

PRESSEINFORMATION

Weiter auf Erfolgskurs: GROHE übertrifft Nachhaltigkeitsziele

- GROHE liegt mit der Erreichung seiner Nachhaltigkeitsziele über Plan.
- Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil der Strategie von GROHE, die auf effizientes Wachstum ausgerichtet ist und die gesamte Wertschöpfungskette, Partner, Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter miteinbezieht.
- Mission, Werte, Strategie und Organisation – sämtliche Informationen zum Nachhaltigkeitsansatz hat der weltweit führende Anbieter von Sanitärarmaturen nun in einem zweiten offiziellen Bericht veröffentlicht.

Düsseldorf, 26. Juni 2018. GROHE, der weltweit führende Anbieter von Sanitärarmaturen, informiert heute in seinem zweiten Nachhaltigkeitsbericht über die ökonomischen, ökologischen sowie sozialen Auswirkungen der Geschäftstätigkeiten in den Jahren 2015/2016. Daraus geht hervor, dass GROHE mit der Erreichung seiner Nachhaltigkeitsziele über Plan liegt. 2016 hat GROHE beispielsweise das Ziel, die Wasserentnahme gegenüber 2013 um knapp 9 Prozent zu senken, um nahezu das Doppelte übertroffen. Die Energieeffizienz konnte GROHE im gleichen Zeitraum auf über 14 Prozent steigern, anvisiert waren knapp 9 Prozent. Seine Treibhausgasemissionen hat GROHE um knapp ein Viertel gesenkt – Zielvorgabe war ebenfalls 9 Prozent. Darüber hinaus verfolgt GROHE das ehrgeizige Ziel, bis 2020 seine Energieeffizienz um 20 Prozent zu steigern und den CO₂-Fußabdruck um 20 Prozent zu verringern.

GROHE verfolgt Ansatz der 360-Grad-Nachhaltigkeit

Das Streben nach größtmöglicher Nachhaltigkeit ist ein integraler und wesentlicher Bestandteil der DNA von GROHE und neben Qualität, Technologie und Design Kernwert der Marke. GROHE verfolgt konsequent einen Ansatz der 360-Grad-Nachhaltigkeit, der die definierten Handlungsfelder Mitarbeiter, Lieferanten, Fabriken, Prozesse, Produkte und den Beitrag zur Gesellschaft gleichermaßen umfasst. Die Verantwortung für Nachhaltigkeit obliegt dem

Vorstand Technik, der in seiner Entscheidungsfindung durch den interdisziplinär besetzten Sustainability Council beraten wird.

GROHE sieht Ziele der Vereinten Nationen als Maßstab

Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie setzt sich GROHE intensiv mit den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen auseinander. Dazu zählt zum Beispiel die Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung (Ziel 6) und die Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster (Ziel 12) sowie die Entwicklung von Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels (Ziel 13). GROHE, seit 2014 Teil der LIXIL Group, teilt die Leidenschaft für Nachhaltigkeit mit allen zu dem Konzern gehörenden Marken. Das gemeinsame Ziel ist unter anderem eine Netto-Null-Umweltbelastung: Bis 2030 wird der positive Umweltbeitrag von LIXIL Produkten und Dienstleistungen die Umweltbelastung übertreffen, die durch sämtliche Geschäftsprozesse des Konzerns entstehen.

Innovative Produkte als wesentlicher Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie

Bei GROHE steht der bewusste und nachhaltige Umgang mit jedem einzelnen Tropfen Wasser stark im Fokus. Entsprechend steigt die Zahl umweltfreundlicher Produkte, Technologien und Innovationen kontinuierlich. Beispielsweise liefert GROHE Blue gefiltertes und gekühltes Wasser in den Varianten still, medium und sprudelnd direkt aus der Küchenarmatur. Ausgehend vom EU-Durchschnitt kann eine vierköpfige Familie dadurch 600 Plastikflaschen im Jahr sparen. Darüber hinaus hat eine von der Universität Göttingen durchgeführte Studie ergeben, dass das System mehr als 60 Prozent der CO₂-Emissionen im Vergleich zu Flaschenwasser einspart.

2,35 Millionen Hektoliter Wasser eingespart

Das 2017 gelaunchte Wassersicherheitssystem GROHE Sense und GROHE Sense Guard trägt dafür Sorge, dass unentdeckte Leckagen – die 10 Prozent des privaten Wasserverbrauchs verursachen – aufgedeckt werden. Im Falle eines Rohrbruchs wird die Wasserversorgung sofort

Pure Freude
an Wasser



abgeschaltet. Der Anteil an Waschtischarmaturen mit der wassersparenden EcoJoy Technologie wiederum ist auf rund 70 Prozent (2014: 38 Prozent) gestiegen. Seit der Produkteinführung 2013 konnten somit etwa 2,35 Millionen Hektoliter Wasser eingespart werden.

Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit gehen bei GROHE Hand in Hand

„Wir bei GROHE tragen die Verantwortung für eine lebenswerte Zukunft“, erklärt Thomas Fuhr, Executive Director Operations bei GROHE, der auf Vorstandsebene für das Thema Nachhaltigkeit zuständig ist, und ergänzt: „Wir sind der festen Überzeugung, dass sich Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit nicht ausschließen müssen – im Gegenteil: Die Zukunftsfähigkeit und der wirtschaftliche Erfolg einer Organisation hängen maßgeblich davon ab, ob diese nachhaltig aufgestellt ist. Das Wohl künftiger Generationen lässt sich am besten sichern, wenn sich Nachhaltigkeit auch wirtschaftlich auszahlt.“

Weitere Informationen unter www.grohe.de/nachhaltigkeit

Passendes Bildmaterial finden Sie [hier](#).

Über GROHE

GROHE ist der weltweit führende Anbieter von Sanitärarmaturen und beschäftigt insgesamt mehr als 6.000 Mitarbeiter – davon 2.400 in Deutschland. Seit 2014 ist GROHE Teil der LIXIL Group Corporation. Als Weltmarke setzt GROHE auf die Markenwerte Technologie, Qualität, Design und Nachhaltigkeit, um „Pure Freude an Wasser“ zu bieten. GROHE erschließt seit jeher auch neue Produktkategorien. Hierzu zählen neben den Wassersystemen GROHE Blue und Red auch das kürzlich vorgestellte Wassersicherheitssystem GROHE Sense als innovativer Baustein im Wachstumsmarkt des Smart Home. Innovation, Design und Entwicklung sind dabei stets eng aufeinander abgestimmt und als integrierter Prozess fest am Standort Deutschland verankert. Damit tragen GROHE Produkte das Qualitätssiegel „Made in Germany“. Allein in den letzten zehn Jahren bestätigen über 300 Design- und Innovationspreise sowie mehrere TOP-Platzierungen beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis den Erfolg von GROHE. GROHE wurde als Vorreiter seiner Branche mit dem Corporate Social Responsibility Preis der Bundesregierung ausgezeichnet sowie vom renommierten FORTUNE® Magazin in das Ranking der Top 50, die „die Welt verändern“ aufgenommen.

Über LIXIL

LIXIL entwickelt richtungsweisende Wassertechnologien und Gebäudeausstattung, die maßgeblich dazu beitragen, alltägliche Herausforderungen zu meistern und die Qualität von Wohnräumen zu verbessern – für jeden, überall. Aufbauend auf unserer japanischen Herkunft entwickeln wir weltweit führende Technologien und nutzen unsere Innovationsstärke, um hochwertige Produkte herzustellen, die das Leben unserer Kunden erleichtern. Das Besondere an LIXIL ist dabei die Art und Weise, wie wir

Pure Freude
an Wasser



arbeiten: Wir bringen nutzerzentriertes Design, Unternehmergeist und ein verantwortungsvolles Geschäftswachstum in Einklang und legen Wert darauf, den Zugang aller Menschen zu innovativen Technologien und Qualitätsprodukten zu vereinfachen. Unser Ansatz wird durch branchenführende Marken wie INAX, GROHE, American Standard und TOSTEM zum Leben erweckt. Mehr als 70.000 Mitarbeiter in über 150 Ländern sind stolz darauf, Produkte herzustellen, die Teil des täglichen Lebens von mehr als einer Milliarde Menschen sind. Erfahren Sie mehr unter www.lixil.com.

GROHE

Feldmühleplatz 15 • 40545 Düsseldorf • Telefon: +49(0)211/9130-3030 • www.grohe.com

MEDIENKONTAKT

Melanie Vrenegor
Communications Manager Sustainability
E-Mail: media@grohe.com

Pressebüro
Edelman.ergo GmbH
Agrippinawerft 28, 50678 Köln, Deutschland
tel: +49 (0)221 912887-24 | fax: +49 (0)221 912887-77
m: grohe@edelmanergo.com | w: www.edelmanergo.com