

Presseinformation

Sanitärhersteller Hansgrohe launcht zum 125-jährigen Firmenjubiläum eine Textilkollektion mit Content-Creator Ben Bernschneider – und macht sie absichtlich unverkäuflich.

„ESTD. 1901“: Der Bademantel des Jahres? Den kannst du nicht kaufen.



Copyright: Hansgrohe SE. Autor und Content-Creator Ben Bernschneider beim Launch der Textilkollektion „ESTD. 1901“.

Schiltach, im Mai 2026. Er hängt in den Schränken von ausgewählten Influencern und Content Creators weltweit: Tiefes Hansgrohe Grün, mit gesticktem Signet, aus feinen Materialien gefertigt – und er ist nicht zu haben. Kein Drop, in keinem Online-Shop, nicht mal auf Anfrage. Der Bademantel aus der limitierten Kollektion „ESTD. 1901“ von Hansgrohe ist eines der exklusivsten Textilstücke des Jahres. Und das ist pure Absicht.

Belle Époque trifft Hightech-Swimwear

Zum 125-jährigen Jubiläum hat Hansgrohe – bekannt als Hersteller von Designer-Brausen und Armaturen – etwas getan, das niemand erwartet hat: Bademode gestaltet. Die Kollektion „ESTD. 1901“ besteht aus einem ikonischen Bademantel in sattem Dunkelgrün sowie einer Swimwear-Linie für Männer und Frauen, die sich die hochgeschlossenen, eleganten Silhouetten der Jahrhundertwende zum Vorbild nimmt – aber konsequent in die Gegenwart übersetzt. Als hätte jemand ein altes Familienporträt der Jahrhundertwende mit einem Insta-Filter aus 2026 versehen.

„Hansgrohe hat 125 Jahre lang definiert, wie Wasser auf Haut trifft. Diese Kollektion ist die textile Antwort auf genau dieses Gefühl“, sagt Jörg Hass, VP Corporate Communications, Hansgrohe SE.

Ben Bernschneider, ein Bollenhut und Schwarzwälder Kirschtorte

Wer das Ganze zum Leben erweckt? Ben Bernschneider. Der Hamburger Autor und Content-Creator ist das Gesicht der Kampagne und wohl kaum jemand hätte besser gepasst. Im Kampagnenfilm, gedreht im Hamburger Luxushotel *The Fontenay*, trägt er den Bademantel mit gewohnt trockenem Humor, während ringsum Schwarzwälder Kirschtorte als Stilleben drapiert ist, ein Bollenhut im Hotelflur lehnt und eine Flasche Rothaus Tannenzäpfle neben dem AXOR-Duschkopf steht. Schwarzwald meets Alster. Heritage meets Gegenwart.

Bernschneider selbst war von Anfang an überzeugt: „Mich fasziniert, wie ein Unternehmen über mehrere Epochen und Generationen immer wieder Innovationen herausballert, ohne die eigene Heritage zu verraten. Hätte Hansgrohe eine Kollektion gemacht, die man kaufen kann – hätte es funktioniert, aber es wäre Merch geworden. Und Merch stirbt im Schrank. Diese Stücke haben einen Grund zu existieren.“

125 Stück. Weltweit. Das war's.

Die Swimwear-Teile der Kollektion wurden exakt 125 Mal gefertigt – entsprechend dem Jubiläumsjahr – und gehen ausschließlich an ausgewählte Influencer und Content Creators. Die Bademäntel sind Geschenke von Hansgrohe an besondere Kunden und Partner, vom Schwarzwald bis nach Tokio. Wer ein Stück dieser Kollektion trägt, ist Teil einer Geschichte, die 1901 in einem kleinen Dorf im Schwarzwald begann.

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.



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

Dr. Jörg Hass

T +49 78 36 51 3009

E-Mail: public.relations@hansgrohe.com

www.hansgrohe-group.com

www.axor-design.com

www.hansgrohe.de

Bilderlink: <https://celum.hansgrohe.com/pinaccess/showpin.do?pinCode=j8z0x7l9Z3C4>

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.