



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

Vereinfachte Berichterstattung

2023

Hansgrohe SE



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns.....	1
2. Die WIN-Charta	2
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	4
4. Unsere Schwerpunktthemen	5
5. Weitere Aktivitäten.....	6
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	6
Umweltbelange	6
Ökonomischer Mehrwert	6
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	7
Regionaler Mehrwert	7
6. Unser WIN-Charta Projekt.....	8
7. Kontaktinformationen	14
Ansprechpartnerin / Ansprechpartner	14
Impressum	14

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 35 Gesellschaften, 21 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 acht eigenen Produktionsstandorten, von denen sich vier in Deutschland, sowie je einer in Frankreich, in Serbien, in den USA und in China befinden. 2023 erwirtschaftete die Hansgrohe Group einen Umsatz von 1,406 Milliarden Euro. Weltweit beschäftigt das Unternehmen rund 5.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 60 Prozent in Deutschland.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Nachhaltigkeitsbericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeits-situation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

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."*

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 Mitarbeitenden 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 WIN-Charta Unternehmen finden Sie auf <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/win-charta/ueber-die-win-charta>.

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

WIN-Charta Unternehmen seit: 05.06.2022

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	Schwerpunktsetzung	Qualitative Dokumentation	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 02	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 03	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 04	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 05	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 06	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 07	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 08	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 09	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN-Charta Projekt: Nationalpark Schwarzwald, Wiederansiedlung des Lachses, CleanUp-Aktionen entlang der Kinzig, Wissenswerkstatt von H2Org

Schwerpunktbereich:

-
- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
-
- Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: Unser WIN-Charta Projekte erfahren Ihre Förderung durch die Hansgrohe SE sowohl durch Geld- und Produktpenden sowie aber auch der tatkräftigen Unterstützung der Hansgrohe Mitarbeiter|innen bei verschiedensten Aktionen.

4. Unsere Schwerpunktt Themen

UNSERE SCHWERPUNKTE

- 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."

AKTIVITÄTEN

Wir berichten ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem WIN-Charta Nachhaltigkeitsbericht. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden: <https://www.hansgrohe-group.com/de/ueber-uns/nachhaltigkeit/berichte-kennzahlen>. Die nachfolgende Tabelle zeigt auf, an welchen Stellen dort auf die Schwerpunkt-Leitsätze eingegangen wird.

Schwerpunkt-Leitsatz	Siehe Seite(n)	Ziele & Indikatoren / Ergänzende Hinweise
Leitsatz 05: Energie und Emissionen	12, 69 - 70, 72 - 73	Frei von fossilen Energieträgern
Leitsatz 08: Nachhaltige Innovationen	16 - 30	Das Bad der Zukunft
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken	13, 18, 20, 62 - 64, 70	Aktiv Umweltprojekte umsetzen

5. Weitere Aktivitäten

Wir berichten ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem Geschäftsbericht mit Nachhaltigkeitsbericht. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden: <https://www.hansgrohe-group.com/de/ueber-uns/nachhaltigkeit/berichte-kennzahlen>. Die nachfolgenden Tabellen zeigen auf, an welchen Stellen dort auf die Leitsätze der WIN-Charta eingegangen wird.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: <i>"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."</i>	10 - 11, 58, 62 - 63, 80 - 93
Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: <i>"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."</i>	10 - 11, 80 - 93
Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: <i>"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."</i>	62 - 63, 66, 100

Umweltbelange

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 04 – Ressourcen: <i>"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."</i>	17, 20, 27, 28 - 30, 63, 76, 101
Leitsatz 06 – Produktverantwortung: <i>"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."</i>	17, 20, 24 - 26, 68 - 78

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: <i>"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."</i>	80 - 90

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: <i>"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."</i>	49, 70
Leitsatz 10 – Anti-Korruption: <i>"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."</i>	104

Regionaler Mehrwert

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: <i>"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."</i>	63

6. Unser WIN-Charta Projekt

Mit unserem WIN-Charta Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

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



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



Seit 2020 führen wir zweimal im Jahr den „KinzigCleanUp“ durch.



Die gemeinnützige Organisation H2Org GmbH und damit verbunden die Wissenswerkstatt, unterstützen wir seit 2022.



ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Bei unserer Partnerschaft mit dem **Nationalpark Schwarzwald** geht es u.a. auch um das Thema Wasser. Als eines der größten Niederschlagsgebiete Deutschlands und somit auch einem der größten Wasserspeicher ist es entsprechend von Bedeutung. Hier bedarf es einer entsprechenden Sensibilisierung. Der Sommer 2023 hat gezeigt, dass viele Quellen im Schwarzwald erschöpft sind. Deshalb versuchen wir mit Vorträgen und Filmen unseres Wasserbotschafters Prof. Dr. Andreas Fath im Nationalparkzentrum auf den Gewässerschutz aufmerksam zu machen. Ein sorgsamer Umgang mit der wertvollen Ressource Wasser ist essenziell. Natürlich spielt auch das Thema Natur eine wichtige Rolle in unserem Zusammenspiel. So finden Vorträge des Nationalparks für Hansgrohe Mitarbeiter statt. Diese wiederum beteiligen sich beispielsweise aktiv bei der Grindenpflege im Gebiet des Nationalparks, für das Schutzprojekt des vom Aussterben bedrohten Auerhuhns.



Die **Wiederansiedlung des Lachses** in Baden-Württemberg unterstützen wir seit Beginn des Programms. Ein Tal weit entfernt von unserem Hauptsitz in Schiltach befindet sich die Aufzuchtanlage, welche jährlich um die 500.000 Jungtiere aufzieht. Mit den Vorschulkindern der drei örtlichen Kindergärten, werden einmal jährlich um die 5.000 Junglachse in die Kinzig eingesetzt. Unterstützt wird diese Aktion vom Fischmobil des Landesfischereiverbandes, wo es viel wissenswertes über die Lebewesen an und in den Flüssen gibt. Bereits weit im Vorfeld der Besatzaktion lernen die Kinder im Vorschulunterricht vieles über den Lachs und seine Lebensweise. Jährliche Spenden werden für Gerätschaften der Aufzuchtanlage, der Instandhaltung des Informationszentrums oder auch Bohrungen neuer Quellen benötigt.

An unseren Werken in Elgersweier und Schiltach führen wir unseren „**KinzigCleanUp**“ mit unseren Mitarbeitern | innen und deren Familienangehörigen zweimal jährlich durch. Für den Rest des Flusses versuchen wir mit Hilfe der jeweils örtlichen Touristbüros weitere Mitstreiter zu gewinnen, so dass die Ufer der Kinzig von der Quelle in Loßburg bis in die Rheinmündung in Kehl gesäubert sind. Die Aktion ist für uns vor allem im März von Wichtigkeit, da hier bedingt durch die Schneeschmelze im Frühjahr der meiste Müll angespült wird.

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. Die Wissenswerkstatt wird ständig um weitere Module erweitert.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

In Bezug auf unsere Partnerschaft mit dem **Nationalpark Schwarzwald** können wir berichten, dass weiterhin eine Sensibilisierung für das Thema Natur bei der Belegschaft der Hansgrohe SE stattgefunden hat. Der Nationalpark konnte, u.a. auch Dank der Hilfe unserer Praktikanten bei der Grindenpflege, einen Erfolg



verbuchen. Gab es noch im Jahr 2022 siebzehn balzende Auerhähne, so waren es nach 2023 bereits achtundzwanzig. Damit ist die Tierart zwar immer noch gefährdet, jedoch zeigt das Schutzprojekt seine Wirkung.

Auch bei der **Wiederansiedlung des Laches** ging es um die Sensibilisierung für die Natur und die Umwelt. Unsere Zielgruppe waren hier die Vorschulkinder des Kindergartens Zachäus. Bereits Wochen vor der Besatzaktion wird in den Unterrichtsstunden des Kindergartens das Thema des Wanderfisches Lachs behandelt. Beim Lachsbesatz selbst, erfahren die Kinder dann noch, durch das Fischmobil des Landesfischereiverbandes, wesentliches über die restliche Tierwelt in und an unseren Flüssen. Im Informationszentrum in Oberwolfach wurden zahlreiche Interessierte auf das Thema und dessen Bedeutung aufmerksam gemacht.

Ebenfalls um die Sensibilisierung für Natur und Umwelt ging es bei unserem Projekt „**KinzigCleanUp**“. Sowohl im Frühjahr, wie auch im Herbst haben sich Hansgrohe Mitarbeiter mit Ihren Familien, sowie auch weitere Helfer entlang der Kinzig, freiwillig an der Aktion beteiligt. Gemeinsam haben wir wieder einige volle Säcke an Müll gesammelt. Somit wurde verhindert, dass beispielsweise weiteres Mikroplastik bis in unsere Weltmeere getragen wurde.

Die gemeinnützige **H2Org** GmbH engagierte sich auch 2023 für eine plastikfreie Natur und lebendige Gewässer. So hat beispielsweise, dass bereits im Vorjahr erstmalig stattfindende „Donaufestival“ während unseres Projektes „CleanDanube“ auch in 2023 wieder stattgefunden. Mit „CleanDanube“ wurde entlang der kompletten Donau mit der Schwimmaktion von unserem Wasserbotschafter Prof. Dr. Andreas Faht auf die Themen von H2Org aufmerksam gemacht. Hierzu gab es gemeinsame CleanUps, Workshops mit Erwachsenen und Kindern, sowie viele Pressegespräche mit nachhaltiger Wirkung. Die Wissenswerkstatt wurde wieder vielfach eingesetzt, sei es bei den jüngsten an den Grundschulen bis hin zu den Hochschulen, oder auch Hansgrohe Veranstaltungen wie beispielsweise dem Hansgrohe Wassersymposium.

AUSBLICK

Da wir mit den bisherigen Entwicklungen unserer unterstützten WIN-Charta Projekten sehr zufrieden sind, werden wir diese auch weiterhin unterstützen. Wir stehen daher in kontinuierlichem Kontakt mit unseren Partnern, um zusätzliche Aktivitäten zu planen zur Erreichung unserer gemeinsamen Ziele.

7. Kontaktinformationen

Ansprechperson

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

Impressum

Herausgegeben am 03.03.2025 von

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