

## PRESSE-INFORMATION

### **Fit für die Zukunft mit Innovationen und Kompetenz**

GROHE steht als modernes Unternehmen für kontinuierliche Weiterentwicklung und nachhaltiges Wachstum. Aufbauend auf einer langen Tradition der Innovationsführerschaft und einer zukunftsorientierten Ausrichtung hat sich die Marke mit einzigartigen Produktneuheiten und fortschrittlichen Technologien einen Namen gemacht. Dank seiner Rolle als zentraler Partner innerhalb von LIXIL Water Technology kann GROHE seine langjährige Erfahrung und sein Wissen in die Marken des globalen Weltmarktführers einbringen. Gleichzeitig profitiert GROHE selbst vom Kompetenzaustausch, zum Beispiel bei der Entwicklung der GROHE Sensia® Dusch-WCs sowie von GROHE SmartControl.

### **Deutscher Markt als Wirtschaftsfaktor und Kompetenzstandort**

Deutschland ist und bleibt für GROHE ein bedeutender Markt – sowohl in wirtschaftlicher Hinsicht als auch unter technologischen Gesichtspunkten. GROHE konnte hier seinen Marktanteil von 2011 bis 2015 kontinuierlich ausbauen und wächst mit einer Rate von rund sieben Prozent etwa doppelt so stark wie der Markt selbst mit rund vier Prozent. Der Anteil des deutschen Marktes am Gesamtumsatz des Unternehmens liegt bei 20 Prozent. Gleichzeitig ist Deutschland für GROHE der führende Innovationsstandort mit den drei Kompetenzzentren in Hemer (Armaturen), Lahr (Brausen und Duschsysteme) sowie Porta Westfalica (Sanitärsysteme). Zur Stärkung und Förderung der deutschen Standorte investiert GROHE aktuell in ein weiteres Blockheizkraftwerk (BHKW) in Lahr, nachdem bereits im vergangenen Jahr ein BHKW in Hemer an den Start gegangen ist. Zudem plant das Sanitärunternehmen die Weiterentwicklung der Oberflächengalvanik in Lahr.



„Für uns ist es aber auch wichtig, über die deutschen Grenzen hinauszuschauen und Synergien verschiedener Märkte zu bündeln“, sagt Andrea Bußmann, Regional Vice President Central Europe. „Wir verstehen Deutschland, die Schweiz und Österreich immer mehr als einen großen Markt und das verschafft uns noch mehr Handlungsspielraum bei einer integrierten, umfassenden und zielgruppenspezifischen Marktbearbeitung – auch hier ganz nach unserem Motto ‚Gemeinsam handeln, zusammen wachsen‘.“

### **Produkte mit langer Technologiehistorie**

GROHE Produkte sind weltweit erfolgreich. In Zentraleuropa verzeichnet GROHE das stärkste Umsatzwachstum in den Segmenten Armaturen, Duschsysteme und Thermostate. Der Bereich Bad und Thermostate ist mit einem Umsatzanteil von etwa 47 Prozent um rund fünf Prozent gewachsen, Brausen und Duschsysteme mit etwa 17 Prozent Umsatzanteil um rund 21 Prozent, Küche mit etwa zehn Prozent Umsatzanteil um rund elf Prozent und Professional mit 18 Prozent Umsatzanteil um rund drei Prozent.<sup>1</sup>

Die Basis für alle GROHE Produkte bilden die vier Markenwerte Technologie, Qualität, Design und Nachhaltigkeit. Die GROHE Mitarbeiter ziehen als „Masters of Technology“ Inspiration aus der tief verwurzelten Technologie-DNA des Unternehmens. Mit einer Mischung aus innovativer Handwerkskunst, Teamarbeit und effizienten Prozessen schaffen sie für die Endkunden erlebbare Produktvorteile, die „Moments of Truth“. Dabei werden die Produkte nicht nur in Deutschland entwickelt und gestaltet, sondern auch nach den hohen deutschen Qualitätsstandards gefertigt. Dieses Vorgehen ermöglicht es GROHE, bis zu zehn Jahre Garantie auf seine Produkte zu

---

<sup>1</sup> Alle Zahlen vorläufig.

geben. Auch das vielfach preisgekrönte Design aus dem in-house GROHE Design Studio steigert den Wert der innovativen Produkte. Mehr als 200 Auszeichnungen hat GROHE seit 2005 für sein Design bereits gewonnen.

### **Nachhaltigkeit in vielen Formen**

Verantwortungsbewusstsein und Nachhaltigkeit zeigen sich bei GROHE in zahlreichen Facetten. Sie sind fester Bestandteil der Unternehmenskultur und ebenso eine unverzichtbare Komponente der zukunftsgerichteten Strategie des Unternehmens. Eine wichtige Rolle spielen dabei wasser- und energiesparende Produkte und Technologien. Neueste Innovationen sind unter anderem die GROHE Zero Technologie mit einer Trinkwasserführung aus Kunststoff für absolut sicheren Wassergenuss sowie die Metalllegierung GROHE Light mit maximal 0,9 Prozent Bleianteil und damit einem um 35 Prozent geringeren Bleigehalt als Standardmessing. Nachhaltigkeit bedeutet aber auch ressourcenschonende Produktion, wie sie beispielsweise durch den Einsatz der Blockheizkraftwerke ermöglicht wird. Diese dienen der nachhaltigen Gewinnung von elektrischer Energie bei gleichzeitiger Nutzung der Abwärme für den Eigengebrauch.

Weiterhin engagiert sich GROHE in Ausbildung und Nachwuchsförderung – und das nicht nur an den eigenen Standorten. In mehr als 25 verschiedenen Berufen bildet GROHE Fachkräfte aus und kann dabei große Erfolge verzeichnen: Bei den Abschlussprüfungen der IHK gewinnen GROHE Azubis jährlich Auszeichnungen auf Landes- und Bundesebene. International bietet GROHE in Kooperation mit Don Bosco Mondo e.V. unter dem Namen GROHE Dual Tech Hilfe zur Selbsthilfe in Form von Ausbildungsprogrammen für benachteiligte Jugendliche an. Das Projekt, das 2009 in Mumbai, Indien, gestartet ist, wurde 2012 vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung ausgezeichnet. 2015 hat

GROHE eine weitere Ausbildungsstätte auf den Philippinen eröffnet, 2016 folgt eine weitere in New Delhi.

Mit seinem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz konnte GROHE 2015 bereits zum zweiten Mal in Folge beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis überzeugen. Das Unternehmen erhielt eine Top 3 Platzierung in der wichtigen Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Großunternehmen“. Zudem veröffentlichte GROHE 2015 seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht und hat als erstes Sanitärunternehmen eine Entsprechungserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex abgegeben.

### **Unterstützung durch Maßnahmen und Innovationen**

Verantwortung bedeutet für GROHE auch eine enge Partnerschaft mit Handel und Handwerk. Mit einem klaren Teamgedanken, professionellen Lösungen und umfassenden Serviceangeboten unterstützt der Hersteller die Fachpartner im Arbeitsalltag, damit sie gemeinsam die bestmögliche Kundenansprache realisieren können. Insbesondere die zunehmende technische Komplexität der Produktinnovationen erfordert ein gutes Zusammenspiel aller Vertriebsstufen. So sind Showroom-Personal und Installateure bestens mit den technischen Besonderheiten vertraut und können die zahlreichen Vorteile dem Endkunden vermitteln. Zu den aktuellen Maßnahmen des Herstellers gehören das GROHE Smart Partnerprogramm, ein professionelles Seminarangebot, die Fachpartner-Website und -App sowie Endverbraucheraktionen.

„Wir sind aktuell bestens aufgestellt“, so Andrea Bußmann, „und wir sind fit für die Zukunft. Dank unserer Pionierrolle in der Sanitärbranche im Bereich der digitalen Kompetenz können wir unseren Kunden smarte Lösungen für ein intelligentes Zuhause bieten. Dabei setzen wir den Fokus insbesondere

Pure Freude an Wasser



auf die Steigerung des Komforts, das individuelle Wohlbefinden und personalisierte Wassererlebnisse.“ Zu den mit Spannung erwarteten Produkteinführungen im Jahr 2016 zählen das Dusch-WC GROHE Sensia® Arena, das Duschsystem GROHE Rainshower® SmartControl und die Deckenbrause GROHE Rainshower® F-Series 40" Aquasymphony. Bei den Armaturen erwecken die neue Eurostyle und Eurocube Joy mit FeatherControl die Aufmerksamkeit, in der Küche präsentiert GROHE mit GROHE FootControl und GROHE EasyTouch eine neue Generation moderner Küchentechnologien.

Durch Innovationen und Kompetenz erfolgreich am Markt und fit für die Zukunft: die Weltmarke GROHE 2016.

09.03.2016

#### **Über GROHE**

GROHE ist der weltweit führende Anbieter von Sanitärarmaturen. Unter der Weltmarke GROHE setzt das Unternehmen seit vielen Jahrzehnten auf die Markenwerte Technologie, Qualität, Design und Nachhaltigkeit, um „Pure Freude an Wasser“ zu bieten. GROHE beschäftigt weltweit durchschnittlich rund 6.000 Mitarbeiter, von denen rund 2.400 in Deutschland arbeiten. Im Jahr 2014 hat das Unternehmen mit seinem umfassenden Produktportfolio für Bad und Küche einen konsolidierten Umsatz in Höhe von 1,2 Milliarden Euro erzielt. GROHE verfügt über drei Produktionsstandorte in Deutschland sowie weitere Werke im Ausland. Außerhalb Deutschlands erwirtschaftet das Unternehmen rund 85 Prozent seines Umsatzes. Im Januar 2014 wurde GROHE von der LIXIL Group und der Development Bank of Japan übernommen. Die LIXIL Group ist weltweit führend in der Baustoffindustrie und in der Wohngebäudeausstattung. Seit April 2015 ist GROHE Teil des globalen Marktführers LIXIL Water Technology, der das weltweite Sanitärgeschäft von LIXIL in einer eigenen Geschäftseinheit bündelt mit GROHE als weiterhin eigenständiger Marke.

#### **GROHE**

Feldmühleplatz 15 40545 Düsseldorf Telefon: +49.(0)211/9130-3000 [www.grohe.com](http://www.grohe.com)

#### **Medienkontakt: HERING SCHUPPENER**

Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH Berliner Allee 44 40212 Düsseldorf  
Telefon: +49.(0)211.430 79-266/-289 E-Mail: [grohe@heringschuppener.com](mailto:grohe@heringschuppener.com)