

## Presseinformation

Globale Unsicherheiten und eine schwache Baukonjunktur prägen weiterhin den Geschäftsverlauf des Sanitärspezialisten aus dem Schwarzwald

### Hansgrohe Group zieht zufriedenstellende Bilanz für 2025

*Schiltach, im April 2026.* „Die weltweiten Krisen und die anhaltende wirtschaftliche Unsicherheit haben auch 2025 die Baukonjunktur – und damit die Sanitärbranche – beeinflusst“, bilanziert Hans Jürgen Kalmbach, Vorsitzender des Hansgrohe Vorstands, das abgelaufene Geschäftsjahr. „Der Umsatz war zufriedenstellend“, sagt der Hansgrohe CEO, „wir verzeichnen jedoch ein leichtes Minus.“ Als einer der führenden Hersteller von Design- und Premiumprodukten für Bad und Küche erzielte das Unternehmen aus Schiltach/Baden-Württemberg im abgelaufenen Jahr einen Gesamtumsatz von 1,375 Milliarden Euro. Dies entspricht im Vergleich zum Vorjahr (2024: 1,387 Milliarden Euro) einem Rückgang von 0,9 Prozent. Währungsbereinigt weist der Umsatz ein leichtes Plus von 0,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf. Das Betriebsergebnis lag mit 185,9 Millionen Euro 7 Prozent unter dem Vorjahreswert (2024: 199,9 Millionen Euro). Die Umsatz-Ergebnisquote sank auf 13,5 Prozent (2024: 14,4 Prozent). Das EBITDA blieb mit 243,6 Millionen Euro 5,1 Prozent unter dem Vorjahr (2024: 256,6 Millionen Euro). Die daraus resultierende EBITDA-Marge verringerte sich auf 17,7 Prozent (2024: 18,5 Prozent).

„2025 stellte uns – wie schon das Jahr zuvor – vor unzählige, sich oftmals täglich ändernde Herausforderungen: geopolitische Spannungen, weiter zunehmender Protektionismus, unvorhersehbare Marktentwicklungen bei Rohstoffen, der anhaltende Krieg in der Ukraine sowie weltweit zahlreiche politische Konflikte“, beschreibt Hans Jürgen Kalmbach. „In Zeiten globaler Unsicherheit ist es entscheidend, dass wir unsere Strategie nicht starr beibehalten, sondern intelligent anpassen. Unsere ‚Next Level Strategie‘ bleibt unser Kompass – aber wir justieren den Kurs, um Stabilität und nachhaltiges Wachstum für die kommenden Jahre zu sichern. Dies gelingt jedoch nur mit Mitarbeitenden, die flexibel reagieren, Verantwortung übernehmen und an all unseren Standorten gemeinsam die erforderlichen Schritte gehen. Für dieses Engagement und die konstruktive sowie verlässliche Zusammenarbeit danke ich dem internationalen Hansgrohe Team auch im Namen meiner Vorstandskollegin und -kollegen ausdrücklich.“

## **Umsatzentwicklung: Starke Inlandsdynamik, rückläufiges Auslandsgeschäft**

Die Hansgrohe Group vertreibt ihre Produkte – von Brausen und Duschköpfen über Bad- und Küchenarmaturen bis hin zu Küchenspülen, Sanitärkeramik und Badmöbeln – in über 145 Ländern und ist international breit aufgestellt. Die konjunkturell unsichere Weltwirtschaft sowie der deutliche Rückgang der Wohnungsbauminvestitionen, insbesondere in China, belasteten jedoch die Umsatzentwicklung des Unternehmens. Sehr positiv entwickelte sich hingegen das Deutschlandgeschäft, das weiterhin den wichtigsten Absatzmarkt des Schwarzwälder Sanitärherstellers darstellt. Die Inlandsumsätze stiegen um 7 Prozent auf 346,5 Millionen Euro. Auch in Europa zeichnete sich eine starke Entwicklung von plus 4 Prozent ab. Dieses Wachstum konnte den Rückgang im internationalen, außereuropäischen Geschäft allerdings nicht kompensieren. Der Auslandsumsatz sank 2025 – insbesondere durch den Rückgang in China – insgesamt um 2,8 Prozent; währungsbereinigt betrug das Minus 0,7 Prozent. Damit verringerte sich auch die Auslandsquote am Gesamtumsatz der Hansgrohe Group und lag bei 74,8 Prozent (2024: 76,5 Prozent).

## **Qualifizierte Teams sichern Stabilität**

2025 beschäftigte die Hansgrohe Group weltweit 5.673 Mitarbeitende (2024: 5.645). In Deutschland arbeiteten zum Stichtag am 31. Dezember 3.419 Personen (2024: 3.420), an den internationalen Standorten 2.254 Mitarbeitende (2024: 2.225). Die Gesamtzahl stieg damit um 28 Beschäftigte.

Hansgrohe setzt weiterhin auf gezielte Aus- und Weiterbildung, um die Qualifikation der Mitarbeitenden weltweit zu stärken. Der Hansgrohe Campus bündelt Trainings, Vorträge und Lernformate, die einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung der Unternehmensstrategie leisten. An der globalen Mitarbeitendenbefragung nahmen 2025 insgesamt 4.080 Beschäftigte (73 Prozent) teil. Die Ergebnisse wurden anonymisiert durch ein externes Beratungsunternehmen ausgewertet und dienen als Grundlage für bereichsspezifische Verbesserungsmaßnahmen. Der unter anderem ermittelte Engagement-Index betrug 81 Prozent. Dieser Wert misst die emotionale Bindung der Mitarbeitenden zu ihrem Arbeitgeber und zeigt, wie zufrieden und motiviert sie sind. Wie in den Vorjahren wurde Hansgrohe 2025 erneut als Top Employer ausgezeichnet – ein unabhängiges Gütesiegel für exzellente Arbeitsbedingungen.

## **Investitionen in Produktion, Innovation und digitale Infrastruktur**

Hansgrohe investierte 2025 insgesamt 53,8 Millionen Euro (2024: 58,9 Millionen Euro). Schwerpunkte waren der neue Produktionsstandort in Serbien, Projekte der Next Level Strategie sowie Werkzeuge für Neuprodukte,

Maschinen, Anlagen und digitale Infrastruktur. Ein wesentlicher Teil der Investitionen floss in die Entwicklung neuer Produkte, die im März 2025 auf der internationalen Leitmesse ISH in Frankfurt vorgestellt wurden. Die Marke hansgrohe präsentierte die Brausenkollektion Raindance Alive mit einer außergewöhnlichen Designsprache und bis zu drei Strahlarten. Eine weitere aufmerksamkeitsstarke neue Produktkategorie der Premiummarke hansgrohe, die Avalegra AquaUnit, vereint Waschbecken und Armatur zu einer harmonischen Kombination. Beide Produkte wurden mit einem iF Gold Award in der Kategorie Sanitär ausgezeichnet. Die Designmarke AXOR unterstrich ihren Anspruch im Luxussegment: Das neue Kopfbrausenprogramm AXOR ShowerSphere von Antonio Citterio sowie zusätzliche Varianten der Serie AXOR One bieten noch mehr Gestaltungsspielräume für individuelle Bäder.

Auch die Weiterentwicklung der globalen Produktionsstruktur erforderte Investitionen. Im Rahmen der „local for local“-Strategie regionalisiert die Hansgrohe Group ihre Lieferketten und stärkt den europäischen Fertigungsverbund. Künftig werden im serbischen Werk ausschließlich Armaturen der Marke hansgrohe gefertigt, während die Standorte Offenburg und Wasselonne (Frankreich) weiterhin für die Brausenproduktion verantwortlich sind. In Schiltach entstehen die Produkte der Marke AXOR. Diese Struktur soll Materialflüsse verbessern und die Produktionsprozesse effizienter machen. Für die kommenden Jahre plant das Unternehmen zusätzliche Maßnahmen zur Automatisierung und Digitalisierung, um die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern.

Parallel dazu flossen Mittel in IT-Systeme und Cybersicherheit. Ein zentraler Schritt war 2025 die erfolgreiche Umstellung auf SAP S/4HANA. Darüber hinaus arbeitet das Unternehmen kontinuierlich an KI-gestützten Anwendungen für effizientere Abläufe, um die Zusammenarbeit zwischen den Geschäftsbereichen zu unterstützen.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Fortführung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie. 2025 erhielt Hansgrohe erneut die EcoVadis Platinmedaille und verbesserte sich auf 86 Punkte. Damit zählt das Unternehmen weiterhin zu den besten ein Prozent der weltweit bewerteten Unternehmen. Im CDP-Klimaranking gelang Hansgrohe die Verbesserung von B auf A-. Diese Bewertungen bestätigen die Fortschritte in den Bereichen Klimaschutz, Ressourceneffizienz und Kreislaufwirtschaft.

## Das Jubiläumsjahr von Hansgrohe

„2026 ist für uns ein besonderes Jahr: Wir feiern 125 Jahre Hansgrohe – eine Geschichte voller Innovationskraft und Veränderungsbereitschaft. Die Erfolgshistorie, die Hans Grohe begründet und sein Sohn Klaus über Jahrzehnte geprägt hat, bestärkt uns gerade in anspruchsvollen Zeiten, Herausforderungen entschlossen anzunehmen und die Zukunft des Unternehmens aktiv zu gestalten“, sagt Hansgrohe CEO Hans Jürgen Kalmbach. „Anfang 2026 haben wir mit Klaus Grohe, unserem langjährigen Hansgrohe Chef und Sohn des Firmengründers, sowie Siegfried Gänßlen, ebenfalls langjährigem CEO, zwei prägende Persönlichkeiten verloren“, führt Kalmbach fort, „beide haben mit ihren Ideen und ihrem unternehmerischen Mut wesentliche Grundlagen für die heutige Stärke und Zukunftsfähigkeit von Hansgrohe gelegt. Ihre Lebensleistung ist für uns Ansporn und Verpflichtung zugleich. Wir werden die Weiterentwicklung unseres Unternehmens konsequent und bewusst im Sinne von Klaus Grohe fortführen.“

In einem Umfeld, das weiterhin von geopolitischen Spannungen und anhaltender Unsicherheit geprägt ist, sieht er die 125-jährige Unternehmensgeschichte zugleich als Verpflichtung, diesen Weg zielgerichtet fortzuführen: „Die globale Lage ist auch 2026 stark volatil. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen entwickeln sich oft schneller und in andere Richtungen, als Prognosen es aktuell abbilden können. Umso wichtiger ist es, agil zu handeln und Chancen frühzeitig zu nutzen. Für das laufende Jahr erwarten wir trotz der Unsicherheiten eine stabile Geschäftsentwicklung mit leichtem Wachstum bei Umsatz und Auftragseingang.“ Die Hansgrohe Group setzt ihre „Next Level Strategie“ weiter um und passt sie regelmäßig neuen Rahmenbedingungen an. Ein zentraler Schwerpunkt liegt 2026 auf Effizienzprogrammen, die Produktions- und Unternehmensprozesse nachhaltig verbessern sollen. „Unsere strategische Ausrichtung gibt Orientierung, ist aber zugleich flexibel genug, um auf neue Rahmenbedingungen reagieren zu können“, so Hans Jürgen Kalmbach. „Mit diesem Kurs sehen wir uns gut aufgestellt, um 2026 ein profitables und nachhaltiges Ergebnisniveau zu erzielen – und die nächsten 125 Jahre Hansgrohe Erfolgsgeschichte einzuläuten.“

## 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“ statet 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.



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

[www.facebook.com/axor.design](https://www.facebook.com/axor.design)  
[www.facebook.com/hansgrohe](https://www.facebook.com/hansgrohe)  
[www.linkedin.com/company/hansgrohe-group](https://www.linkedin.com/company/hansgrohe-group)  
[www.instagram.com/axordesign](https://www.instagram.com/axordesign)  
[www.instagram.com/hansgrohe](https://www.instagram.com/hansgrohe)

Weitere Informationen:

Hansgrohe SE  
Corporate Communications  
Dr. Jörg Hass  
T +49 78 36 51 3009  
E-Mail: [public.relations@hansgrohe.com](mailto:public.relations@hansgrohe.com)  
[www.hansgrohe-group.com](https://www.hansgrohe-group.com)  
[www.axor-design.com](https://www.axor-design.com)  
[www.hansgrohe.de](https://www.hansgrohe.de)

## Bildübersicht

### Hansgrohe Group | Jahresbilanz 2025



hansgrohe-group\_2024\_Kalmbach-Hans-Juergen\_CEO\_638.jpg

**Copyright:** Hansgrohe SE | Alina Eiberle

Hans Jürgen Kalmbach  
Vorsitzender des Vorstands  
Hansgrohe SE



hansgrohe-group\_2024\_Semling-Frank\_COO\_698.jpg

**Copyright:** Hansgrohe SE | Alina Eiberle

Frank Semling  
Stellvertretender Vorsitzender des  
Vorstands und Vorstand Produktion  
Hansgrohe SE



hansgrohe-group\_2024\_Gil-Martial\_CFO\_1.jpg

**Copyright:** Hansgrohe SE | Alina Eiberle

Martial Gil  
Vorstand Finanzen  
Hansgrohe SE



hansgrohe-group\_2024\_Gourlan-Christophe\_CSO\_646.jpg

**Copyright:** Hansgrohe SE | Alina Eiberle

Christophe Gourlan  
Vorstand Vertrieb  
Hansgrohe SE



hansgrohe-19-05-2025-Sandra-Richter-CPO-1.jpg

**Copyright:** Hansgrohe SE | Alina Eiberle

Sandra Richter  
Vorständin Personal  
Hansgrohe SE



Hansgrohe\_SE\_WSA\_004.jpg

**Copyright:** Hansgrohe SE / Drohnenflug Henn

„Die weltweiten Krisen und die anhaltende wirtschaftliche Unsicherheit haben auch 2025 die Baukonjunktur – und damit die Sanitärbranche – beeinflusst“, bilanziert Hans Jürgen Kalmbach, Vorsitzender des Hansgrohe Vorstands, das abgelaufene Geschäftsjahr. „Der Umsatz war zufriedenstellend“, sagt der Hansgrohe CEO, „wir verzeichnen jedoch ein leichtes Minus.“ Als einer der führenden Hersteller von Design- und Premiumprodukten für Bad und Küche erzielte die Hansgrohe Group aus Schiltach/Baden-Württemberg im abgelaufenen Jahr einen Gesamtumsatz von 1,375 Milliarden Euro. Dies entspricht im Vergleich zum Vorjahr (2024: 1,387 Milliarden Euro) einem Rückgang von 0,9 Prozent. Währungsbereinigt weist der Umsatz ein leichtes Plus von 0,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf. Das Betriebsergebnis lag mit 185,9 Millionen Euro 7 Prozent unter dem Vorjahreswert (2024: 199,9 Millionen Euro). Die Umsatz-Ergebnisquote sank auf 13,5 Prozent (2024: 14,4 Prozent). Das EBITDA blieb mit 243,6 Millionen Euro 5,1 Prozent unter dem Vorjahr (2024: 256,6 Millionen Euro). Die daraus resultierende EBITDA-Marge verringerte sich auf 17,7 Prozent (2024: 18,5 Prozent).

**Bilderlink:** <https://celum.hansgrohe.com/pinaccess/showpin.do?pinCode=S0x5O2b1Q2A5>

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.