweit.

Ausgezeichnete Nachhaltigkeit

Schon Ende der 1980er Jahre stellte Hansgrohe einen Umweltbeauftragten ein. Seit 2020 arbeitet ein Expertenteam in der Abteilung Corporate Sustainability an der Umsetzung und Weiterentwicklung der eigenen Nachhaltigkeitsziele, eng orientiert an den Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen. Darüber hinaus engagiert sich das Public-Affairs-Team auf EU-Ebene für den Schutz der Ressource Wasser.

2024 erhielt die Hansgrohe Group den Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie Energie, Wasser, Sanitärtechnik. Mit der EcoVadis-Platinum-Medaille zählt das Unternehmen zu den Top 1 % aller 130.000 weltweit bewerteten Unternehmen. Diese Auszeichnungen würdigen die konsequente Nachhaltigkeitsstrategie: von einer möglichst ressourcenschonenden Produktion über wassersparende Technologien bis zur „Local for local“-Strategie mit Produktionsstandorten in Deutschland, Frankreich, China, USA und seit 2023 in Serbien.

Hohe Mitarbeiterloyalität

Die Mitarbeitenden sind das Herz des Schwarzwälder Unternehmens: „Ich bin immer wieder berührt, wenn wir Pensionäre nach 45 oder 50 Jahren Hansgrohe verabschieden – während sich gleichzeitig so viele junge Menschen für eine Ausbildung in unserer Talentschmiede entscheiden“, sagt Sandra Richter, Chief People Officer der Hansgrohe Group. Jedes Jahr starten rund 50 Auszubildende und dual Studierende bei Hansgrohe. Seit 1924 hat das Unternehmen über 1.000 Fachkräfte ausgebildet. Die unternehmenseigene Lernplattform CAMPUS führte 2024 mehrere hundert Veranstaltungen mit 16.000 Teilnehmenden durch. Dieses Engagement für die Mitarbeitenden zahlt sich aus: Hansgrohe zeichnet sich durch hohe Mitarbeiterloyalität und niedrige Fluktuation aus – oft arbeiten mehrere Generationen einer Familie im Unternehmen.

Jubiläumsjahr 2026: Ein Fest für alle

Das 125-jährige Jubiläum steht unter dem Motto „Taktgeber des Wassers. Seit 1901“. Denn Hansgrohe steht für technologische und gestalterische Innovation im Bereich Wasseranwendung und verbindet Ingenieurskunst mit Erlebnis und Lebensgefühl. Highlights sind unter anderem ein großes Sommerfest am Unternehmensstandort Schiltach für Mitarbeitende und ihre Familien sowie die Neueröffnung des Ausstellungsbereichs zur Unternehmensgeschichte in der Aquademie.

„Wir sind seit 125 Jahren ein Taktgeber des Wassers. Und damit hören wir auch in den nächsten Jahrzehnten nicht auf“, sagt Hans Jürgen Kalmbach. „Als ein Pionier in der Gestaltung des Badezimmers treiben wir Innovationen voran – von zeitgemäßem Design über technologische und digitale Lösungen bis hin zu nachhaltigen Materialien. Unser Ziel ist es, den Lebensraum Bad immer wieder neu zu definieren: mit höchstem Nutzerkomfort und einem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen.“

Bilder Hansgrohe Group

Bilder zum Download <https://celum.hansgrohe.com/pinaccess/showpin.do?pinCode=i2O3Q6I7J10>

1. Hansgrohe: Brausen, die begeistern

Seit über einem Jahrhundert steht Hansgrohe für besondere Duscherlebnisse – mit Kopf-, Hand- und Seitenbrausen bis hin zu kompletten Duschsystemen. Getrieben vom Credo „Erfinden, was der Kunde braucht – plus ein bisschen Genialität“ entstehen im Lauf der Geschichte auch immer wieder Spezialbrausen.



1932 – Ring- und Schulterbrause

Schon früh wird Hansgrohe weiblichen Kundenwünschen gerecht: Duschen ohne, dass die Haare und die damals trendige Dauerwelle nass werden.



1981 – Die ersten Brausenfamilien

Auf der ISH in Frankfurt präsentiert Hansgrohe erstmals komplette Brausenfamilien. Kopf-, Seiten- und Handbrausen sind nun als abgestimmtes System erhältlich – ein Meilenstein für das moderne Duscherlebnis.



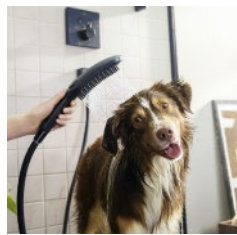
1983 – Wellness unter der Dusche

Mit der Bolero-Massagebrause greift Hansgrohe den Fitness- und Gesundheitstrend der 1980er-Jahre auf. Die Brause ist mit Bürstenaufsatz und Schnellkupplung erhältlich und soll die Haut stimulieren und das Wohlbefinden steigern.



1993 – Joco, die Funbrause

In Zusammenarbeit mit Phoenix Design entsteht die farbenfrohe „Joco“. Ihr spielerisches Design erleichtert das Haarewaschen und macht nicht nur für die Jüngsten das Duschen zum Vergnügen.



2023 – DogShower

Praktisch für Fellnasen: Die hansgrohe DogShower erleichtert das Reinigen quirliger Vierbeiner und schont Nerven von Herrchen und Frauchen.



2023 – Womanizer Wave

Duschvergnügen neu gedacht: Womanizer Wave – eine ergonomische Handbrause mit speziellen Strahlarten für sinnliche Momente. Entwickelt mit hansgrohe als Technologiepartner, vermarktet von der Lovehoney Group.

2. Hansgrohe: junge Talente – erfahrene Teams

Das Schwarzwälder Unternehmen baut auf den Teamgeist seiner Mitarbeitenden. An den deutschen Standorten arbeiten Menschen aus über 50 Nationen – eine Mischung aus erfahrenen Fachkräften und jungen Talenten – gemeinsam für den Erfolg des international tätigen Unternehmens. Das Durchschnittsalter liegt bei rund 42 Jahren, die Betriebszugehörigkeit bei durchschnittlich 12,4 Jahren. Rund 400 Mitarbeitende sind seit mehr als 30 Jahren im Unternehmen, darunter 48 Personen mit über 40 Jahren Hansgrohe-Erfahrung.



1924 – Der erste Lehrling

Der erste bei Hansgrohe dokumentierte Lehrbrief stammt von Karl Wackerle, der von 1924 bis 1927 in Schiltach den Beruf des Metalldruckers erlernte.



1920er Jahre – Teamgeist

Schon immer setzt Hansgrohe auf das Miteinander, ob bei der täglichen Arbeit oder bei gemeinsamen Freizeitaktivitäten. Das Foto zeigt einen Wandertag in den 1920er Jahren.



1942 – Der erste weibliche Lehrling

Die erste kaufmännische Auszubildende, Ruth Wöhrle (geb. Schneider), erhielt 1945 ihr Abschlusszeugnis von Hans Grohe sen. Die heute 97-Jährige arbeitete über vier Jahrzehnte für das Unternehmen in ihrer Heimatstadt.



Heute – Gemeinsam feiern

Der Hansgrohe Jubilarsabend ist seit Jahren Tradition. Als Dank für ihr Engagement lädt das Unternehmen Mitarbeitende mit 25, 40 oder sogar 50 Jahren Betriebszugehörigkeit sowie Betriebsrentnerinnen und -rentner mit Partnern zum Feiern ein. 2024 fand die Veranstaltung mit 800 Gästen im Europa-Park statt.



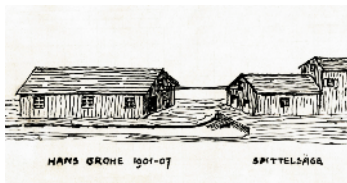
Talente fördern – Zukunft sichern

Während der letzten 100 Jahre hat Hansgrohe über 1000 junge Menschen bei ihrem Berufsstart begleitet. In den Unternehmensanfängen gab es oft nur einen Lehrling pro Jahr, heute starten jährlich rund 50 Auszubildende und Dual Studierende ihre Karriere bei Hansgrohe. Damit zählt das Unternehmen zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben der Region.



3. Hansgrohe: Produktion weltweit

1901 entstehen die ersten Hansgrohe Produkte in einem Schuppen mithilfe von Wasserkraft. 1909 folgt ein Fabrikgebäude an das Wohnhaus des Firmengründers in der Auestraße, ausgestattet mit elektrisch betriebenen Maschinen. Heute fertigt das Unternehmen seine Produkte an acht eigenen Standorten weltweit: vier in Deutschland sowie jeweils in Frankreich, Serbien, den USA und China. Mit hochmodernen, spezialisierten Werken verfolgt Hansgrohe die „local for local“-Strategie und regionalisiert seine globale Supply Chain. Weltweit verfügt die Hansgrohe Group über rund 160.000 Quadratmeter Produktionsflächen.



1901 – Die Gründung

Hans Grohe übernimmt in Schiltach einen Holzschuppen der Spittelsäge. Mithilfe von Wasserkraft fertigt er gemeinsam mit zwei Arbeitern Metall-drückwaren – zunächst Uhrenteile, Messingpfannen und Produkte nach Muster oder Zeichnung. Schon bald entstehen auch erste Sanitärartikel.



1909 - Auestraße

An das 1906 errichtete Wohnhaus in der Auestraße wird ein Fabrikgebäude angebaut. Im Erdgeschoss befindet sich die Fertigung, im Obergeschoss Lager und Versand. Das Büro bleibt im Wohnhaus.



1927/28 – Neubau für weiteres Wachstum

Das Unternehmen benötigt mehr Platz. Ein Neubau wird geplant und umgesetzt (Zeichnung 1927). Das neue Firmengebäude wird 1928 bezogen. Es bietet großzügige Räumlichkeiten; zwei Aufzüge erleichtern den Materialfluss im dreistöckigen Bau.



1950er Jahre – Wirtschaftswunder

Die Wirtschaft boomt, das Unternehmen wächst. Ein Blick auf die Firmengebäude von Hansgrohe im Kinzigtal.



1965 – Mehr Platz für Produktion und Verwaltung

Das alte Fabrikgebäude und das Wohnhaus der Familie Grohe weichen einem neuen Hauptgebäude an der Ave. Dieses entsteht in drei Bauabschnitten: 1966, 1969 und 1986.



2026 – 125 Jahre später

Der Hansgrohe Stammsitz liegt noch immer in der Auestraße in Schiltach – ein Zeichen für Kontinuität und Verbundenheit. Zugleich ist das Unternehmen mit 35 Gesellschaften und 22 Verkaufsbüros weltweit präsent und international gut vernetzt.



2026 – Das größte Hansgrohe Werk

Der Hansgrohe Standort Offenburg, rund 50 Kilometer von Schiltach entfernt, ist der größte Produktionsstandort der Hansgrohe Group. Hier werden hauptsächlich Brausen gefertigt. Im Kunststofftechnologie-Zentrum sind die Kompetenzen in Kunststofffertigung und Galvanik gebündelt. Zudem befindet sich in Offenburg das Logistikzentrum, von dem aus Hansgrohe seine Produkte weltweit versendet.



2026 – Fertigungsverbund in Europa

Die Hansgrohe Group eröffnete 2023 in der serbischen Stadt Valjevo einen neuen Produktionsstandort. Mit einer Investition von rund 85 Millionen Euro entstand dort ein Werk zur Fertigung von Armaturen für Bad und Küche. Das Werk stärkt den europäischen Fertigungsverbund und ist Teil der globalen Fertigungsstrategie der Hansgrohe Group mit dem Ziel kurzer und sicherer Lieferketten.



2026 – Local for local

Das 2006 eingeweihte Hansgrohe Werk in Songjiang nahe Shanghai ist der zentrale Produktionsstandort für die asiatischen Märkte. Hansgrohe verfolgt weiterhin die Strategie „local for local“ und regionalisiert die globale Supply Chain. Vor dem Hintergrund geopolitischer Entwicklungen und weiterer erwarteter Einschränkungen im globalen Handel stärkt die Hansgrohe Group damit ihre eigene Resilienz.

4. Hansgrohe: in exklusiven Häusern

Ob auf Kreuzfahrtschiffen, in internationalen Hotels und Spas oder in privaten Wohnhäusern: Produkte von Hansgrohe sind weltweit in anspruchsvollen architektonischen Kontexten präsent.



2004 - An Bord

Seit Jahrzehnten stattet der Schwarzwälder Sanitärspezialist zahlreiche Luxusliner mit seinen Produkten aus. Seit 2004 gehören Armaturen der Marke AXOR zur Ausstattung ausgewählter Bereiche an Bord der Queen Mary 2.



2010 - Hoch hinaus

Mit der Eröffnung des Burj Khalifa wird 2010 das damals mit 828 Metern höchste Gebäude der Welt fertiggestellt. Hansgrohe stattet das Prestigeprojekt in Dubai mit mehr als 5.000 Armaturen aus, darunter Modelle der Luxuskollektion AXOR Starck. Der Wolkenkratzer bietet Platz für rund 12.000 Bewohner und beherbergt Appartements, Büros, ein Hotel und Restaurants.



2022 – Klein aber fein

Auch in hochwertigen privaten Wohnprojekten kommen Produkte der Hansgrohe Group zum Einsatz. In der Normandie stattete der französische Innenarchitekt Tristan Auer ein historisches Ferienhaus mit Armaturen und Brausen der Kollektion AXOR Montreux aus.



Weltweit zu Gast

Ob in internationalen Metropolen, im balinesischen Dschungel oder an der isländischen Lagune: Produkte der Hansgrohe Group sind weltweit in luxuriösen Fünf Sterne und Boutique Hotels, außergewöhnlichen Spas, exklusiven Bädern von Lodges und Luxusvillen sowie in öffentlichen Einrichtungen präsent.

5. Hansgrohe: Pionier in Sachen Nachhaltigkeit

Nachhaltiges Denken und Handeln sind bei der Hansgrohe Group tief verankert. Schon in den 1980er-Jahren, lange bevor „Nachhaltigkeit“ in aller Munde war, hat Klaus Grohe umweltbewusstes Denken und Handeln zur Maxime unseres Unternehmens gemacht.



1987 – die erste wassersparende Brause

Sehr früh rücken bei Klaus Grohe ökologisches Denken und Umweltschutz in den Fokus. Neben zahlreichen nachhaltigen Projekten in Produktion und Verwaltung bringt das Unternehmen 1987 mit der Mistral-Eco die erste wassersparende Handbrause auf den Markt. Seither arbeitet die unternehmenseigene Strahlungsforschung täglich an der Frage: Wie lässt sich Wasser reduzieren, ohne Komfortverlust?



1994 – Sonne sinnvoll nutzen

Mit der Inbetriebnahme des Hansgrohe Solarkraftwerks am Standort Offenburg im Jahr 1994 setzt das Unternehmen ein sichtbares Zeichen für den Einsatz erneuerbarer Energien. Die Photovoltaikanlage auf dem Fabrikdach dient als Forschungsprojekt zur solaren Stromerzeugung. Der von Rolf Disch entworfene Solarturm ist als Niedrigenergiehaus konzipiert. Er zeigt, wie energieeffizientes Bauen, Materialeinsatz und die Nutzung von Sonnenenergie umweltschonend miteinander verbunden werden können.



2007 – Wasser sparen mit Vergnügen

Mit der Einführung der EcoSmart Technologie beginnt 2007 eine neue Ära des Wassersparens: zunächst bei Brausen, später auch bei Armaturen. Eine integrierte Durchflussbegrenzung senkt den Wasserverbrauch beim Duschen, Händewaschen oder Abwaschen. Das verringert gleichzeitig den Energiebedarf für die Wassererwärmung und damit auch die Strom oder Gaskosten – zugleich sinkt der CO₂-Ausstoß.



2023 – die Hansgrohe Green Vision

Mit „Hansgrohe's Green Vision Beyond Water“ präsentierte das Unternehmen auf der ISH 2023 die Vision eines Badezimmers, das bis zu 90 Prozent weniger Wasser sowie bis zu 90 Prozent weniger Energie im Vergleich zu einem herkömmlichen Badezimmer benötigt und somit auch bis zu 90 Prozent weniger CO₂e-Emissionen generiert. Für diese Konzeptstudie wurde Hansgrohe mit dem German Innovation Award ausgezeichnet.



Hans Jürgen Kalmbach

Vorstandsvorsitzender
Hansgrohe SE

6. Hansgrohe: Visionen – Innovationen

Seit 1901 prägen Ideenreichtum und Innovationskraft den Erfolg von Hansgrohe. Über Generationen hinweg entstehen so visionäre Lösungen – getragen von echter Teamarbeit und vielen klugen Köpfen im Unternehmen. Dabei gilt: Nicht jede Innovation entfaltet ihre Wirkung zur richtigen Zeit – oft sind Ideen ihrer Epoche voraus.



1970 – Duschmischer

Eine clevere Idee aus der Zeit vor Duschgel & Co.: Der vor die Handbrause gesetzte Seifenspender sollte die Schaumdusche revolutionieren – und machte dem flutschigen Seifenstück ein Ende. Innovativ gedacht, vom Markt jedoch nicht akzeptiert.



1997 – Pontos

Auf dem Hansgrohe Umweltforum 1997 in Offenburg präsentiert das Unternehmen erstmalig eine Versuchsanlage für Dusch- und Grauwasserrecycling. Klaus Grohe forcierte die Idee, daraus entstanden die späteren Pontos-Grauwasserrecycling-Anlagen zur Wiederverwendung des Wassers für Waschmaschine, Toilette oder auch Gartenbewässerung.



2000 – Cocoon

Pharo Cocoon: Ein futuristischer Duschkokon aus leichtem PET-Kunststoff, farbenfroh, transportabel und maximal flexibel – eine mobile Wellness-Einheit, die schon 2000 ein spacy neues Lebensgefühl in moderne Bäder brachte. Ausgestatte war die mobile Duschkabine mit einem Thermostaten, einer Kopf- und zwei Seitenbrausen sowie einer Handbrause mit vier Strahlarten.



2010 - RainBrain

Schon 2010 bringt die Marke hansgrohe mit RainBrain eine wegweisende elektronische Duschsteuerung auf den Markt. Über ein farbiges Touch-Panel ließen sich Strahlarten, Temperatur, Licht und sogar Musik intuitiv steuern – ein früher Schritt in Richtung digitaler Komfort im Bad und ein Beispiel für den Innovationsanspruch der Marke.



2021 - RainTunes

2021 setzt die Marke hansgrohe mit RainTunes neue Maßstäbe: Das digitale Duschsystem orchestriert Wasser, Licht, Klänge, Düfte und Bilder zu stimmungsbasierten Duschszenarien – individuell steuerbar über die hansgrohe home App und entwickelt, um Körper und Geist in jeder Stimmung wohltuend zu begleiten.

Copyright: Wir müssen darauf aufmerksam machen, dass wir für die zur Verfügung gestellten Bilder lediglich eingeschränkte Nutzungsrechte besitzen, alle weitergehenden Rechte jedoch beim jeweiligen Fotografen liegen. Die Bilder mit Copyright der Hansgrohe SE können daher nur honorarfrei veröffentlicht werden, wenn sie eindeutig und ausdrücklich der Darstellung oder Bewerbung von Leistungen, Produkten oder Projekten des Unternehmens Hansgrohe SE und/oder einer seiner Marken (AXOR, hansgrohe) dienen. Zum Schutz des Copyright beachten Sie bitte eine eingeschränkte Nutzungsdauer von einem Jahr ab Veröffentlichung unserer jeweiligen Pressemitteilung. Bitte speichern Sie unsere Dateien nicht in Ihren Bildarchiven, sondern fragen Sie bei Bedarf immer aktuelle Fotomotive bei uns an. Alle anderen Bilder können nur im unmittelbaren Zusammenhang mit der dazugehörigen Pressemitteilung verwendet werden. Jede andere Nutzung bedarf der Genehmigung des jeweiligen Rechteinhabers/der jeweiligen Rechteinhaberin und ist in Absprache mit ihm/ihr zu vergüten.

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 23.000 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“ statet die Unternehmensgruppe bis 2030 alle wasserführenden Produkte ausschließlich mit Wasserspartetechnologien aus. Mit 35 Gesellschaften, 22 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 2024 erzielte die Hansgrohe Group einen Umsatz von 1,387 Milliarden Euro und beschäftigt weltweit rund 5.600 Mitarbeitende, davon etwa 60 Prozent in Deutschland.

Hansgrohe Group

AXOR · hansgrohe



Mehr zur Hansgrohe SE und ihren Marken AXOR und hansgrohe erfahren Sie auch unter:

www.facebook.com/axor.design

www.facebook.com/hansgrohe

www.linkedin.com/company/hansgrohe-group

www.instagram.com/axordesign

www.instagram.com/hansgrohe

Weitere Informationen:

Hansgrohe SE

Corporate Communications

Anke Messerschmidt

T +49 78 36 51 3288

E-Mail: public.relations@hansgrohe.com

www.hansgrohe-group.com

www.axor-design.com

www.hansgrohe.de