

HANS GROHE

Die Badarmatur

Duschen ist Wellness – und wohl genauso individuell wie unsere Bedürfnisse des Alltags. So verschrieb sich hansgrohe „den schönsten Momenten mit Wasser“ und begeisterte die Sanitärbranche bereits 2003 mit einer wegberreitenden Innovation: der Regendusche „Raindance“, die jedes Brausebad in ein Tropenparadies verwandelt. Aus einem großen Duschkopf regnen Wasserstrahlen, die den Körper weich umhüllen. Ist Regen hierzulande meist eine kalte, unangenehme Sache, schenkt hansgrohe Tropenschauer – und damit die beste Voraussetzung für einen guten Start in den Tag.

Die Geschichte des Unternehmens Hansgrohe SE begann 1901, als der Tüftler Hans Grohe im Schwarzwaldstädtchen Schiltach einen Handwerksbetrieb für Metallrückwaren gründete. Seine Spezialität: Blechbrausen für das in Mode kommende Hausbad. Hans Grohe erkannte die Brause als erschwingliche Alternative zum verschwenderischen Bad in der Wanne und verlegte sich bald ganz auf Metallwaren für den Sanitärbereich. Leidenschaftlich entwickelte er seine Brausen in den folgenden Jahrzehnten weiter und legte mit seinen Ideen den Grundstein für die heutige Duschkultur.

Was Hans Grohe im beginnenden 20. Jahrhundert mit einem kleinen Dreimann-Betrieb im Schwarzwälder Kinzigtal auf den Weg brachte, ist heute ein Unternehmen mit 32 Gesellschaften, 22 Verkaufsbüros und rund 4.700 Mitarbeitenden weltweit. Im internationalen Verbund der Hansgrohe Group stellt hansgrohe die Premiummarke für Brausen, Duschsysteme, Armaturen und Küchenspülen. Mit ihren vielfach ausgezeichneten Produkten gestaltet die Marke den Fluss des Wassers in Küche und Bad. Zusammen mit dem Partner Phoenix Design entstehen auch Smart-Living-Anwendungen, die das tägliche Leben bereichern und daheim mehr Funktionalität und Sicherheit bieten.

Denn spätestens in den Jahren 2020 und 2021 haben zahlreiche Menschen erkannt, was den Schiltacher Brausen- und Armaturenspezialisten seit Jahrzehnten antreibt: wie wichtig Orte im eigenen Zuhause sind, an denen sich gut entspannen lässt. Man sich wohlfühlt, weil alles durchdacht, schön und hochwertig ist. Zimmer, in denen Funktion und Design harmonieren und für angenehme Momente sorgen. Räume, in die man sich nicht zurückziehen muss, sondern will. Für hansgrohe symbolisiert jede Produktentwicklung einen Dreiklang aus Mensch, Raum und Produkt – und orientiert sich hautnah an den Bedürfnissen der Nutzenden.

hansgrohe

Unternehmensname

HANS GROHE SE

Klassiker

RAINDANCE (SEIT 2003)

Gründung

1901 IN SCHILTACH

Mitarbeitende

4.700 WELTWEIT

Gründer

HANS GROHE

Vertrieb

IN 146 LÄNDERN WELTWEIT

Jahresumsatz

1,074 MRD. EURO (2020)

MARC ANDRÉ PALM
(HEAD OF BRAND MARKETING HANS GROHE)

»Mit unseren Produktinnovationen geben wir nicht nur dem Element Wasser den Takt vor, wir setzen Trends und neue Maßstäbe.«

Unter den Unternehmenswerten Innovation, Qualität, Design und Verantwortung entwickelt hansgrohe Jahr für Jahr neue Lösungen für Küche und Bad. Aus der Liebe zum Tüfteln heraus entstehen Wasser-Erlebnisse für jede Badgröße und Alltagsrealität, so die Brausenlinie „Pulsify“ mit ihrer innovativen Strahlart „PowderRain“ oder die Smart-Home-Lösung „RainTunes“, die mit einer multisensorischen Erfahrung aus Sound, Duft, Bewegtbild und einer von Experten entwickelten Brause-Choreografie bereits jetzt einen Blick in die Dusche der Zukunft werfen lässt.

In der Produktfertigung verbinden die Schwarzwälder Brausepioniere Hightech und Handarbeit – und treffen mit ihren Neuentwicklungen regelmäßig ins Schwarze. 2021 gehörte die Hansgrohe Group bereits zum vierten Mal zu den erfindungsreichsten Unternehmen des deutschen Mittelstands und wurde einmal mehr mit der Auszeichnung „TOP 100“ geehrt. Schon seit den 1980er-Jahren wird in Schiltach auf Nachhaltigkeit gesetzt, was das Land Baden-Württemberg 1995 dazu motivierte, seinen Umweltpreis erstmals an ein Industrieunternehmen zu vergeben.

Wasser und Energie zu sparen und andere Ressourcen zu schonen, hat für die Marke hansgrohe Priorität. Jeder Produktionsprozess wird unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit optimiert und unnötiger Materialeinsatz vermieden. Den sorgsamsten Umgang mit der Erde stets im Blick, betritt die Hansgrohe Group als „Green Company“ den Weg in eine gute Zukunft. Mit dem Ziel, bis 2030 alle Produkte weltweit klimaneutral zu fertigen, steigert das Unternehmen laufend die Rohstoff- und Energieeffizienz und reduziert Abfälle sowie schädliche Auswirkungen auf unsere Umwelt.

