Pure Freude an Wasser

GROHE

GROHE AG
KLARES BEKENNTNIS
NACHHALTIGKEITSBERICHT 19/20



INHALT

1. GESCHÄFTSMODELL

1.1. MARKEN, PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN S. 11

1.2. EIGENTUMSVERHÄLTNISSE UND RECHTSFORM S. 11

1.3. UMFANG DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT S. 12

1.4. BELIEFERTE MÄRKTE UND ABNEHMER S. 13

1.5. GRÖSSE DER ORGANISATION S. 14
- Umsatz und EBITDA S. 14
- Mitarbeiter S. 14

1.6. GROHE WERTSCHÖPFUNG S. 15

1.7. VERBÄNDE UND INTERESSENVERTRETUNG S. 17

2. ORGANISATION DES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENTS BEI GROHE

2.1. MISSION UND WERTE S. 19
- Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung S. 20
- LIXIL Behaviors S. 23
- GROHEs Markenwerte S. 24

2.2. STRATEGIE S. 25
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensstrategie S. 25
- Wesentlichkeitsprozess 2020 und Auswahl der Berichtsinhalte S. 26
- GROHE Sustainability Objectives S. 28

2.3. ORGANISATION UND VERANTWORTUNG S. 29
- Nachhaltigkeit in der GROHE Führungsebene S. 29
- Nachhaltigkeit im Vorstand von GROHE S. 30
- Nachhaltigkeitsstruktur bei GROHE S. 30

2.4. OPERATIONALISIERUNG DER NACHHALTIGKEIT BEI GROHE S. 31
- GROHE Sustainability Policy S. 31
- Wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Standards und Initiativen S. 32
- Produkte S. 32
- Prozesse S. 33

2.5. AUSWAHL UND DIALOG MIT RELEVANTEN STAKEHOLDERN S. 34
- Round-Table-Gespräche S. 34
- Dialog mit Stakeholdern S. 35

2.6. COMPLIANCE S. 36
- Legal Compliance S. 36
- Unternehmenskodex S. 36
- Antikorruption und antikompetitives Verhalten S. 38
- Menschenrechte S. 38

3. PRODUKTE UND KUNDEN

3.1. WASSER- UND ENERGIEEFFIZIENTE PRODUKTE S. 42
GROHE EcoJoy S. 43
GROHE Blue S. 45
GROHE SilkMove ES S. 47
GROHE Sense und GROHE Sense Guard S. 47
Infrarot- und Selbstschlussarmaturen S. 49

3.2. LANGLEBIGKEIT DER PRODUKTE S. 50
Garantielaufzeiten S. 50
Zurückgenommene Produkte S. 50

3.3. KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT S. 51

3.4. DURCH GROHE PRODUKTE VIELFALT UND INKLUSION FÖRDERN S. 52

4. PROZESSE

4.1. ROHSTOFF-, MATERIALVERBRAUCH UND ABFALL S. 56
Verwendete Materialien und Sekundärstoffe S. 56
GROHE Sustainability Objectives: Abfall S. 61

4.2. WASSERVERBRAUCH IM PRODUKTIONSPROZESS S. 63
GROHE Sustainability Objectives: Wasserverbrauch/Wassernutzung S. 63

4.3. EMISSIONEN, ENERGIEVERBRAUCH UND KLIMAWANDEL S. 65
GROHE Sustainability Objectives: Verringerung des Energieverbrauchs S. 66
GROHE Sustainability Objectives: direkte THG-Emissionen S. 67

5. MITARBEITER

5.1. DIVERSITÄT UND DEMOGRAFIE S. 73
Diversität bei GROHE in Zahlen S. 73

5.2. MITARBEITERENTWICKLUNG S. 74
Ausbildung bei GROHE S. 74
Mitarbeiterförderung S. 74
Berufseinstieg bei GROHE S. 75
Lebenslanges Lernen S. 75
Innovative Lernmöglichkeiten S. 75
ada-Fellowship-Programm S. 75
Talent- und Karrieremanagement S. 76
Führungsentwicklung S. 76
Feedback und Entwicklung S. 76

5.3. GESUNDHEITSSCHUTZ UND ARBEITSSICHERHEIT S. 77
Sozialpartnerschaften für Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit S. 77
Gefährdungen und Belastungen S. 78
Wohlergehen der Mitarbeiter fördern S. 79
GROHE Sustainability Objectives: unfallbedingte Ausfalltage
Unfälle mit Ausfalltagen

6. LIEFERANTEN

6.1. NACHHALTIGES LIEFERKETTENMANAGEMENT S. 83
Anforderungen in der Lieferkette S. 83
Lokale Beschaffung global umgesetzt S. 84
Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette S. 85

6.2. MENSCHENRECHTE IN DER LIEFERKETTE S. 87
Menschenrechte in der Lieferkette verankern und überprüfen S. 87

6.3. ANTIKORRUPTION UND ANTIKOMPETITIVES VERHALTEN IN DER LIEFERKETTE S. 88
Überprüfung der Lieferanten S. 88
Trade Compliance bei GROHE S. 88

7. GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

7.1. GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT VON GROHE S. 90
Globale und lokale Unterstützung S. 91

8. ANHANG

8.1. ÜBER DIESEN BERICHT S. 98

8.2. GRI STANDARDS CONTENT INDEX S. 99
GRI 102 Allgemeine Angaben 2016 S. 99
Hochwesentliche Themen S. 101
Weitere Themen S. 105

8.3. WESENTLICHE GESELLSCHAFTEN DER GROHE HOLDING GMBH S. 107

8.4. IMPRESSUM UND KONTAKT S. 108
Ansprechpartner S. 108

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

die Wasserkrise ist eine der fünf größten globalen Risiken, der Energiebedarf steigt unaufhörlich weiter und seit 1980 hat sich die Verschmutzung der Meere durch Plastikmüll verzehnfacht – folgt man dem Global Risks Report 2020 des World Economic Forum, war es nie dringlicher zu handeln. Und mehr denn je sind Unternehmen gefragt, wirksame Beiträge zur Transformation für eine nachhaltige Zukunft zu leisten.

Ich bin sehr stolz darauf, dass wir bei GROHE bereits seit 20 Jahren den Wandel aktiv vorantreiben. Das Thema Nachhaltigkeit ist seitdem ein zentraler Bestandteil unserer Strategie und wird durch unseren 360-Grad-Nachhaltigkeitsansatz, der Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden, Prozesse, Produkte und den gesellschaftlichen Beitrag gleichermaßen umfasst, ganzheitlich in den Fokus genommen.

Dabei verfolgen wir nicht nur unsere eigenen ambitionierten Nachhaltigkeitsziele, sondern setzen diese auch in einen größeren Kontext. Als Teil von LIXILs starkem Markenportfolio basiert unsere Strategie auf LIXILs Vision für nachhaltiges Leben. Zentral sind hierbei drei strategische Säulen, die die Grundlage für alle Unternehmensaktivitäten bilden: (1) Schaffung einer globalen Sanitärversorgung und Verbesserung der Hygienebedingungen für 100 Millionen Menschen bis 2025, (2) Aufbau einer Kreislaufwirtschaft, um natürliche Ressourcen zu bewahren, und Erreichen von CO_2-Neutralität sowie (3) Etablierung einer inklusiven Kultur innerhalb der LIXIL-Organisation und Entwicklung von Produkten, die dem LIXIL Universal-Design-Konzept folgen. Gemeinsam machen wir uns zudem stark für die Erreichung der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (englisch Sustainable Development Goals, SDGs). Besonderes Augenmerk legen wir auf sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen (SDG 6), eine menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (SDG 8), die Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12) sowie die Entwicklung von Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels (SDG 13).

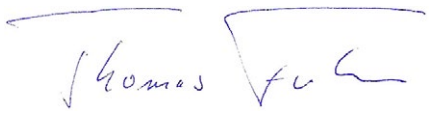
Im April 2020 konnten wir so einen wichtigen Meilenstein unserer Nachhaltigkeitsziele erreichen und neue Maßstäbe in der Branche setzen: Als erste der führenden Sanitärmarken produzieren wir CO_2-neutral. Die Initiative „GROHE goes ZERO“ knüpft nahtlos an zahlreiche Maßnahmen in unseren Werken an, die die Reduktion des CO_2-Fußabdruckes fördern und ressourcenschonend wirken: Seit Juli 2019 nutzen wir an allen fünf Produktionsstandorten in Hemer, Lahr, Porta Westfalica, Albergaria und Klaeng sowie in den deutschen Logistikzentren Ökostrom. Zudem haben wir in Solartechnologie, Blockheizkraftwerke und innovative, materialsparende Herstellungsverfahren wie den 3D-Metalldruck investiert, um eine ressourcenschonende Wertschöpfungskette zu gewährleisten. Um bislang nicht reduzierbare CO_2-Emissionen auszugleichen, unterstützen wir zwei Kompensationsprojekte in Indien und Malawi.

Aber wir möchten nicht nur unseren ökologischen Fußabdruck in der Produktion senken, sondern durch ressourcenschonende Produktlösungen auch den Konsumenten zu einem nachhaltigen Lebensstil verhelfen und ihnen so einen relevanten Mehrwert bieten, der zugleich die Umwelt schützt. Mit GROHE Blue beispielsweise kann eine vierköpfige Familie bis zu 800 Plastikflaschen pro Jahr einsparen – gekühltes, gefiltertes und auf Wunsch mit Kohlensäure versetztes Wasser kommt dank der intelligenten Funktionsweise des Wassersystems direkt aus der Küchenarmatur. Somit fördert es eine Verhaltensänderung der Verbraucher hin zu nachhaltigem Trinkwasserkonsum.

Auch über die Produktebene hinaus geht GROHE das Plastikmüllproblem aktiv an: 2018 starteten wir die „Less Plastic Initiative“ mit dem Ziel, Plastikverpackungen bei unseren Produkten durch nachhaltigere Alternativen zu ersetzen. Bis heute konnten so ca. 32 Millionen Verpackungen aus Plastikmaterial eingespart werden; bis 2021 soll diese Summe deutlich auf bis zu 35 Millionen erhöht werden. Das Ziel, Plastikmüll zu vermindern, wird auch durch die Kooperation mit everwave verstärkt. Vereint in der Vision, sauberes Wasser durch die Reduzierung von Plastikmüll in Ozeanen und Flüssen zu erreichen, unterstützt GROHE das Projekt nicht nur finanziell. Vielmehr möchten beide Partner die Öffentlichkeit auf die Plastikproblematik aufmerksam machen und für eine nachhaltigere Lebensweise sensibilisieren.

Im Dezember 2020 wurden wir für unser Engagement gleich zwei Mal mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2021 ausgezeichnet. Dies ist eine große Anerkennung für uns, die uns sehr ehrt. Darüber hinaus ist GROHE Teil der Initiative „50 Sustainability & Climate Leaders“, die das Ziel hat, die Nachhaltigkeitstransformation auf Basis der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der UN voranzutreiben.

Die Zukunft des Wassers nachhaltig gestalten – mit dieser Mission möchten wir aktiv zum Wandel hin zu einer zukunftsfähigen Welt beitragen. Nachhaltigkeit ist für uns eine kontinuierliche Reise, die wir mutig weitermachen müssen. Nur so können wir einer nachhaltigen Wirtschaft den Weg bereiten, den globalen Herausforderungen begegnen und die Lebensqualität der Menschen verbessern.



Ihr Thomas Fuhr
Leader Fittings LIXIL International und Co-CEO Grohe AG





Thomas Fuhr
Leader Fittings LIXIL International
and Co-CEO Grohe AG

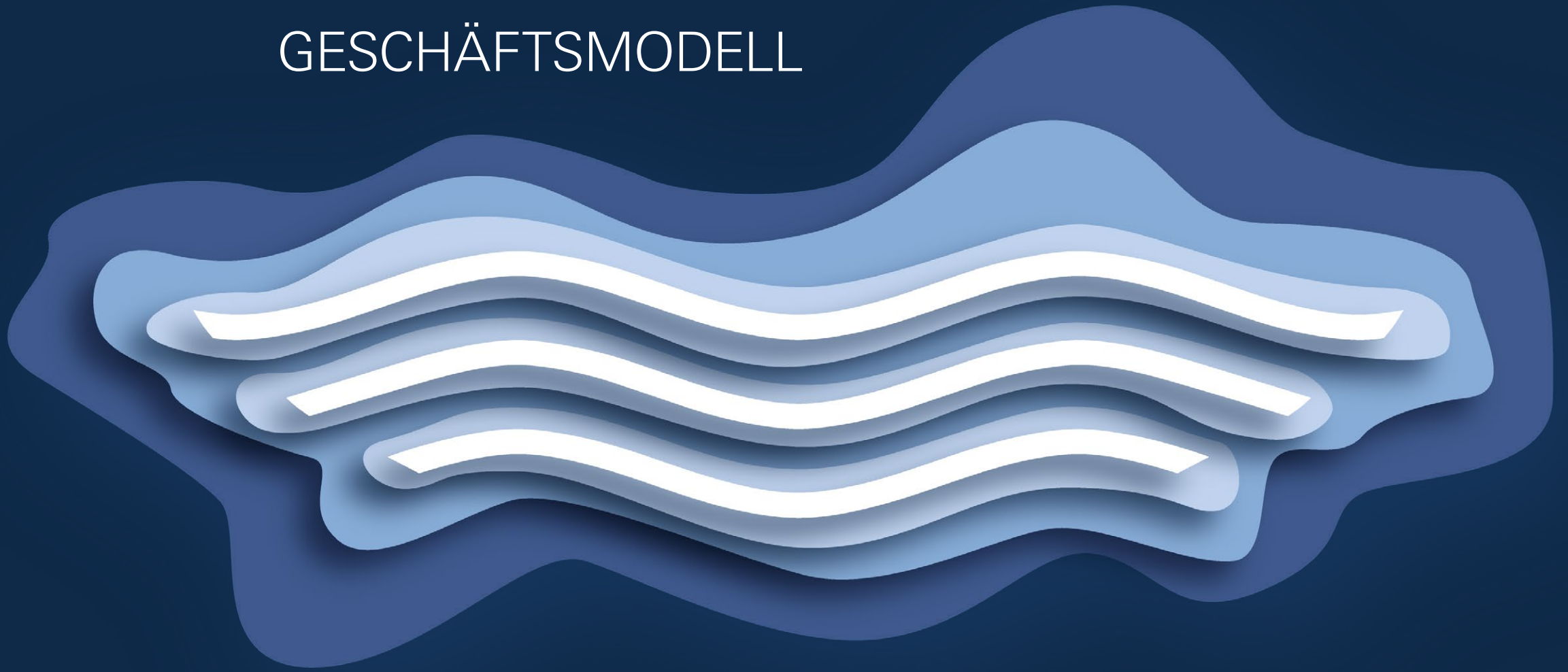
„Nachhaltig zu handeln bedeutet für mich nicht nur die Schonung von Ressourcen. Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden und Partner hat bei GROHE oberste Priorität. Dazu gehört die Schaffung von sicheren und fairen Arbeitsbedingungen, eine Produktentwicklung, die Kundengesundheit und -sicherheit ins Zentrum stellt, aber auch ein effektives Compliance-System. Bei GROHE besteht kein Raum für Diskriminierung, Korruption und wettbewerbswidriges Verhalten. Nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg stellt den Menschen in den Mittelpunkt."



Jonas Brennwald
Leader LIXIL EMENA
and Co-CEO Grohe AG

„In einer Welt, in der jeder vierte Mensch keinen Zugang zu einer sanitären Grundversorgung hat und 800 Kleinkinder tagtäglich an Durchfallerkrankungen sterben, weil sauberes Wasser fehlt, ist es für uns selbstverständlich, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Als Teil von LIXIL unterstützen wir Initiativen wie ‚Make a Splash', die mit erschwinglichen Toilettenlösungen die Hygienesituation in Entwicklungsländern verbessert. Auch mit unserer Installateurausbildung für sozial benachteiligte Jugendliche verbessern wir die Lebensumstände vieler: Wir schaffen Zukunftsperspektiven und stellen den Aufbau einer Sanitärversorgung sicher. Einfluss auf eine positive gesellschaftliche Entwicklung nehmen wir auch mit unserem LIXIL Community Day: Jedes Jahr im Oktober engagieren sich Kolleginnen und Kollegen weltweit in sozialen Projekten und setzen sich gemeinsam für den nachhaltigen Wandel unserer Gesellschaft ein."

GESCHÄFTSMODELL



GROHE **WELTWEIT**



Grafik 01: GROHE Standorte

UMSATZANTEILE 2020*
NACH PRODUKTKATEGORIEN

*Zeitraum: Finanzjahr 2020



Grafik 02: Umsatzanteil nach Produktkategorien FY 2020

1.1.
MARKEN, PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

GROHE ist eine führende globale Marke für ganzheitliche Badlösungen und Küchenarmaturen. Als Komplettbadanbieter führt GROHE im Rahmen seiner Marken **GROHE, GROHE SPA und GROHE Professional** für das Badezimmer Armaturen, Thermostate, Brausen sowie Duschsysteme, Installations- und Spülsysteme, WCs, Keramiken und Accessoires. In der Küche umfasst das Sortiment Armaturen und Wassersysteme, Spülen, Abfallsysteme und Accessoires. Der dritte Geschäftsbereich konzentriert sich auf digitale Innovationen wie das Wassersicherheitssystem **GROHE Sense.**

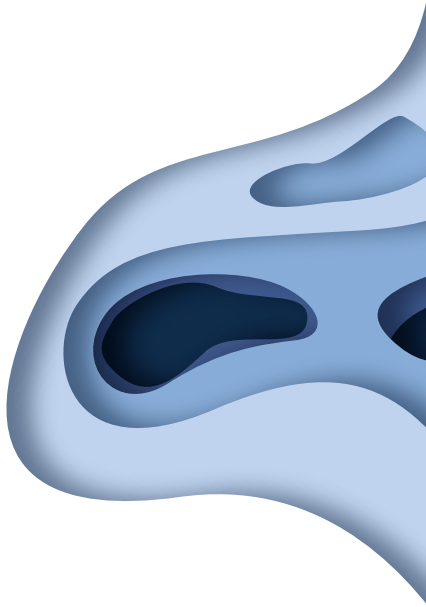
Unter der Marke GROHE SPA finden sich individuelle Konzepte und Premiumprodukte, um jedes Bad in einen persönlichen Wellnessbereich zu verwandeln. Die Marke GROHE Professional unterstützt Handwerker in ihrem Arbeitsalltag mit Produkten, Services und Trainings rund um die professionelle Sanitärinstallation.

Als Technologie- und Innovationsführer übernimmt GROHE mit richtungsweisenden Produktlösungen in der Sanitärindustrie immer wieder eine Vorreiterrolle und setzt seit vielen Jahren auf die Markenwerte Qualität, Technologie, Design und Nachhaltigkeit, um „pure Freude an Wasser“ zu bieten. Ausgerichtet auf die Bedürfnisse der Kunden, schafft GROHE intelligente, lebensverbessernde und nachhaltige Produktlösungen, die einen relevanten Mehrwert bieten und das Qualitätssiegel „made in Germany“ tragen: R&D und Design sind als integrierter Prozess fest am Standort Deutschland verankert.

1.2.
EIGENTUMSVERHÄLTNISSE UND RECHTSFORM

Die GROHE Holding GmbH (im Folgenden GROHE genannt) ist eine hundertprozentige Tochter der LIXIL Europe S.à r.l (vor 26. April 2020: GROHE Group S.à r.l.), Luxemburg, die seit September 2016 zu 100 Prozent mittelbar von der LIXIL Group Corporation gehalten wird. Im Januar 2014 wurde GROHE von der an der Tokioter Börse notierten Gesellschaft LIXIL Group Corporation (im Folgenden LIXIL genannt) und der Development Bank of Japan Inc. mittels eines Joint Ventures übernommen. LIXIL entwickelt richtungsweisende Wassertechnologien und Gebäudeausstattung. Aufbauend auf der japanischen Herkunft entwickelt LIXIL weltweit führende Technologien und nutzt seine Innovationsstärke, um hochwertige Produkte herzustellen, die das Leben der Kunden erleichtern. Zum starken Markenportfolio LIXILs gehören branchenführende Marken wie INAX, GROHE, American Standard und TOSTEM, die Teil des täglichen Lebens von mehr als einer Milliarde Menschen sind. LIXIL beschäftigt in über 150 Märkten rund 60.000 Mitarbeiter.

PART OF LIXIL



1.3.
UMFANG DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Im Fokus der weltweit rund 7.000 Mitarbeiter von GROHE steht stets die Entwicklung innovativer Produkte mit einem hohen Mehrwert für die Kunden. Über eine wirksame Vertriebsorganisation ist die Marke in mehr als 130 Ländern tätig und wickelt Geschäfte in mehr als zehn Währungen ab. Im globalen Produktionsnetzwerk mit einheitlich hohen Fertigungsstandards werden GROHE Produkte mit einzigartiger Präzisionstechnik gefertigt, wodurch GROHE weltweit seinen Qualitätsanspruch an beste Verarbeitung und höchste Produktleistung erfüllt.

Das Produktionsnetzwerk umfasst drei Werke in Deutschland mit Niederlassungen in Hemer, Porta Westfalica und Lahr sowie weitere Werke in Albergaria (Portugal) und Klaeng (Thailand). Die einzelnen Produktionsstätten bilden sogenannte Kompetenzzentren und sind jeweils auf die Herstellung bestimmter Produkte wie unter anderem Sanitärarmaturen, Sanitärsysteme oder Duschen spezialisiert.

In Düsseldorf befinden sich die Zentrale, das eigene Design Studio sowie der GROHE Store, ein multifunktionaler Showroom, der in einer kreativen Schau die GROHE Markenwelt präsentiert. Die wesentlichen Gesellschaften der GROHE Holding GmbH sind im Anhang dargestellt.



1.4.
BELIEFERTE MÄRKTE UND ABNEHMER

Die Absatzmärkte für GROHE Produkte umfassen die vier Regionen Europa, Amerika, Mittlerer Osten und Afrika sowie Asien. Mit 34 eigenen Vertriebsgesellschaften, 27 Niederlassungen sowie Geschäftsbeziehungen zu zahlreichen Unternehmen verfügt GROHE über ein weit verzweigtes internationales Vertriebsnetz. Die GROHE Gesellschaften vertreiben ihre Produkte im Wesentlichen an Architekten, Objektplaner und Küchenstudios sowie über den Online- und Sanitärgroßhandel an Installateure und Einzelhändler, die ihrerseits private und gewerbliche Kunden beliefern. Die Vertriebsaktivitäten werden bei Bedarf den jeweiligen regionalen und nationalen Marktgegebenheiten angepasst.



Grafik 03: GROHE – unsere Kunden

1.5. GRÖSSE DER ORGANISATION

UMSATZ UND EBITDA

Die Umsatzerlöse/Nettoeinnahmen werden auf Konzernebene für die gesamte LIXIL Group sowie für die Unternehmenseinheit „LIXIL Water Technology“, zu der GROHE neben Marken wie LIXIL, American Standard, INAX, Cobra und Jaxson gehört, im Jahresbericht 2019 LIXILs auf Seite 24 – 27 ausgewiesen (siehe http://www.lixil.com/en/investor/).

	FY 2020
Gewerbliche Mitarbeiter	4.167
Angestellte	2.995
Auszubildende	76
Gesamt	7.238

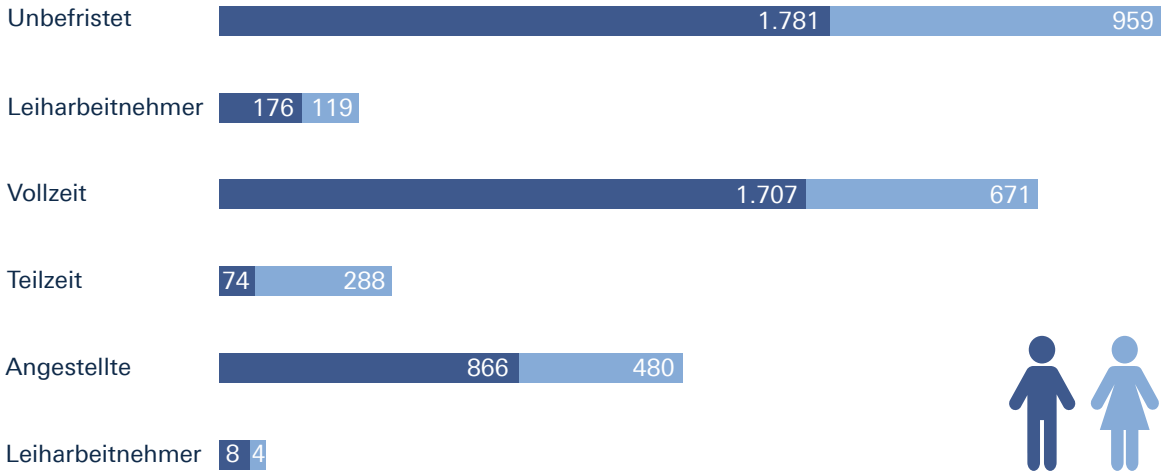


Grafik 04: GROHE Mitarbeiter gesamt

MITARBEITER (GRI 102-41)

GROHE hat weltweit rund 7.000 Mitarbeiter. Die Tätigkeiten der Marke werden überwiegend durch fest angestellte Mitarbeiter ausgeführt. 98,5 Prozent der Mitarbeiter sind von Kollektivvereinbarungen wie Tarifverträgen und Betriebsvereinbarungen erfasst. Im Berichtszeitraum gab es einen leichten Aufbau des Personals, jedoch ohne bedeutende Schwankungen hinsichtlich der Gesamtbelegschaft (Aufteilung nach Regionen, siehe Grafik 01 auf Seite 9).

An den deutschen Standorten von GROHE ist die Mitarbeiterschaft folgendermaßen gegliedert:



Grafik 05: GROHE Mitarbeiter Deutschland

1.6.
GROHE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GROHE Produkte werden exklusiv in fünf LIXIL EMENA-Produktionsstätten gefertigt. Neben den deutschen Werken in Hemer, Lahr und Porta Westfalica gehören dazu die Werke in Albergaria (Portugal) und Klaeng (Thailand). Die Produktionsstandorte verfügen über zentrale Schmelzöfen mit hohen Kapazitäten, was in der Sanitärbranche eine Besonderheit ist. Das verschafft der Marke einen einmaligen Wettbewerbsvorteil hinsichtlich Qualität und Innovationsfähigkeit. Etwa 50 Prozent der Produktion kommen aus den deutschen Werken, wo rund 37 Prozent aller in der Herstellung beschäftigten Mitarbeiter tätig sind. Das weltweite Produktionsnetzwerk basiert auf deutscher Präzisionstechnik sowie hoher Leistungsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit. GROHE hat über den gesamten Fertigungsprozess an allen Produktionsstandorten einheitliche Qualitäts- und Fertigungsstandards eingeführt. Erfahrene Werkleiter sind vor Ort, um die Einhaltung dieser Standards in allen Werken von GROHE sicherzustellen und Produktionsprozesse zu optimieren. Dabei ist jedes Werk für klar festgelegte Produktgruppen und Preissegmente des GROHE Sortiments verantwortlich. Über die GROHE Lieferkette wurden im Jahr 2019 weltweit mehr als 83.000 Tonnen Ware an die Kunden geliefert. 90 Prozent des weltweiten Produktionsvolumens werden in den beiden Logistikzentren in Hemer und Porta Westfalica zusammengeführt. Außerhalb Deutschlands wird die GROHE Lieferkette durch drei größere, von Logistikdienstleistern betriebene Lager unterstützt:

- Suzhou, China (FHI Logistics/Public Bonded Warehouse)
- Moskau, Russland (FM Logistics)
- Mumbai, Indien (Kühne + Nagel)

Seit 2017 wird das amerikanische GROHE Logistiklager in Roselle (Illinois) aufgrund der Übertragung der GROHE America Inc. auf die zu LIXIL gehörende Produktmarke American Standard durch diese betrieben.



Grafik 06: Geplantes Logistikzentrum Porta Westfalica

80 PROZENT DES WELTWEITEN PRODUKTIONSVOLUMENS WERDEN IN DEUTSCHLAND ZUSAMMENGEFÜHRT.

STANDORTE

Hemer (Deutschland)

Lahr (Deutschland)

Porta Westfalica (Deutschland)

Albergaria (Portugal)

Klaeng (Thailand)



Grafik 07: Lieferkette der Organisation

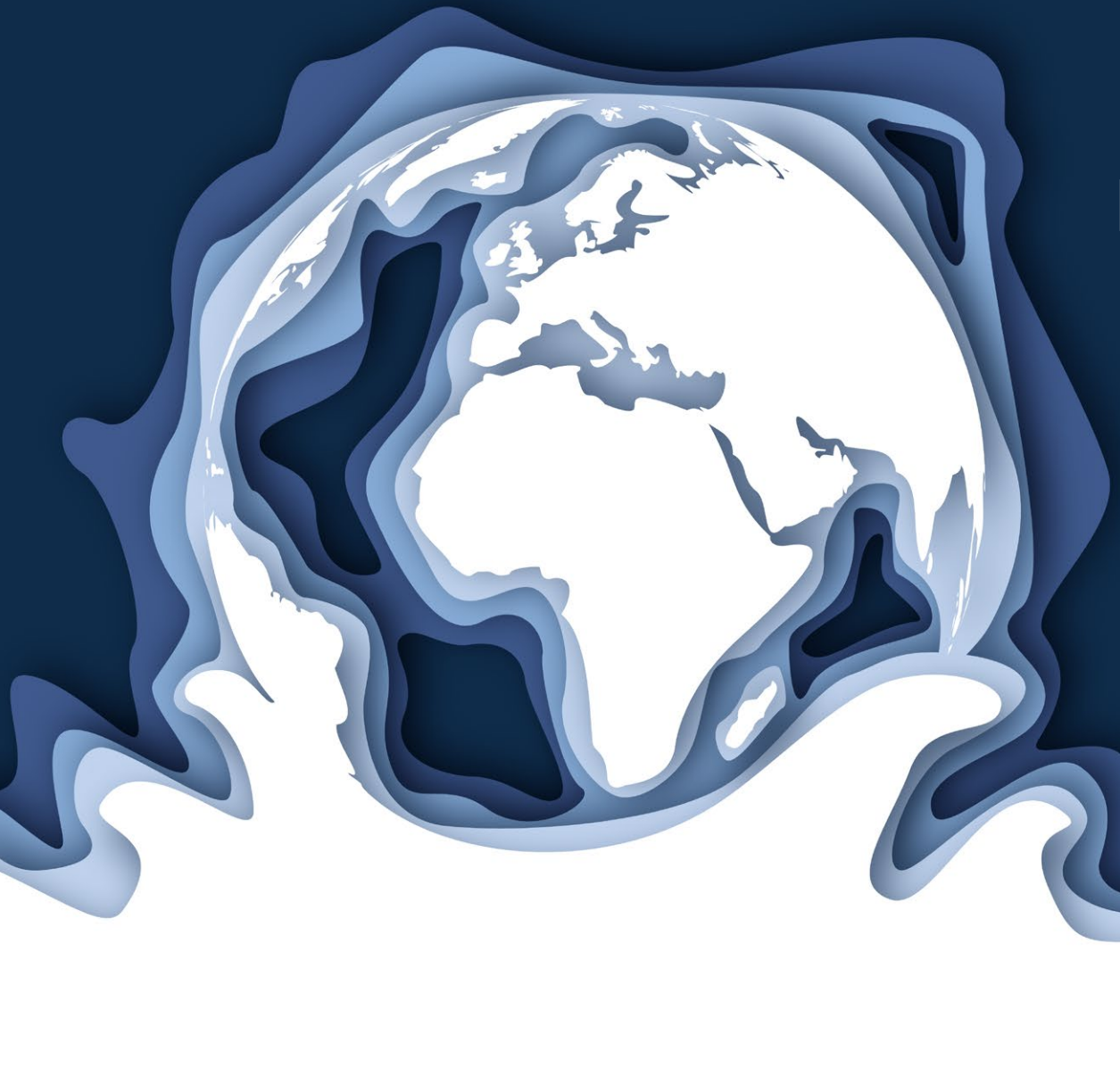
1.7.
VERBÄNDE UND INTERESSENVERTRETUNGEN

GROHE ist Mitglied in ausgewählten deutschen Verbänden, Interessenvertretungen und Ausschüssen, die sich unter anderem auch mit Nachhaltigkeit beschäftigen. So beteiligt sich GROHE an diversen Normenausschüssen, wie z. B. dem „CEN/DIN-Normenausschuss Wasserwesen/Wasserrecycling“. Infolge eines 2011 abgeschlossenen Kartellverfahrens innerhalb der Europäischen Union und einer damit verbundenen Strafzahlung hat die Sensibilisierung für wettbewerbswidriges Verhalten bei GROHE stark an Bedeutung gewonnen. Seitdem betreibt die Marke die Arbeit in Verbänden und Interessenvertretungen sehr selektiv.

Weiterhin engagiert sich GROHE z. B. in lokalen Vereinen wie der „Wirtschaftsinitiative Hemer e. V.“ und dem Förderverein „Gewerbliche Schulen Lahr“. Die Marke ist aktives Mitglied in zahlreichen Ausschüssen und Arbeitsgruppen der Industrie- und Handelskammern „IHK Südlicher Oberrhein“ und „Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen (SIHK)“.

Die GROHE Auslandsgesellschaften engagieren sich ähnlich ausgewählt in den relevanten nationalen und lokalen Verbänden, Interessenvertretungen und Initiativen. Die bedeutendsten Mitgliedschaften von GROHE waren (Stand 2019):

- Märkischer Arbeitgeberverband e. V.
- Südwestmetall, Verband der Metall- und Elektroindustrie Baden-Württemberg e. V.
- RIBA (Royal Institute of British Architects) Enterprise Ltd.
- Hotelverband Deutschland (IHA) e. V.
- Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen – DGNB e. V.
- Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e. V.
- TrendWatching
- Rat für Formgebung | German Design Council
- DBA Design Leadership
- UN Global Compact



NACHHALTIGKEIT

2. ORGANISATION DES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENTS BEI GROHE

Die Marke GROHE steht für Qualität, Technologie, Design und Nachhaltigkeit. Dabei bedeutet Nachhaltigkeit auch die Übernahme von Verantwortung für Mensch und Umwelt. Die unterschiedlichen Facetten reichen hierbei von der Entwicklung wasser- und energiesparender Produkte, welche die Ressourceneffizienz der Kunden steigern, über nachhaltigen Einkauf sowie ressourcenschonende Produktion bis hin zu sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung.

2.1. MISSION UND WERTE

Die Freude an Wasser inspiriert seit jeher GROHEs Leidenschaft für Nachhaltigkeit. Als einer der weltweit führenden Hersteller von Sanitärarmaturen hat GROHE die Mission, den Menschen mithilfe von intelligenten Technologien einen bewussten und nachhaltigen Umgang mit Wasser zu ermöglichen. Schließlich wird die Ressource Wasser durch Klimawandel, Wirtschaftswachstum, Urbanisierung und eine stetig wachsende Weltbevölkerung immer wertvoller. Bis 2050 wird eine Steigerung der globalen Nachfrage nach Wasser um 20 bis 30 Prozent prognostiziert.[1] In diesem Kontext kommt einem nachhaltigen Wassermanagement eine Schlüsselrolle zu.

[1]UN World Water Development Report 2019 (LINK)

BEITRAG ZUR NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG

Die Passion für das Thema Nachhaltigkeit teilt GROHE mit allen zu LIXIL gehörenden Marken. Bereits im Juli 2013 hat LIXIL den UN Global Compact (Pakt der Vereinten Nationen mit privaten Unternehmen zur Förderung sozialer, umweltgerechter und ethischer Grundsätze) unterzeichnet. Im September 2015 verabschiedete die Generalversammlung der Vereinten Nationen die Sustainable Development Goals (SDGs). Kurz darauf, im März 2016, aktualisierte LIXIL seine Corporate-Responsibility-(CR-)Strategie, um einen Beitrag zum Erreichen dieser globalen Nachhaltigkeitsziele leisten zu können. Eine weitere Aktualisierung der Nachhaltigkeitsstrategie erfolgte im November 2019.

Die aktuelle CR-Strategie LIXILs fokussiert sich auf drei strategische Handlungsfelder, in denen die Gruppe den größten Unterschied zugunsten einer nachhaltigen Entwicklung erzielen kann. Im Einklang mit den SDGs sind dies:

1. globale Sanitärversorgung und Hygiene
2. Wasser sparen und nachhaltiger Umweltschutz
3. Vielfalt und Integration

Seit der erstmaligen Einführung ihrer CR-Strategie 2016 ist LIXIL heute in renommierten Indizes wie dem Dow Jones Sustainability World Index, FTSE4Good, FTSE Blossom Japan und MSCI Japan Empowering Women Index (WIN) vertreten und wird auch in der „CDP A List“ in der Kategorie Wasser geführt. 2018 hat sie neben anderen Auszeichnungen den Deputy Chiefs' Award beim Japan SDGs Award gewonnen.



Mit der Produktreihe SATO möchte LIXIL lokalen Gemeinden auf der ganzen Welt erschwingliche und einfach zu installierende Toilettensysteme zur Verfügung stellen. Diese Produkte sind für Kinder sicher und beseitigen viele der Ursachen, die zu vermeidbaren Krankheiten führen.

Als Teil LIXILs teilt GROHE die von LIXIL festgelegten Ziele und setzt sich entschieden für sie ein. So tragen alle GROHE Nachhaltigkeitsinitiativen und Effizienzmaßnahmen aktiv zu den strategischen Säulen LIXILs bei.

Im Rahmen von Maßnahmen wie „GROHE goes Zero“ (siehe Kapitel 4) sowie der „Less Plastic Initiative“ (siehe Kapitel 4) fungiert GROHE als Best-Practice-Beispiel innerhalb der Gruppe. Diese Initiativen sowie der Gewässerschutz und die Umweltverträglichkeit (siehe Kapitel 2) unterstützen das Ziel **Wasser sparen und nachhaltiger Umweltschutz.** Wie die Marke das Ziel **Globale Sanitärversorgung und Hygiene** unterstützt, wird in Kapitel 7 deutlich; auf das Ziel **Vielfalt und Integration** wird in Kapitel 2 und 5 Bezug genommen.

Dabei spielen auch für GROHE die 17 SDGs eine entscheidende Rolle. Mit Blick auf das Kerngeschäft und das GROHE Produktportfolio stehen thematisch insbesondere die Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung (Ziel 6), eine menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (Ziel 8), die Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster (Ziel 12) sowie die Entwicklung von Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels (Ziel 13) im Fokus der Bemühungen.

Diese Schwerpunkte bieten GROHE die Chance, weiterhin Technologien und Produkte zu entwickeln, die einen substanziellen Beitrag zur Erreichung der nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen leisten können.

Grafik 08: Für GROHE besonders relevante SDGs





GLOBALE SANITÄR-VERSORGUNG & HYGIENE

SANITÄRVERSORGUNG FÜR ALLE

Bis 2025 sollen sich die hygienischen Bedingungen für 100 Millionen Menschen durch sanitäre Einrichtungen und Hygienelösungen verbessern.



WASSER SPAREN & NACHHALTIGER UMWELTSCHUTZ

CO_2-NEUTRALITÄT & KREISLAUFWIRTSCHAFT

Bis 2050 soll der positive Umweltbeitrag aus Gebäude- und Lifestyle-Lösungen sowie der Produktion die Umweltbelastung ausgleichen. Zudem ist es das Ziel, zu einem führenden Hersteller zu werden, der sowohl Wasser als auch natürliche Ressourcen für zukünftige Generationen bewahrt.



VIELFALT & INTEGRATION

INKLUSIV FÜR ALLE

Bis 2020 soll in der gesamten Organisation unter allen Kollegen eine Kultur der Vielfalt und Inklusion etabliert werden. Bis 2030 werden alle Produkte und Services* auf dem LIXIL Universal-Design-Konzept basieren.





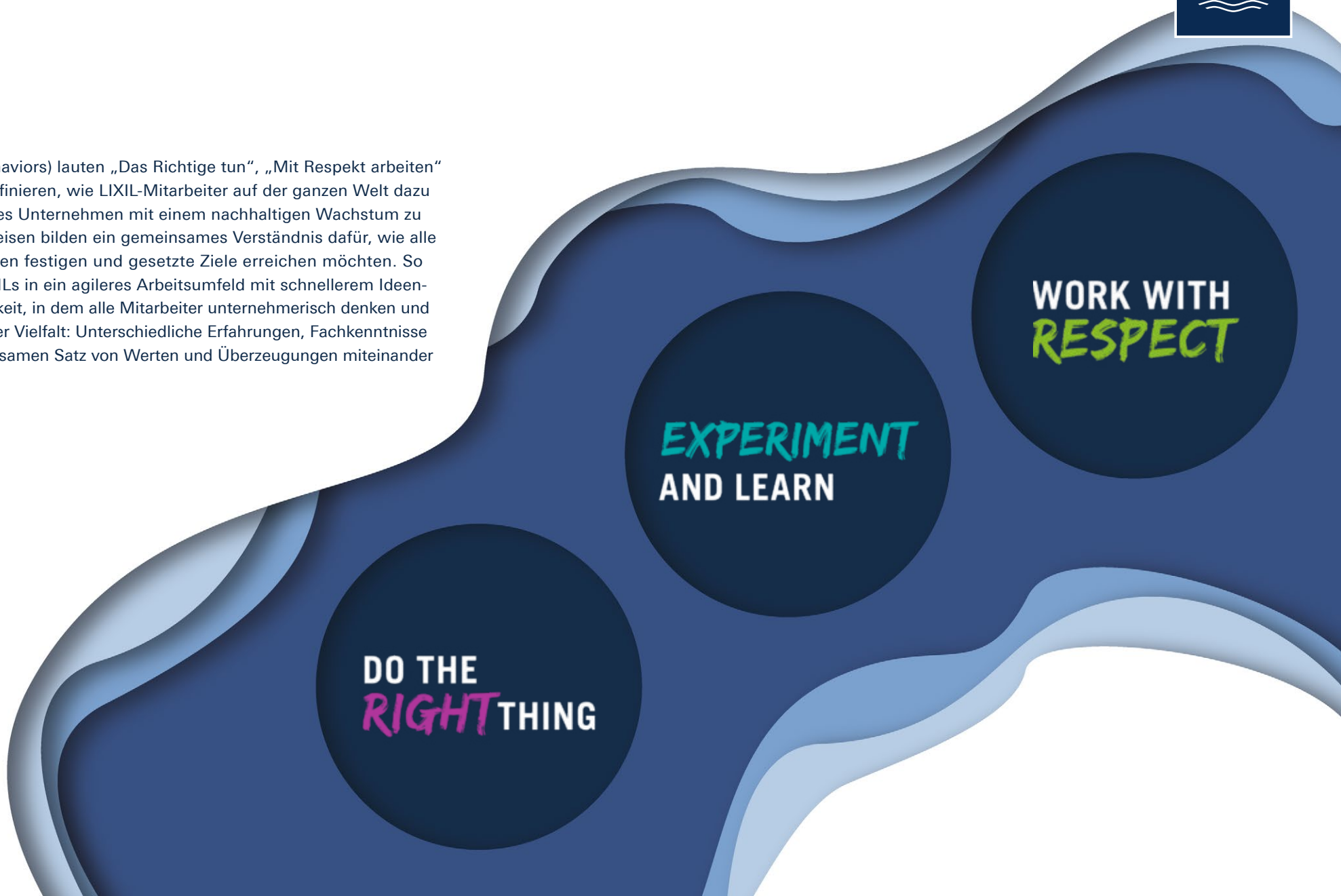


Grafik 09: LIXIL Werte und SDGs

**Produkte und Dienstleistungen in Japan (seit August 2019)*

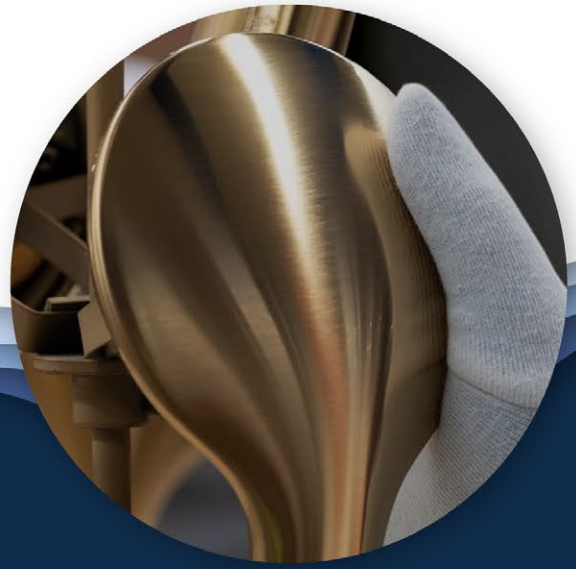
LIXIL BEHAVIORS

Die drei LIXIL-Verhaltensweisen (engl. behaviors) lauten „Das Richtige tun“, „Mit Respekt arbeiten“ und „Experimentieren und lernen“. Sie definieren, wie LIXIL-Mitarbeiter auf der ganzen Welt dazu beitragen, LIXIL zu einem zweckgerichtetes Unternehmen mit einem nachhaltigen Wachstum zu entwickeln. Die formulierten Verhaltensweisen bilden ein gemeinsames Verständnis dafür, wie alle Mitarbeiter unternehmensweit ihre Stärken festigen und gesetzte Ziele erreichen möchten. So verwandeln alle Mitarbeiter die Kultur LIXILs in ein agileres Arbeitsumfeld mit schnellerem Ideenaustausch und mehr Experimentierfreudigkeit, in dem alle Mitarbeiter unternehmerisch denken und handeln. Die Stärke der Gruppe liegt in ihrer Vielfalt: Unterschiedliche Erfahrungen, Fachkenntnisse und Standpunkte sind durch einen gemeinsamen Satz von Werten und Überzeugungen miteinander verbunden.



GROHES MARKENWERTE

Jedes GROHE Produkt basiert auf den vier Grundwerten Qualität, Technologie, Design und Nachhaltigkeit.
Sie bilden seit mehr als 20 Jahren die Säulen der Marke GROHE.



QUALITÄT

„Die Marke, die in der Sanitärbranche das höchste Vertrauen genießt“

– Wirtschaftswoche, 2017



TECHNOLOGIE

„Eines der **Top-50-Unternehmen,** die die Welt verändern“

– Fortune Magazine, 2017



DESIGN

Gewinner von **über 465 Designpreisen** seit 2003



NACHHALTIGKEIT

Gewinner des CSR-Preises der Bundesregierung, 2017

2.2. STRATEGIE

NACHHALTIGKEIT ALS TEIL DER MARKE

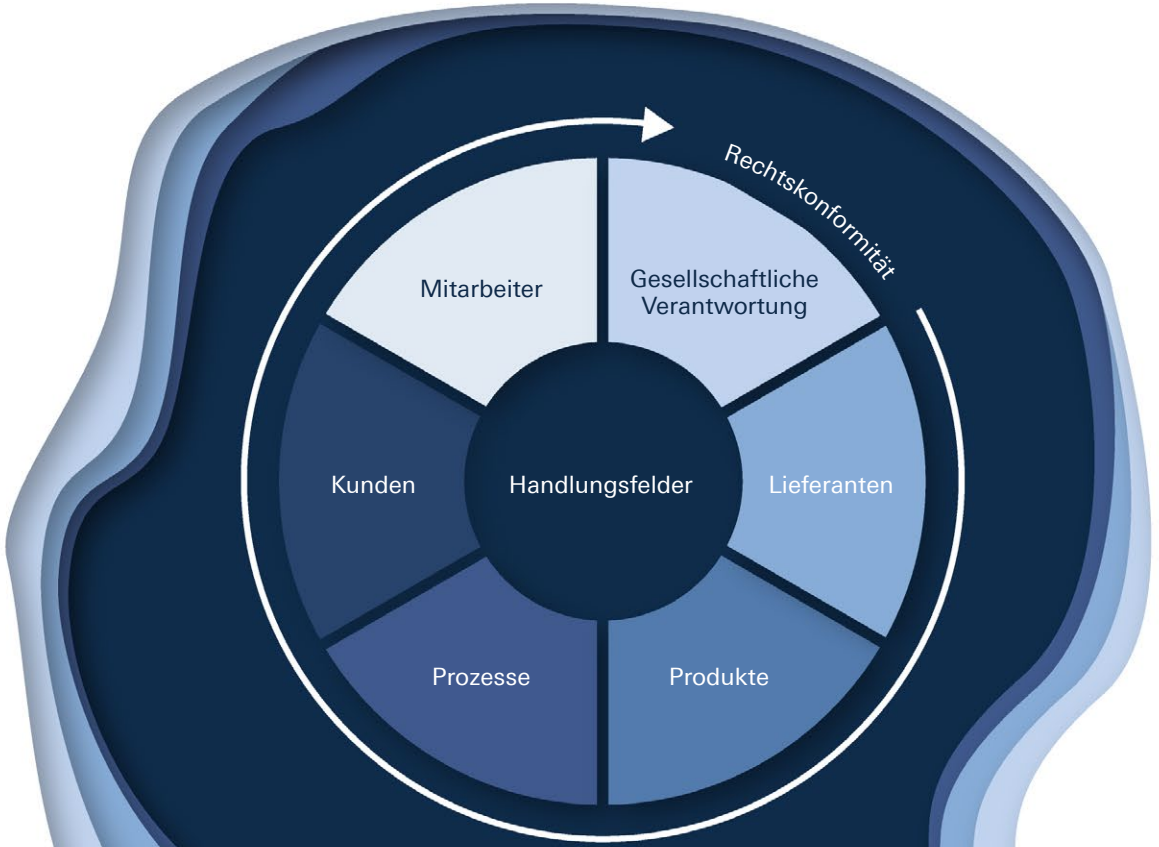
GROHE ist davon überzeugt, dass eine kontinuierliche Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit genauso unverzichtbar wie herausfordernd ist. Das Ziel der Marke ist es, alle Prozesse aktiv so zu gestalten, dass sie fortlaufend die selbstauferlegten Anforderungen an Ressourceneffizienz, Umwelt- und Gesundheitsschutz erfüllen.

> „Die Zukunftsfähigkeit und der wirtschaftliche Erfolg einer Organisation hängen maßgeblich davon ab, ob diese nachhaltig aufgestellt ist. Wir sind daher der festen Überzeugung, dass unsere langfristige Wirtschaftlichkeit an die Nachhaltigkeit gekoppelt ist", sagt Thomas Fuhr, COO Fittings LIXIL International und CEO Grohe AG. „Dazu verfolgt GROHE konsequent einen Ansatz der 360-Grad-Nachhaltigkeit, der die Interessen von und die Verantwortung für Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden, Produkte, Prozesse sowie den Beitrag der Marke zum Wohl der Gesellschaft gleichermaßen umfasst. Damit ist Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil der Strategie und ein Kernwert der Marke GROHE."

Für den Bereich Nachhaltigkeit hat GROHE bereits im Jahr 2000 auf Grundlage der 16 Prinzipien der Business Charter for Sustainable Development, 1992 von der Internationalen Handelskammer (International Chamber of Commerce, ICC) im Rahmen der UNO-Konferenz für Umwelt und Entwicklung veröffentlicht, die relevanten Handlungsfelder der Marke identifiziert. Neben dem eindeutigen Bekenntnis zur **Legal Compliance, d. h. Rechtskonformität,** sowie **kontinuierlichen Verbesserung** sind dies:

- Produkte
- Prozesse
- Mitarbeiter
- Kunden
- Lieferanten
- gesellschaftliche Verantwortung

Diese Handlungsfelder stützen die Grundausrichtung von GROHEs Nachhaltigkeitsmanagement und wurden im Wesentlichkeitsprozess im Jahr 2020 erneut konkretisiert und vertieft.



Grafik 10: GROHE Handlungsfelder im Bereich Nachhaltigkeit

WESENTLICHKEITSPROZESS 2020 UND AUSWAHL DER BERICHTSINHALTE (GRI 102-46, GRI 102-47, GRI 102-49)

Nachdem GROHE die 2015 initial definierten wesentlichen Themen im Jahr 2017 im Rahmen einer Stakeholderbefragung überprüft hatte, wurde für den aktuellen Bericht im Jahr 2020 ein ausführlicher Wesentlichkeitsprozess durchgeführt, um die strategische Ausrichtung des Nachhaltigkeitsmanagements weiter voranzutreiben.

Hierzu hat GROHE zunächst eine Liste von potenziell hochwesentlichen Themen definiert. Dabei wurden sowohl GROHE-interne Entwicklungen als auch externe Impulse durch relevante politische Prozesse, Rahmenwerke sowie Wettbewerber analysiert. Daraus entstand eine vorläufige Liste mit 24 Themen, zu deren Relevanz die Marke ihre Stakeholder im Rahmen einer Online-Umfrage konsultiert hat. Insgesamt wurden 83 Stakeholder kontaktiert, die aufgrund ihrer bestehenden Beziehung zu GROHE zu aussagekräftigen Ergebnissen fähig waren. Diese stammten aus diesen Gruppen:

- Kunden
- Mitarbeiter und Mitarbeitervertretungen
- Lieferanten
- Universitäten, Nachhaltigkeitsverantwortliche und Berater
- interessierte Öffentlichkeit und Standortnachbarn

Aus 43 vollständigen Antworten konnten die potenziellen Themen klar ihrer Bedeutung nach für die Stakeholder bewertet werden.

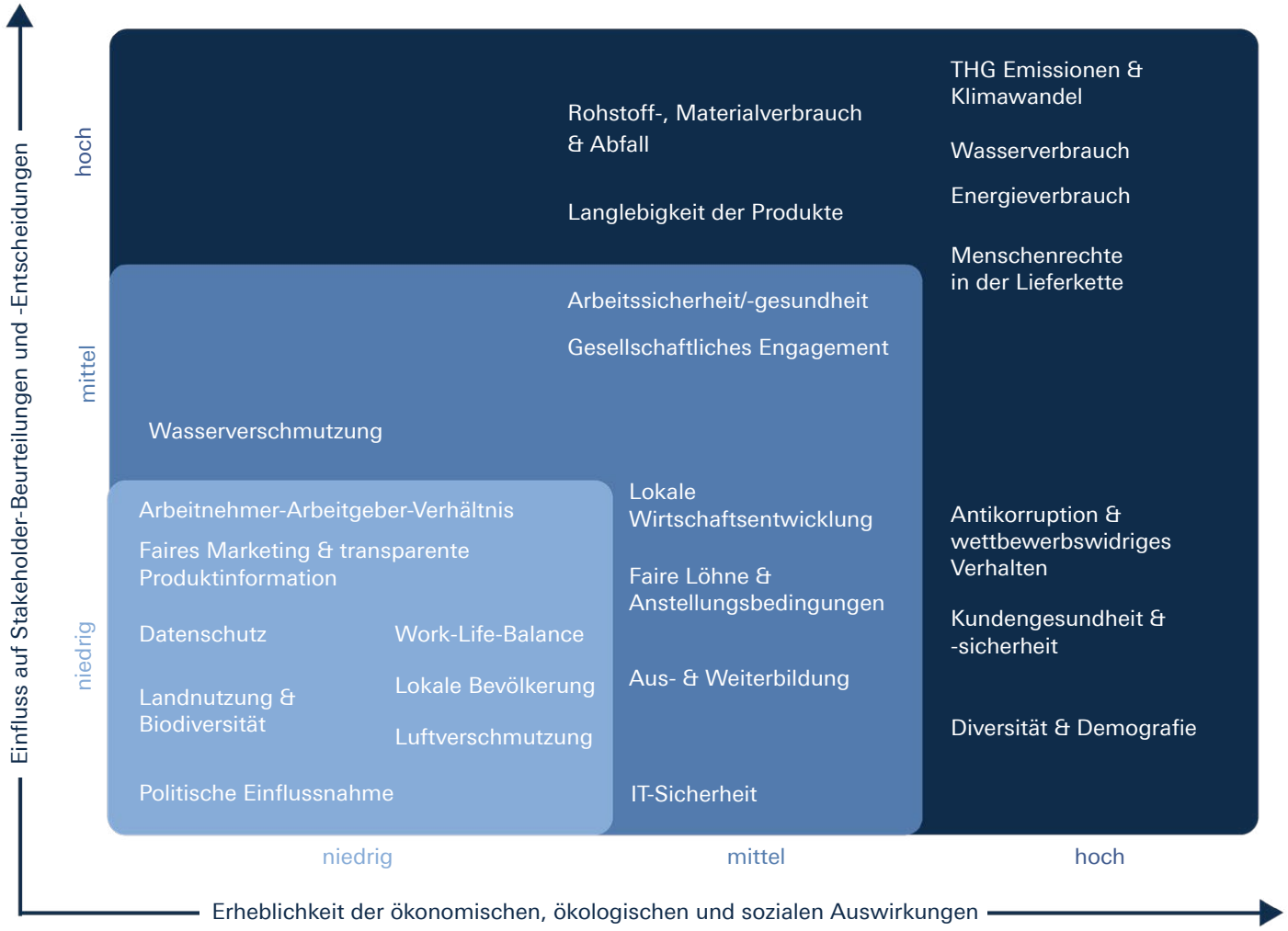
Zur Einschätzung der Erheblichkeit der sowohl positiven als auch negativen Auswirkungen von GROHE auf die 24 Themen wurde eine weitere Analyse durchgeführt. Methodisch wurden dafür die 2015 verabschiedeten SDGs als relevante Bezugspunkte zur Priorisierung der ökologischen, sozialen und ökonomischen/volkswirtschaftlichen Auswirkungen von GROHE genutzt. Diese bilden einen international anerkannten Konsens zu den zentralen Stellschrauben und Herausforderungen einer globalen, nachhaltigen Entwicklung. Anschließend wurden die Ergebnisse in einem internen Expertenworkshop validiert, an dem hochrangige Vertreter aus allen relevanten Abteilungen teilnahmen.

Daraus ergab sich die GROHE Wesentlichkeitsmatrix 2020 mit den folgenden neun hochwesentlichen Themen:

- Rohstoff-, Materialverbrauch und Abfall
- Langlebigkeit der Produkte
- Treibhausgasemissionen und Klimawandel
- Wasserverbrauch
- Energieverbrauch
- Menschenrechte in der Lieferkette
- Antikorruption und wettbewerbswidriges Verhalten
- Kundengesundheit und -sicherheit
- Diversität und Demografie

Im Vergleich zur letzten Wesentlichkeitsmatrix ergaben sich einige zentrale Veränderungen. So sind „Menschenrechte in der Lieferkette“ und „Diversität und Demografie“ neue hochwesentliche Themen. Nicht mehr hochwesentlich sind hingegen „Arbeitsgesundheit und -sicherheit“, „Aus- und Weiterbildung“ sowie „Gesellschaftliches Engagement“.

Grafik 11: GROHE Wesentlichkeitsmatrix 2020 (GRI 102-46)



Die hochwesentlichen Themen wurden schließlich den fünf Handlungsfeldern Produkte, Kunden, Prozesse, Mitarbeiter und Lieferanten zugeordnet. Diese Handlungsfelder und Themen bilden die Grundlage für diesen Bericht, der wie folgt strukturiert ist:

- **Kapitel 3** „Produkte und Kunden“: Wasserverbrauch, Energieverbrauch, Kundengesundheit und -sicherheit, Langlebigkeit der Produkte, Diversität und Demografie
- **Kapitel 4** „Prozesse“: Rohstoff, Materialverbrauch und Abfall, THG-Emissionen und Klimawandel, Energieverbrauch, Wasserverbrauch
- **Kapitel 5** „Mitarbeiter“: Diversität und Demografie
- **Kapitel 6** „Lieferanten“: Menschenrechte in der Lieferkette, Anti-Korruption und wettbewerbswidriges Verhalten

Hochwesentliche Themen, die auf unterschiedlichen Stufen entlang der Wertschöpfungskette relevant sind, werden in mehreren Handlungsfeldern respektive Kapiteln behandelt. Zum Beispiel wird das hochwesentliche Thema „Wasserverbrauch“ sowohl als Produkt-Handlungsfeld in Kapitel 3 als auch als internes Prozessthema in Kapitel 4 betrachtet und gemanagt. Die Themen „Arbeitsgesundheit und -sicherheit“, „Aus- und Weiterbildung“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sind für GROHE weiterhin relevant und werden daher weiterhin im Bericht angesprochen.

GROHE SUSTAINABILITY OBJECTIVES

Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie hat sich GROHE in den Handlungsfeldern „Prozesse“ und „Mitarbeiter“ fünf zentrale quantitative Ziele gesetzt, die innerhalb der Finanzjahre 2014 bis 2021 zu erreichen sind:

Sustainability Objectives FY 2014 bis FY 2021	Status	Weitere Informationen
Wasserentnahme: Senkung um 20 %	↑	>> Kapitel 4
Abfall: stufenweise Steigerung der weltweiten Abfall-Recyclingquote auf 99 %	↑	>> Kapitel 4
Energieverbrauch: Verbesserung der Energieeffizienz um 20 %	↑	>> Kapitel 4
Direkte THG-Emmissionen: Senkung der Treibhausgasemissionen um 20 %	↑	>> Kapitel 4
Unfallbedingte Ausfalltage: Reduktion um 60 %	↑	>> Kapitel 5

Tabelle 01: GROHE Sustainability Objectives

AUSBLICK – ZU NEUEN UFERN

Da die GROHE Sustainability Objectives zum Ende des Finanzjahres 2021 auslaufen, beschäftigt sich GROHE bereits mit neuen Herausforderungen. Schon 2019 wurde die CO_2-Neutralität der Marke beschlossen („GROHE goes Zero“, siehe Seite 68). Darüber hinaus ist GROHE dabei, durch die „Less Plastic Initiative“ alle Kunststoffverpackungen im Produktbereich zu eliminieren. Durch den Sustainability Council werden derzeit neue Ziele definiert, die im Jahr 2021 publiziert werden.





2.3.
ORGANISATION UND VERANTWORTUNG

Bei GROHE stellen sich Organisation und Verantwortlichkeiten für Nachhaltigkeit wie folgt dar.

NACHHALTIGKEIT IN DER GROHE FÜHRUNGSEBENE

Als Aktiengesellschaft nach deutschem Recht verfügt GROHE über eine zweigeteilte Führungsstruktur, bestehend aus Vorstand und Aufsichtsrat.

Dem Vorstand der Grohe AG gehörten im Geschäftsjahr 2020 an:

- **Thomas Fuhr** (seit 11. Juli 2019 Vorstandsvorsitzender/Vorstand Technik/Executive Director Operations der Grohe AG, Hemer; stellvertretender Vorstandsvorsitzender bis 11. Juli 2019)
- **Michael Rauterkus** (Vorstand Vertrieb/Chief Sales Officer; ausgeschieden mit Wirkung zum 12. Juli 2019)
- **Jonas Brennwald** (seit 17. Juli 2019 stellvertretender Vorstandsvorsitzender/Deputy CEO und Vorstand Vertrieb und Marketing/Chief Sales Officer der Grohe AG, Hemer)
- **Michael Mager** (Vorstand Personal/Chief of Staff; ausgeschieden mit Wirkung zum 6. Januar 2020)
- **Stefan Gesing** (Vorstand Finanzen, Controlling & Informationstechnologie/Chief Financial Officer; ausgeschieden mit Wirkung zum 15. Januar 2020)

Seit dem 11. Juli 2019 hat Herr Prof. Dr. Gerhard Schmidt, Rechtsanwalt, Steuerberater und Managing Partner bei Weil, Gotshal & Manges LLP, den Vorsitz des Aufsichtsrates inne.



NACHHALTIGKEIT IM VORSTAND VON GROHE

Das Thema Nachhaltigkeit ist bei GROHE beim Co-CEO Thomas Fuhr verankert; er leitet in dieser Funktion auch den GROHE Sustainability Council.

NACHHALTIGKEITSSTRUKTUR BEI GROHE

Für die Steuerung der Nachhaltigkeit ist neben dem CEO der GROHE Sustainability Council verantwortlich. Dieser trifft sich einmal im Monat und berät über strategische Nachhaltigkeitsthemen. Die Zusammensetzung ist interdisziplinär: Neben dem CEO sind die Bereiche Global Communications, Global Marketing, Corporate R&D, Corporate Purchasing, Human Resources, Industrial Engineering, Global Packaging sowie die Fachabteilung Corporate Environmental Health and Safety (EHS) & Sustainability Management vertreten. Innerhalb des Sustainability Councils wird der Status laufender Projekte durch den Communications Manager Sustainability vorgestellt. Bei Bedarf werden neue Aufgaben an die teilnehmenden Fachabteilungen übertragen. Das Sustainability Dashboard und die darin aufgeführten Leistungskennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs) wie z. B. Recyclingrate, Gesundheitsrate, Energie- und Wasserverbrauch werden monatlich erhoben und im Rahmen des Councils präsentiert.

Abseits des Sustainability Councils organisiert und dokumentiert GROHE seine Aufbauorganisation in Stellen- und Funktionsbeschreibungen und informiert die Belegschaft innerbetrieblich mithilfe von Organigrammen und Organisationsmitteilungen. Die Ablauforganisation wird durch Organisationsrichtlinien, Verfahrensanweisungen, Betriebsanweisungen sowie Arbeitsanweisungen systematisch geregelt. Das schließt auch das Thema Nachhaltigkeit ein.

Die Umsetzung von Nachhaltigkeitsprojekten und -maßnahmen findet in den Fachabteilungen statt, insbesondere übernimmt das Corporate EHS & Sustainability Management hierbei eine wichtige Rolle. Dieses ist eine direkt unterhalb des Vorstands angesiedelte Zentralfunktion. Es überwacht auch die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und Genehmigungsauflagen und die kontinuierliche Verbesserung in den Bereichen Umweltschutz, Arbeitsschutz und Nachhaltigkeitsmanagement.

2.4. OPERATIONALISIERUNG DER NACHHALTIGKEIT BEI GROHE

GROHE SUSTAINABILITY POLICY

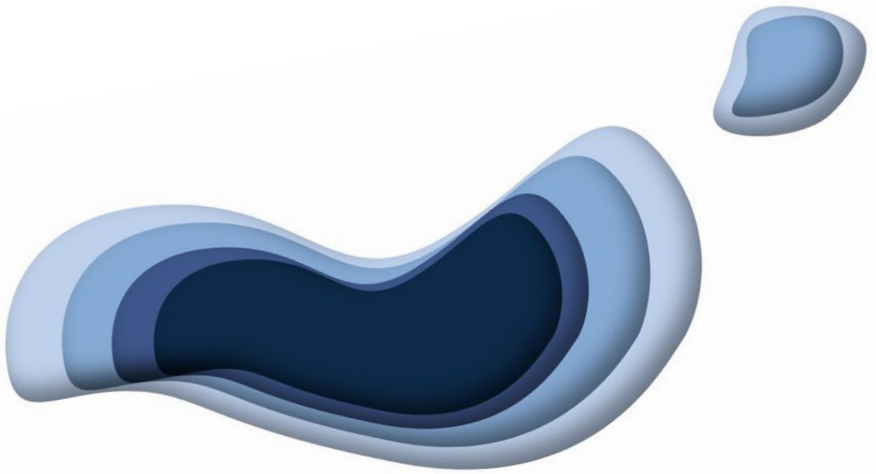
Den Rahmen für die Umsetzung aller Nachhaltigkeitsaktivitäten bei GROHE bildet die GROHE Sustainability Policy *(LINK).*

Die Unternehmensführung hat darin im Jahr 2000 umfassende Grundsätze und Leitlinien zum nachhaltigen Handeln definiert, die auf jeder Ebene und in jedem Bereich umzusetzen sind. Mit ihnen gibt GROHE strategische Zielsetzungen für die wesentlichen Handlungsfelder vor und setzt diese mithilfe operativer Zielvorgaben und Kennzahlen konsequent und systematisch um. Die Kennzahlen sind bis in das oberste Management Bestandteil von Zielvereinbarungen. Um die strategischen und operativen Ziele der GROHE Sustainability Policy zu erreichen, wurden und werden entsprechende Programme und Maßnahmen eingeführt und konsequent verfolgt. Die GROHE Sustainability Policy wurde 2016 um Anforderungen ergänzt, die sich aus der ISO 50001 (Energiemanagement) ergeben.

Als Teil der Umsetzung optimiert GROHE Produkte und Prozesse kontinuierlich und stellt sich dabei den Anforderungen des Umweltschutzes, der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes von morgen. GROHE informiert und schult seine Mitarbeiter und fördert umwelt-, arbeitssicherheits- und gesundheitsbewusstes Handeln.

Um das Ziel der Netto-Null-Bilanz zu erreichen, hat LIXIL darüber hinaus gruppenweite Zielvorgaben für die Ausgestaltung des Produktportfolios gesetzt: Jahr für Jahr sollen die Produkte wassersparender und energieeffizienter werden. Die Mitglieder der Gruppe berichten mit entsprechenden Kennzahlen die aktuellen Erfüllungsparameter regelmäßig an das LIXIL Headquarter in Tokio.
>> Nähere Details zur Netto-Null-Bilanz sind auf Seite 44 zu finden.

Dies ist eine solide Grundlage dafür, den Beitrag von GROHE und der LIXIL Group zur Erreichung der SDGs fass- und messbar zu machen, und bekräftigt zudem die Verpflichtung LIXILs zu den Prinzipien des UN Global Compact.



WIRTSCHAFTLICHE, ÖKOLOGISCHE UND GESELLSCHAFTLICHE STANDARDS UND INITIATIVEN

Um seine Nachhaltigkeitsleistung kontinuierlich zu verbessern und zu dokumentieren, verfolgt GROHE neben der bereits o. g. ICC Business Charter for Sustainable Development weitere internationale Standards:

- **UN Global Compact:** Der LIXIL Code of Conduct (ersetzte den GROHE Code of Conduct in 2015), der GROHE Supplier Code of Conduct sowie die Aufbau- und Ablaufstrukturen und -programme in den Bereichen interne Revision, Kartellrecht, Compliance, Trade Compliance, Qualitätsmanagement und Einkauf entsprechen den Prinzipien des UN Global Compact.

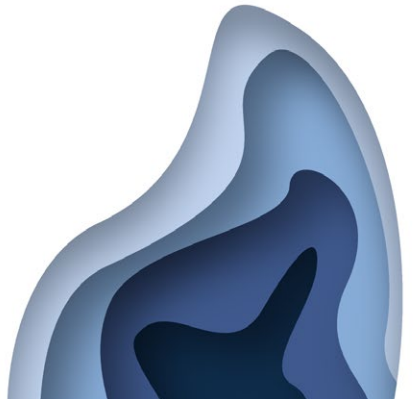
- **Deutscher Nachhaltigkeitskodex:** Als erste Marke der Branche reichte GROHE 2015 eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex beim Rat für Nachhaltige Entwicklung ein. Gegliedert in die Kernthemen „Strategie“, „Prozessmanagement“, „Umwelt“ und „Gesellschaft“ gibt die Erklärung ausführliche Informationen über die Nachhaltigkeits-aktivitäten der Marke.

- **Mitgliedschaft B.A.U.M. e.V.:** GROHE gehört seit 2016 dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M. e. V.) an. B.A.U.M. wurde 1984 gegründet und ist mit über 500 Mitgliedern das größte Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften in Europa. Das Netzwerk unterstützt seine Mitgliedsunternehmen bei allen Fragen des Umweltschutzes. Als Mitgliedsunternehmen verpflichtete sich GROHE, den B.A.U.M.-Kodex für nachhaltiges Wirtschaften einzuhalten. Thomas Fuhr wurde in 2019 mit dem B.A.U.M.-Umwelt- und -Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Großunternehmen“ ausgezeichnet.

  Darüber hinaus nimmt GROHE aktiv am sogenannten Sustainability Leadership Forum sowie am Climate Leadership Forum teil. Beide Foren sind Arbeits- und Diskussionsplatt-formen für Vorreiter der nachhaltigen Unternehmensentwicklung, die sich über die Themen Nachhaltigkeit bzw. Klimaschutz austauschen.

PRODUKTE

An unterschiedlichen Stellen des GROHE Entwicklungsprozesses werden bei der Konzeption und Herstellung von GROHE Produkten auch die Themen „Produktsicherheit“ sowie „Umwelt- und Energie-relevanz“ systematisch überprüft. Weil in der Produktnutzungsphase die größten Umweltpotenziale liegen, treibt GROHE die Entwicklung von umweltschonenden, also wasser- und energiesparenden Produkten besonders voran. Die zentrale Zulassungsabteilung bei GROHE stellt durch systematische Aufbau- und Ablaufstrukturen sicher, dass weltweit nur zugelassene Werkstoffe und Materialien für GROHE Produkte eingesetzt werden. Dies betrifft beispielweise den Einsatz trinkwassergeeigneter Werkstoffe. Zahlreiche nationale Zulassungsbehörden (DVGW, KIWA etc.) schicken vor Ort ansässige Auditoren an GROHE Produktionsstandorte, um zu überprüfen, ob landesspezifische Zulassungs-anforderungen eingehalten werden.



PROZESSE

GROHE hat sich weltweit Strukturen gegeben, um gesetzliche Vorschriften und behördliche Auflagen systematisch einzuhalten und sich in den Bereichen Qualität, Umwelt, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie Energiemanagement kontinuierlich zu verbessern. Diesem Anspruch dienen auch die regelmäßigen Zertifizierungsaudits an allen Produktionsstätten von GROHE weltweit durch interne GROHE Auditoren sowie eine unabhängige externe Zertifizierungsgesellschaft *(LINK)*:

- **Qualitätsmanagement nach ISO 9001:** Die ISO 9001 ist die international führende Systemnorm für Qualitätsmanagementsysteme. GROHE gehörte 1992 zu den ersten 750 Unternehmen und Organisationen in Deutschland, die nach dieser Norm zertifiziert wurden, und ist es seither (aktuelle Zertifizierungsgesellschaft: TÜV Rheinland, Köln).

- **Umweltmanagement nach ISO 14001:** Die ISO 14001 ist die international führende Systemnorm für Umweltmanagementsysteme. GROHE ist seit 2003 durchgehend nach dieser Norm zertifiziert (aktuelle Zertifizierungsgesellschaft: TÜV Rheinland, Köln).

- **Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmanagement nach ISO 45001:** Die ISO 45001 ist die international führende Systemnorm für Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmanagementsysteme. GROHE ist seit 2011 durchgehend nach dieser bzw. der Vorgängernorm OHSAS 18001:2007 zertifiziert (aktuelle Zertifizierungsgesellschaft: TÜV Rheinland, Köln).

- **Energiemanagement nach ISO 50001:** Die ISO 50001 ist die international führende Systemnorm für Energiemanagementsysteme. GROHE wurde 2016 erstmals nach dieser Norm zertifiziert (aktuelle Zertifizierungsgesellschaft: TÜV Rheinland, Köln).



2.5.

AUSWAHL UND DIALOG MIT RELEVANTEN STAKEHOLDERN (GRI 102-40, GRI 102-42)

Um jederzeit über die Positionen, Interessen und Erwartungen relevanter Stakeholder informiert zu sein, steht GROHE regelmäßig im Austausch mit seinen Anspruchsgruppen. So können entsprechende Veränderungen rechtzeitig erkannt werden. Proaktiv führt GROHE Gespräche zum Thema Nachhaltigkeit mit Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten. Auch bei Round-Table-Gesprächen mit lokalen Interessenvertretern, Politikern und Medien nutzt GROHE die Möglichkeit, Meinungen, Fragen oder Erkenntnisse der Anspruchsgruppen zu identifizieren und anschließend in das eigene Handeln einzubeziehen.

Zugleich ist die Marke in der Lage, ihre Gesprächspartner bereits im Vorfeld gezielt über Entscheidungen zu informieren, die ökologische oder gesellschaftliche Auswirkungen haben. Unzutreffende Einschätzungen durch Dritte können frühzeitig erkannt oder von vornherein vermieden werden.

Folgende Personenkreise und Institutionen zählt GROHE zu seinen wichtigsten Stakeholdern:

- Eigentümer
- Gesetzgeber und Aufsichtsbehörden
- Kunden
- Mitarbeiter und Mitarbeitervertretungen
- Lieferanten und Dienstleister
- Geschäftspartner
- Standortgemeinden und ihre Anwohner
- interessierte Öffentlichkeit
- Gewerkschaften
- NGOs
- Medien
- Forschungsinstitute
- Banken
- Versicherungen
- Zertifizierungsgesellschaften
- politische Organisationen



ROUND-TABLE-GESPRÄCHE

GROHE Produkte werden weltweit in Bad- und Kücheneinrichtungen aller Bautypologien eingesetzt. Die Langlebigkeit und Wirtschaftlichkeit sowie der verantwortungsvolle Umgang mit den Ressourcen Wasser und Energie zeichnen GROHE Technologien aus. Weltweit schätzen Architekten die Nachhaltigkeit der GROHE Lösungen und empfehlen sie mit Überzeugung ihren Bauherren. Als Partner von Architekten verfolgt GROHE aufmerksam die Entwicklungen der globalen Bau- und Immobilienbranche und engagiert sich im Rahmen verschiedener Aktivitäten für die Architektur als bedeutenden Teil unserer Baukultur. Die 2009 ins Leben gerufenen GROHE Dialog-Reihe „trends thesen typologien“ greift aktuelle Themen der Baubranche auf, bei denen renommierte Architekten vor und mit einem großen Fachpublikum diskutieren. Dabei ging es beispielsweise um den Einsatz regional verfügbarer Materialien in der Architektur oder um Möglichkeiten, wie sich Städte in ihrem kontinuierlichen Wachstum nachhaltig entwickeln können. Eine weitere Fragestellung war, wie Städte und Wohnungsbau lebenswerte Orte für ihre Bewohner schaffen können. Der Ausbruch der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 war der Auslöser für das ARCHITEKTUR-BAROMETER 30x10, eine Interviewreihe, bei der 30 renommierte Persönlichkeiten der Baubranche Stellung zu jeweils zehn Fragen nehmen. Im Zentrum der Interviews standen die Fragen, welche Auswirkungen die Pandemie auf unsere Baukultur, die Branche und konkret auf Bautypologien, Wohnungsbau, Hotellerie, Büros, Krankenhäuser und Pflegeheime, öffentliche Gebäude und Bildungs- und Forschungsbauten haben wird. Das Fazit aus den Interviews: Längst vorhandene Trends erfahren durch die COVID-19-Pandemie eine Beschleunigung und werden die Architekturen und Städte verändern. Die Interviews gewähren einen Einblick darin, wie die Zukunft unserer gebauten Umwelt von Seiten renommierter Architektinnen und Architekten gedacht wird.

DIALOG MIT STAKEHOLDERN (GRI 102-43, GRI 102-44)

GROHE steht kontinuierlich mit seinen Kunden (Großhändler, Installateure, Planer, Architekten, Objektplaner, Küchenstudios und – indirekt – Endverbraucher) zum Beispiel im Rahmen von Jahresgesprächen oder aber auf den jährlich stattfindenden Fachmessen im Austausch. Bei diesen Gesprächen wird die grundsätzliche Erwartungshaltung gegenüber GROHE Produkten deutlich: Diese müssen energie- und wassersparend sein und nachhaltige Qualität aufweisen. Hinzu kommen Nachhaltigkeitsanforderungen wie Materialersparnis und Rohstoffminimierung, die bereits in der Produktentwicklungsphase berücksichtigt werden.

In fortlaufender Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten schafft GROHE durch technische Innovationen die Voraussetzungen für ein abwechslungsreiches Produktportfolio und langlebige Produkte. Darüber hinaus unterhält GROHE regelmäßige Kontakte zu Forschungseinrichtungen und industrieübergreifend mit anderen Nachhaltigkeitsexperten. Zudem sucht GROHE stets den Austausch mit relevanten Behörden und Instituten, um Zulassungs- und Zertifizierungsprozesse abzustimmen. So fließen jederzeit aktuellste Erkenntnisse in die Entwicklung neuer Technologien und Produkte ein, und technische oder rechtliche Vorgaben werden rechtzeitig berücksichtigt. Dies ist besonders relevant bei den Themen Energie- und Wasserverbrauch, Emissionen und Klimawandel, Kundengesundheit und -sicherheit, Arbeitssicherheit und -gesundheit. Auch die nach definierten Rhythmen stattfindenden Überprüfungen der Managementsysteme durch externe Zertifizierungsgesellschaften sind ein wichtiger Bestandteil des Stakeholderdialogs (vgl. dazu die auf Seite 34 genannten Managementnormen), ebenso die selbstverständliche Einhaltung von Rechtsvorschriften (Compliance). Um seiner Verantwortung als Arbeitgeber gerecht zu werden, steht GROHE in einem kontinuierlichen Austausch mit den Mitarbeitern und ihren Interessenvertretungen. Ein sicherer Arbeitsplatz mit fairer Entlohnung, vielfältige Angebote der Aus- und Weiterbildung sowie ein guter Umgang untereinander sind für die Mitarbeiter von entscheidender Bedeutung. Nur im konstruktiven Dialog mit allen Beteiligten, intern und extern, kann GROHE ökonomisch, ökologisch und gesellschaftlich nachhaltige Erfolge erzielen. Den Umgang mit den für Stakeholder wichtigen Themen beschreibt GROHE in diesem Bericht.



2.6. COMPLIANCE

Als führender Anbieter von Sanitärprodukten legt GROHE größten Wert auf die Einhaltung internationaler Rechtsnormen, Standards und Verhaltensregeln. GROHE ist eine der bekanntesten Marken der Sanitärbranche, daher ist es besonders wichtig, das Organisationsverhalten der Marke auf die wachsenden Anforderungen der weltweiten Kapitalmärkte und Corporate-Compliance-Standards abzustimmen. Dies gilt nicht zuletzt vor dem Hintergrund, dass mögliche Rechtsbrüche und Verstöße gegen interne Compliance-Regeln hohe Kosten und Reputationsschäden nach sich ziehen können. Außerdem hemmen sie die gesellschaftliche Entwicklung hin zu einer nachhaltigeren Lebens- und Wirtschaftsweise.

LEGAL COMPLIANCE

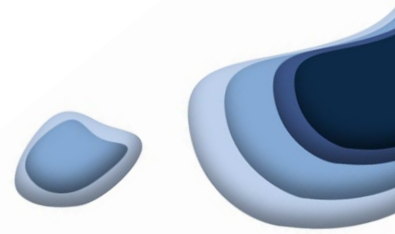
Ein wichtiger Baustein zur Einhaltung von Rechtsvorschriften („Legal Compliance“) in den Bereichen Umwelt, Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und Energiemanagement ist eine systematische Erfassung von Rechtspflichten und Genehmigungsauflagen, eine entsprechende Ableitung von Handlungspflichten und die dokumentierte Delegation an die entsprechenden Handlungsebenen bei GROHE. Dazu stellt die Marke aktuell von einer vormals selbst erstellten Datenbanklösung (GEHSIS – GROHE EHS Information System) auf eine kommerzielle Software um (QUENTIC). Ähnliche Systeme bestehen an den Auslandsstandorten.

Das erste und zweite Glied zur Überprüfung stellen die regelmäßigen internen und externen Managementsystemaudits durch GROHE selber (interne Audits) bzw. Zertifizierungsgesellschaften (externe Audits) dar, welche die Aufbau- und Ablaufstrukturen in den Bereichen Qualitätsmanagement, Umweltschutz, Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und Energiemanagement entsprechend den Normanforderungen der ISO 9001 (Qualität), ISO 14001 (Umweltschutz), ISO 45001 (Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz) und ISO 50001 (Energiemanagement) auf Rechtskonformität, Systematik (PDCA-Ansatz – Plan, Do, Check, Act) und Leistungsfähigkeit überprüfen.

Neben der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und Auflagen von Behörden ist auch die Orientierung jedes einzelnen Mitarbeiters an den ethischen Grundsätzen der Marke zentral. Die Schwerpunkte liegen insbesondere auf der Vermeidung von Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten sowie auf der Einhaltung der Menschenrechte.

UNTERNEHMENSKODEX

Um sicherzustellen, dass alle Mitarbeiter im In- und Ausland rechtskonform und in Übereinstimmung mit den Werten der Marke handeln, hat GROHE zentrale ethische Standards in seinem Unternehmenskodex definiert. Der Kodex wurde 2007 von Vorstand und Aufsichtsrat gemeinsam herausgegeben und verpflichtet die Mitarbeiter dazu, jederzeit geltende Gesetze, Richtlinien und Vorschriften sowie die Grundsätze der Marke zu beachten. Er bietet einen Leitfaden für verbindliche Verhaltensweisen, sei es im Umgang mit lokalen Entscheidungsträgern, mit Landes- und Staatsregierungen, Eignern oder Finanzinstitutionen, Kunden oder Lieferanten. Dieser GROHE Code of Conduct wurde 2015 durch den LIXIL Group Code of Conduct ersetzt, der ebenfalls Compliance und Integrität betreffende Prinzipien beinhaltet. Im Jahr 2019 wurde der im Unternehmen geltende LIXIL Group Code of Conduct aktualisiert. Diese Aktualisierung umfasste keine materiellen Änderungen, sondern beschränkte sich auf organisatorische Neuerungen im Compliance-Team, Querverweise zu Dokumenten, die weitergehende Informationen zu den einzelnen Regeln bereitstellen, und den expliziten Verweis auf das Hinweisgebersystem, welches erst nach Veröffentlichung der vorherigen Fassung eingerichtet worden ist.



BESCHWERDEMECHANISMEN

GROHE hat ein umfassendes Compliance-Management-System aufgebaut, um die Einhaltung dieser Verhaltensregeln zu gewährleisten und die Marke vor Schäden zu bewahren. Im Falle von Beschwerden oder zur Meldung möglicher Zuwiderhandlungen können sich die Mitarbeiter jederzeit an den Chief Compliance Officer oder an die regionalen Compliance Officers wenden. Kontaktinformationen zu den Ansprechpartnern in der jeweiligen Landessprache sind im Compliance-Intranet-Auftritt zu finden. Darüber hinaus hat GROHE ein elektronisches weltweites Hinweisgebersystem („Speak-Up Hotline“) eingerichtet, über das sich sowohl Mitarbeiter als auch externe Personen mit Beschwerden oder Hinweisen unter Wahrung ihrer Anonymität an externe Ombudspersonen wenden können. Die Mitarbeiter werden auf die Möglichkeit der Nutzung der „Speak-Up Hotline“ in jedem Compliance-Training hingewiesen. Eine Meldung im Rahmen des Hinweisgebersystems ist 24 Stunden am Tag und sieben Tage in der Woche möglich. Meldungen in der jeweiligen Landessprache können entweder online direkt im System eingetragen werden oder telefonisch einem Mitarbeiter des Systems gegenüber mitgeteilt werden. Zudem ist eine anonyme Meldung möglich und das System erlaubt die Kommunikation mit anonymen Hinweisgebern. Interne Vorgaben bestimmen, dass Hinweisgebern bei gutgläubiger Nutzung der Meldemöglichkeiten keine negativen Konsequenzen drohen dürfen. Dies wird von der Compliance-Organisation stichprobenartig überprüft.

Im Geschäftsjahr 2018/2019 gab es insgesamt 25 Beschwerdemeldungen, von denen neun über das Hinweisgebersystem und 16 direkt eingegangen sind.

COMPLIANCE COMMITTEE

GROHE hat ein Compliance Committee eingerichtet, welches die Einhaltung aller Gesetze und Normen sowie Selbstverpflichtungen kontrolliert. Das Gremium unter Leitung des Chief Compliance Officers tagt mindestens viermal im Jahr und berichtet quartalsweise an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats. Kritische Anliegen werden unabhängig davon direkt an den Vorsitzenden des Aufsichtsrats berichtet.

Das GROHE Compliance Committee besteht aus folgenden Mitgliedern:

- Chief Compliance Officer
- General Counsel
- Vice President Financial Recording
- Leiter Konzernrevision
- Datenschutzbeauftragter

Alle Führungskräfte und Mitarbeiter von GROHE erhalten einmal jährlich in Form von Präsenzschulungen und/oder Onlinetrainings eine Weiterbildung zu den wesentlichen Compliance-Themen (Kartellrecht, Antikorruption, Datenschutz und Code of Conduct). So bekommen die Mitarbeiter ein Bewusstsein für kritische Situationen und erfahren auch, an wen sie sich mit Fragen oder mit Hinweisen hinsichtlich Verstößen wenden können.

Das Thema „Korruption“ ist Bestandteil des Supplier Code of Conducts, nähere Details sind im Kapitel **Lieferanten, Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette** vorzufinden.



ANTIKORRUPTION UND ANTIKOMPETITIVES VERHALTEN

Nach einem Kartellverfahren vor dem Europäischen Gerichtshof aufgrund von Preisabsprachen und einer entsprechenden Strafzahlung im Jahr 2010 hat GROHE Strukturen und Programme eingeführt, um Preisabsprachen und/oder andere kartellrechtlich relevanten Vorgänge präventiv zu verhindern. Mit dem GROHE Verhaltenskodex für Lieferanten (Supplier Code of Conduct) sowie dem GROHE Leitfaden Kartellrecht fordert GROHE von seinen weltweiten Lieferanten die Einhaltung ökologischer und sozialer Standards und verpflichtet auch seine eigenen Mitarbeiter, sich ethisch korrekt zu verhalten.

Anti-korruption und antikompetitives Verhalten sind wesentliche Themen für GROHE und betreffen die eigene Organisation genauso wie die Lieferkette. Es findet daher eine regelmäßige Prüfung der Standorte von GROHE durch den Chief Compliance Officer statt: Im Finanzjahr 2020 wurden die Werke in Thailand und Portugal sowie 13 Vertriebsniederlassungen überprüft. Im Rahmen der Risikoanalyse wurden keine erheblichen Korruptionsrisiken ermittelt. Das umfängliche Compliance-Management-System führt zu einer guten und frühzeitigen Erkennung vorgefallener Verstöße. Im Berichtszeitraum mussten keine bestätigten Compliance-Verstöße behandelt werden. Auch Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung hat es nicht gegeben.
>> Nähere Details zur Umsetzung in der GROHE Lieferkette sind im Kapitel „Lieferanten“ zu finden.

FY	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Anzahl Compliance-Verstöße	0	0	0	0	0	0

Tabelle 02: Anzahl der Compliance-Verstöße

MENSCHENRECHTE

GROHE respektiert die Menschenrechte und verpflichtet sich, diese überall dort aufrechtzuerhalten und zu fördern, wo die Marke Geschäfte führt. Die Menschenrechtsprinzipien von LIXIL/GROHE basieren auf internationalen Normen inklusive der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen und der Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit.

Für den Fall, dass GROHE mit Diskrepanzen zwischen international anerkannten Menschenrechtsstandards und den Gesetzen des jeweiligen Landes oder der Region konfrontiert wird, hält sich GROHE an den jeweils höheren Standard. Falls es einen Konflikt zwischen den beiden gibt, wird GROHE geeignete Wege suchen, um gleichzeitig die Grundprinzipien der anerkannten Menschenrechte zu würdigen und sich an die örtlichen Gesetze zu halten.

Die Menschenrechtsprinzipien bei LIXIL/GROHE betreffen alle Mitarbeiter an sämtlichen Standorten. Zudem erwartet GROHE, dass seine Geschäftspartner, inklusive Lieferanten und Händler, die Menschenrechte respektieren und nicht verletzen.
>> Mehr zur Achtung der Menschenrechte in der Lieferkette im Kapitel „Lieferanten“.

Bei GROHE werden alle Mitarbeiter zum Thema „Menschenrechte“ geschult. GROHE evaluiert regelmäßig die Menschenrechtsrisiken an den eigenen Standorten. Daraus ergaben sich bislang keine Hinweise, die eine Detailprüfung eines Standortes erfordert hätten. Der Supplier Code of Conduct ist bindend für alle Lieferanten und somit auch Bestandteil aller Investitionsvereinbarungen bei GROHE.

Due Diligence bei LIXIL
Als Teil LIXILs ist GROHE auch in den gruppenweiten Due-Diligence-Prozess eingebunden.
Dabei identifiziert, vermeidet und mindert LIXIL negative menschenrechtliche Auswirkungen durch Menschenrechts-Due-Diligence-Prozesse. Für den Fall, dass GROHE negative menschenrechtliche Auswirkungen direkt verursacht oder indirekt dazu beigetragen hat, verpflichtet die Marke sich, durch legitime Verfahren Abhilfe hinsichtlich dieser negativen Auswirkungen zu schaffen. Das heißt, ein Beschwerdemechanismus ermöglicht den Betroffenen Zugang zu einem Abhilfeverfahren.



PRODUKTE & KUNDEN

3.
PRODUKTE UND KUNDEN

GROHE kann mit seinen Produkten und Technologien einen wichtigen Beitrag zur Bewältigung globaler gesellschaftlicher Herausforderungen leisten. Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse für diesen Nachhaltigkeitsbericht wurden in diesem Zusammenhang insbesondere die Verfügbarkeit von Wasser, die Bekämpfung des Klimawandels, die Schaffung einer Kreislaufwirtschaft, Gesundheit und Sicherheit sowie die Förderung einer vielfältigen und dem demografischen Wandel angepassten Gesellschaft als prioritär definiert.

Bereits heute betrifft die Wasserknappheit mehr als 40 Prozent der Weltbevölkerung.[2] Bis 2050 könnte die Zahl sogar bis auf knapp sechs Milliarden Menschen steigen.[3] Der Global Risks Report 2020 des World Economic Forum listet eine mögliche Wasserkrise als eine der fünf weltweit auswirkungsreichsten Risiken.[4] Der Klimawandel ist ein zentraler Treiber für dieses Risiko, denn extreme Wetterverhältnisse werden die Verfügbarkeit und Qualität von Wasser einschränken. So gilt Wasserknappheit als eine der existenziellsten gesellschaftlichen Herausforderungen der nächsten Jahre. Das wasser- und energieeffiziente Produktportfolio von GROHE kann hier einen wichtigen Beitrag liefern **(siehe Abschnitt 3.1).**

Des Weiteren zeigen die Anspruchsgruppen der Sanitärmarke ein hohes Interesse daran, wie Produktionsprozesse und Produkte noch stärker in Richtung einer Kreislaufwirtschaft gestaltet werden können (nähere Informationen zur Langlebigkeit der Produkte **siehe Abschnitt 3.2).**

GROHE Produkte werden weltweit von Millionen Menschen täglich genutzt. Die Sicherstellung der Kundengesundheit und -sicherheit, auch für schutzbedürftige Gruppen wie Kinder, hat Priorität für GROHE **(siehe Abschnitt 3.3).**

Bis 2050 werden mehr als 25 Prozent der Menschen über 60 Jahre alt sein. Bei vielen wird trotz möglicher körperlicher Einschränkungen der Wunsch vorhanden sein, so lange wie möglich im eigenen Haushalt zu leben. GROHE möchte sie dabei unterstützen, weiterhin ihre Unabhängigkeit und Lebensqualität zu erhalten, und berücksichtigt diese Herausforderung in der Produktentwicklung **(siehe Abschnitt 3.4).**

[2] *Siehe UN-SDG-Wissenschaftsplattform*
[3] *Siehe UN World Water Development Report 2018*
[4] *Siehe WEF Global Risks Report 2020*



Bei GROHE werden produktrelevante Nachhaltigkeitsanforderungen bereits systematisch im Produktentwicklungsprozess berücksichtigt. Mitarbeiter aus dem Bereich „Corporate EHS & Sustainability Management“ geben an unterschiedlichen Stellen im standardisierten GROHE Produktentwicklungs-prozess, dem sogenannten Stage-Gate-Verfahren, wichtigen Input zu gesetzlichen Anforderungen wie

- der Berücksichtigung von Gefahrstoffverboten,
- Schadstofffreiheit von GROHE Produkten,
- Notwendigkeit von Sicherheitsdatenblättern bei Gefahrstoffen,
- Berücksichtigung von Transportvorschriften bei Gefahrgütern,
- Auflagen zur Energieeffizienz von Produkten,
- Rücknahmepflichten für Verpackungen,
- Elektrogeräte sowie Batterien und
- Kommunikationspflichten in der Lieferkette.

Darüber hinaus finden interne LIXIL und GROHE Sustainability Standards wie z. B. der „GROHE EcoIndicator99“ zur Beurteilung von Produkt-Neuentwicklungen Berücksichtigung. Dieser Ansatz hilft den GROHE Konstrukteuren, ökobilanziell vorteilhafte Materialien auszuwählen. Das gilt z. B. für Kupfer, Zink, Messing sowie auch andere Metalle, die aufgrund der „Vorketten“ einen hohen „EcoIndicator99“ besitzen.

Die „EcoIndicator99“-Methode ist darüber hinaus Grundlage für die sogenannten GROHE EcoProfile. Hierbei handelt es sich um eine Information für Kunden, die über die materielle Zusammensetzung einzelner GROHE Produkte sowie GROHE Verpackungen aufklärt. Die darin enthaltene ökologische Bewertung erfolgt ebenfalls anhand der „EcoIndicator99“-Methode.

Im Rahmen von Neuentwicklungen wird das Ziel verfolgt, das Vorgängerprodukt zu verbessern, einen stetig steigenden Anteil von „Best in Class“-Nachhaltigkeitsprodukten zu erreichen, Produkte mit reduziertem Wasser- und/oder Energieverbrauch als Baustein für das „LIXIL Net Zero Programme“ zu entwickeln sowie Kunststoffverpackungen im Zuge der „Less Plastic Initiative“ zu vermeiden.



3.1.
WASSER- UND ENERGIEEFFIZIENTE PRODUKTE

GROHE betrachtet es als seine Mission, wassersparende Technologien und Produkte zu entwickeln, die den Nutzern weltweit einen sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit den Ressourcen Wasser und Energie ermöglichen. Schon bei der Entwicklung betrachtet die Sanitärmarke den gesamten Produktlebenszyklus, indem zur Materialauswahl der „EcoIndicator99“ eingesetzt wird.

Die ressourcenschonenden Produkte und Technologien wirken auf die zweite Säule der LIXIL Nachhaltigkeitsstrategie WASSER SPAREN UND NACHHALTIGER UMWELTSCHUTZ und unterstützen somit das Ziel „Zero Carbon and Circular Living“, um bis 2050 eine positive Umweltbilanz zu erreichen.

Darstellung:

GLOBALE SANITÄR-VERSORGUNG & HYGIENE

SANITÄRVERSORGUNG FÜR ALLE

Bis 2025 sollen sich die hygienischen Bedingungen für 100 Millionen Menschen durch sanitäre Einrichtungen und Hygienelösungen verbessern.

WASSER SPAREN & NACHHALTIGER UMWELTSCHUTZ

CO_2-NEUTRALITÄT & KREISLAUFWIRTSCHAFT

Bis 2050 soll der positive Umweltbeitrag aus Gebäude- und Lifestyle-Lösungen sowie der Produktion die Umweltbelastung ausgleichen. Zudem ist es das Ziel, zu einem führenden Hersteller zu werden, der sowohl Wasser als auch natürliche Ressourcen für zukünftige Generationen bewahrt.

VIELFALT & INTEGRATION

INKLUSIV FÜR ALLE

Bis 2020 soll in der gesamten Organisation unter allen Kollegen eine Kultur der Vielfalt und Inklusion etabliert werden. Bis 2030 werden alle Produkte und Services* auf dem LIXIL Universal-Design-Konzept basieren.

**Produkte und Dienstleistungen in Japan (seit August 2019)*

Im Rahmen des Ziels „Zero Carbon and Circular Living“ definiert LIXIL folgende Kernthemen:

Eindämmung und Anpassung an den Klimawandel:
Erzielen einer Netto-Null-Bilanz bei Treibhausgasemissionen durch die Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen.

Nachhaltiger Umgang mit Wasser:
Steigerung des ökologischen Wertes von Wasserressourcen durch Einsparung, Zirkulation und Reinigung von Wasser.

Kreislaufwirtschaft:
Unterstützung beim Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft und Erhaltung der natürlichen Ressourcen für künftige Generationen.

Unabhängige Ökobilanz-Untersuchungen der EU-Kommission zur Energieeffizienzrichtlinie zeigen, dass etwa 99 Prozent aller Umweltauswirkungen von Sanitärarmaturen, -brausen und -spülsystemen in der Nutzungsphase liegen. Durch folgende ressourcen-, wasser- und energieeffiziente Produkte und Technologien können Nutzer dank GROHE Ressourcen schonen:

GROHE EcoJoy

Um das LIXIL-weite Ziel einer Netto-Null-Bilanz bis 2050 zu erreichen und Konsumenten bestmöglich bei einem nachhaltigen Wasser- und Energieverbrauch zu unterstützen, berechnet GROHE regelmäßig die Wasser- und Energieeinsparungen, die durch ökologisch vorteilhafte Produktausstattungen erzielt werden können. Produkte, die einen geringeren Wasserdurchfluss oder Energieverbrauch ermöglichen, werden bei GROHE mit „EcoJoy“ klassifiziert. GROHE EcoJoy Armaturen z. B. haben einen Mousseur, der den Durchfluss begrenzt und somit den Wasserverbrauch von 10 Liter/Minute auf knapp über 5 Liter reduziert. Mit GROHE EcoJoy ausgestattete Brausen ermöglichen ein perfektes Duscherlebnis und verbrauchen dennoch aufgrund der eingebauten Wasserspartechnologie bis zu 40 Prozent weniger Wasser.

In den letzten Jahren konnte GROHE den Anteil an Produkten mit dieser Klassifizierung im Portfolio der einzelnen Produktkategorien insgesamt stetig steigern.



ANTEIL DER GROHE ECOJOY AUSSTATTUNG AM GESAMT-PORTFOLIO DER PRODUKTKATEGORIEN

Produktkategorie	FY 2015	FY 2016	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Spülsysteme	80,50 %	83,10 %	85,80 %	87,70 %	89,40 %	82,50 %
Duschbrausen und -brausensysteme	40,00 %	43,60 %	44,00 %	46,00 %	48,60 %	51,10 %
Duschsets in „Sets“	62,50 %	79,00 %	82,10 %	84,00 %	82,90 %	80,90 %
Waschtischarmaturen	38,30 %	57,30 %	66,00 %	69,90 %	74,70 %	77,30 %
Bidetarmaturen	34,80 %	59,80 %	74,40 %	74,70 %	79,30 %	80,50 %
Küchenarmaturen	4,10 %	5,20 %	6,40 %	6,70 %	12,20 %	11,60 %
Gewerbliche Armaturen	57,70 %	56,10 %	57,70 %	62,80 %	64,40 %	67,70 %

Tabelle 03: Anteil der EcoJoy Ausstattung am Gesamt-Portfolio der Produktkategorie in Prozent

GROHE BLUE

Das Wassersystem GROHE Blue bildet eine besonders nachhaltige Lösung für die Küche: Zusätzlich zu den üblichen Funktionen einer Küchenarmatur liefert das System gefiltertes und gekühltes Wasser wahlweise in still, medium oder sprudelnd direkt aus der Armatur, ohne dabei umweltbelastende Plastikflaschen einsetzen zu müssen. Gemäß der Deutschen Umwelthilfe kann eine vierköpfige Familie damit bis zu 800 Plastikflaschen im Jahr vermeiden.[5] Eine durch GROHE in Auftrag gegebene Universitätsstudie hat außerdem ergeben, dass das Wassersystem mehr als 60 Prozent CO_2 im Vergleich zu Flaschenwasser einsparen kann. Dabei berechneten die Forscher die CO_2-Emissionen des Wasserkonsums von GROHE Blue entlang des gesamten Produktlebenszyklus (Produktion, Transport, Beförderung, Nutzung und Entsorgung) und verglichen diese mit der alternativen Wasserbereitstellung in Flaschen oder Wasserspendern. GROHE Blue schneidet aufgrund der weit geringeren CO_2-Emissionen, die andernfalls für den Transport und die Verpackung der Mineralwasserflaschen anfallen würden, vorteilhafter ab.

[5] *DUH 2019, www.duh.de/mehrweg-klimaschutz0/einweg-plastikflaschen*



Grafik 12: GROHE Blue Home

WASSERSYSTEM GROHE BLUE

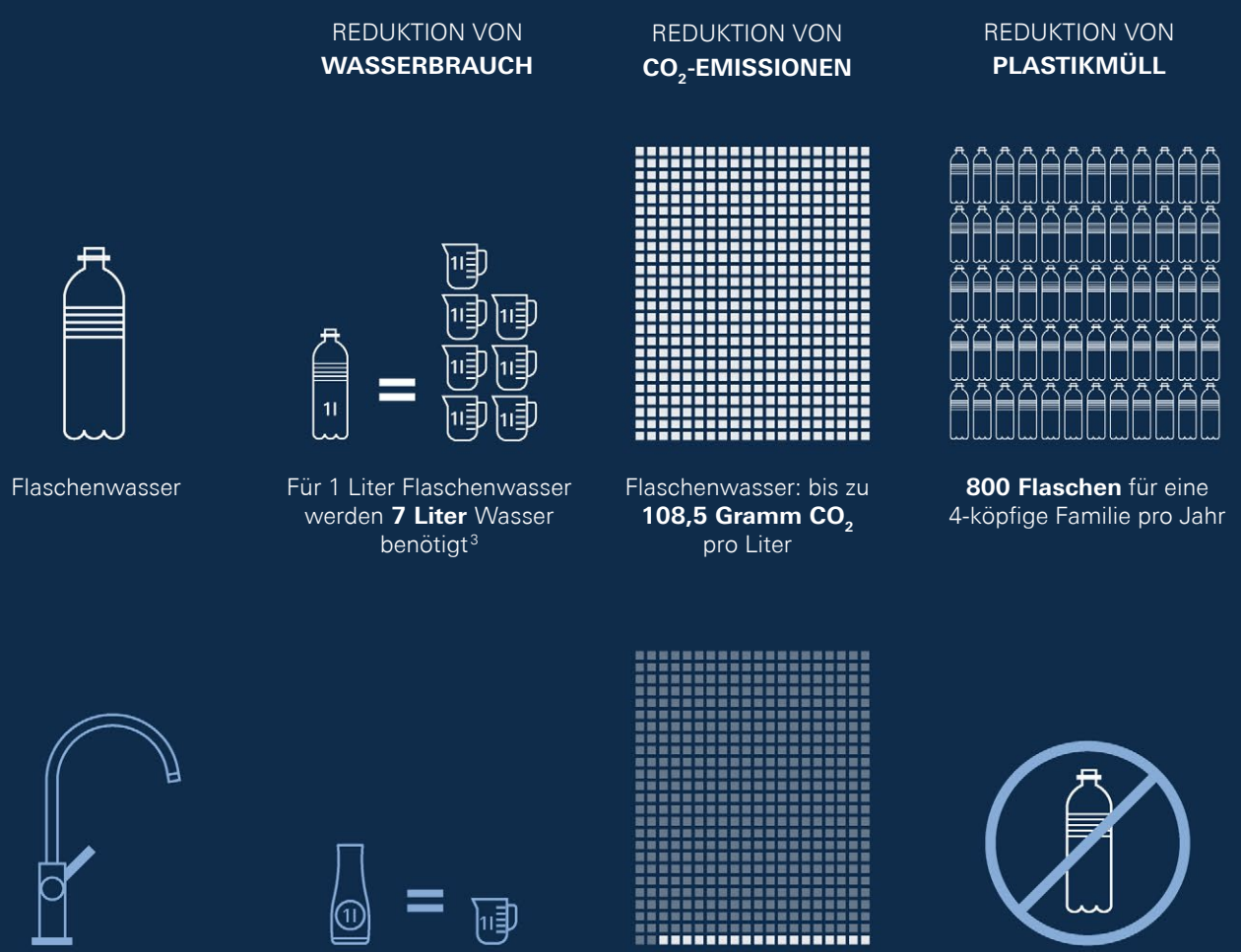
99 Prozent aller Umweltauswirkungen von Sanitärprodukten liegen in der Nutzungsphase.

Hier setzt GROHE Blue an:
Als ressourcenschonende Lösung reduziert es Wasserverbrauch, CO_2-Emissionen und Plastikmüll. Das Wassersystem ermöglicht es Verbrauchern, neben dem üblichen Leitungswasser auch gefiltertes und gekühltes Wasser in still, medium oder sprudelnd direkt aus der Küchenarmatur zu entnehmen. Dank GROHE Blue können Familien den Verbrauch von bis zu 800 Plastikwasserflaschen pro Jahr[1] vermeiden und den CO_2-Ausstoß um mehr als 60 Prozent senken[2].

[1] DUH 2019, http://www.duh.de/mehrweg-klimaschutz0/einweg-plastikflaschen

[2] Studie zum CO_2-Fußabdruck, Georg-August-Universität, Göttingen, 2013

[3] The real water consumption behind drinking water: The case of Italy, Journal of Environmental Management 92 (2011)



Grafik 13: Wassersystem GROHE Blue

GROHE SILKMOVE ES

Die Technologie SilkMove ES hingegen setzt direkt am Armaturenhebel an und spart Energie (ES = Energy Saving), indem in der Mittelstellung des Hebels ausschließlich kaltes Wasser statt einer Mischung von Warm- und Kaltwasser fließt. Ein bedeutender Faktor für das Einsparen von Energie, wenn man bedenkt, dass bei einer herkömmlichen Armatur Energie verbraucht wird, sobald der Hebel in der Mitte nach oben gezogen wird. So kann eine vierköpfige Familie im Jahr bis zu 279 kg CO_2 einsparen, was einer CO_2-Emission von bis zu 1.544 gefahrenen Kilometern mit einem Kompaktwagen entspricht.



Grafik 14: GROHE SilkMove ES

GROHE SENSE UND GROHE SENSE GUARD

Tropfende Armaturen sollten repariert werden, weil sonst jeden Tag bis zu 15 Liter Wasser verloren gehen können. Das sind etwa 5.500 Liter im Jahr. 14 Prozent des insgesamt weltweit verschwendeten Wassers sind auf unentdeckte Lecks zurückzuführen. Beim rein privaten Wasserverbrauch liegt diese Zahl bei stattlichen 10 Prozent. Aus diesem Grund hat GROHE eine Lösung entwickelt, um unentdeckte Leckagen aufzudecken und die Wasserversorgung im Falle eines Rohrbruchs sofort abzuschalten. Der Wassersensor GROHE Sense erkennt auslaufendes Wasser, während das Wassersteuerungssystem GROHE Sense Guard den Durchfluss, den Druck und die Temperatur des Wassers in den Leitungen misst und notfalls die Wasserversorgung unterbrechen kann.



Grafik15: GROHE Sense Guard



Die Reparatur von tropfenden Armaturen kann jeden Tag bis zu 15 Liter Wasser sparen.

Die neue GROHE Sense App ermöglicht eine volle Transparenz beim Wasserverbrauch und bei den Energiekosten: Mit ihr ist der Wasserverbrauch eines Hauses genau nachvollziehbar und Kunden erhalten mit Eingabe ihrer Wasser- und Energiepreise eine konkrete Aufstellung ihrer Kosten. Dies sorgt für Transparenz und Kontrolle und hilft, das eigene Nutzungsverhalten anzupassen und bewusster mit Wasser umzugehen.

Darüber hinaus verändert das Wassersicherheitssystem die Art und Weise, wie Hausbesitzer ihr Eigentum vor potenziellen Risiken schützen können. Andere Gefahren für das Eigentum, die mit Feuer oder Einbruch verbunden sind, wurden bereits seit längerer Zeit durch Smart-Home-Geräte angegangen. Mit GROHE Sense und GROHE Sense Guard ist es nun möglich, der steigenden Anzahl von Wasserschäden Einhalt zu gebieten, um Kosten für Eigentümer und Versicherer zu sparen sowie um die Umweltauswirkungen der Trinkwasserverschwendung zu vermeiden.

Die Einsparungen, die das GROHE Sense System ermöglicht, sind hoch: Auf Basis der Zahlen des bisher größten Rollouts mit einer Versicherungsgesellschaft in Finnland wurde deutlich, dass das Auftreten von Wasserschäden erheblich abnahm und dass die Kosten für die Wasserschäden in den geschützten Häusern um 70 Prozent sanken.



Grafik 16: GROHE Sense App

INFRAROT- UND SELBSTSCHLUSSARMATUREN

Berührungslose Armaturen, die über einen Infrarotsensor gesteuert werden, bieten eine gute Alternative zu manuellen Produkten, um das Händewaschen hygienischer zu gestalten – insbesondere in öffentlichen Bereichen, wo verschiedene Personen eine Armatur nutzen. Der Sensor reagiert, wenn sich die Hände der Armatur nähern, und aktiviert den Wasserfluss automatisch. Registriert er keine Bewegung mehr, stoppt das Wasser nach einer gewissen Nachlaufzeit von selbst.

Diese intuitive, berührungslose Bedienung verhindert, dass die Armatur mit schmutzigen Händen angefasst werden muss, sodass die auf der Haut befindlichen Keime nicht verbreitet oder sogar durch Kreuzkontamination neue aufgenommen werden. Zudem spart die automatische Start-Stopp-Funktion Wasser, da das Wasser nur dann fließt, wenn eine Person tatsächlich die Hände unter den Auslauf hält.

Sogenannte Selbstschlussarmaturen geben per Knopfdruck Wasser ab und stoppen den Fluss automatisch. Die selbsterklärende Bedienung qualifiziert diese Armatur für hochfrequentierte öffentliche und halböffentliche Sanitärräume. Die robuste Technik, Vandalismus-hemmende Eigenschaften und die bedarfsorientierte Wasserabgabe gestalten ihren Einsatz besonders ökonomisch.

FORTSCHRITTE UND HERAUSFORDERUNGEN IM KONTEXT VON WASSER- UND ENERGIESPAREN

Das Thema „Wasserknappheit“ hat insbesondere durch die sommerlichen Hitzewellen in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen. Um Verbraucher über einfache Wassersparmöglichkeiten aufzuklären, fokussiert sich GROHE in seiner Produktkommunikation auf Technologien wie GROHE EcoJoy. Der sich positiv entwickelnde Absatz spiegelt den Erfolg: Er stieg im Bereich der Waschtischarmaturen von 69,9 Prozent (Finanzjahr 2018) auf 77,3 Prozent (Finanzjahr 2020).

Da als weiteres Thema die Steigerung der eigenen Energieeffizienz eine bedeutende Rolle einnimmt, wird GROHE zudem die Kommunikation hinsichtlich der Technologie SilkMove ES verstärken.

Grafik 17: Wirkung GROHE EcoJoy



3.2.
LANGLEBIGKEIT DER PRODUKTE

GROHE Produkte zeichnen sich durch Langlebigkeit aus. Ein Produkt, das lange in Verwendung ist, trägt zu einer nachhaltigeren Konsumgesellschaft bei und entspricht dem Kreislaufwirtschaftsprinzip der möglichst langen Nutzungs- und Lebensdauer. Um langlebige Produkte garantieren zu können, setzt GROHE auf belastbare und hochwertige Materialien sowie ein zeitloses Design.

Die durchschnittliche Nutzungsdauer von GROHE Armaturen beim Kunden beträgt rund 17 Jahre. Beim Austausch ist in der Regel nicht die mangelnde Funktionsfähigkeit maßgeblich, sondern der Kundenwunsch nach einem neuen Design in Bad oder Küche. Um eine bis zu 20-jährige Lebensdauer der Armaturen simulieren zu können, führt GROHE im Rahmen des DIN-EN-817-Testaufbaus, der im Bereich des Armaturenhebels ununterbrochen den Wechsel von Kaltwasser auf Warmwasser sowie das Öffnen und Schließen der Armatur simuliert, anstatt der vorgeschriebenen 140.000 Bewegungen sogar 220.000 Bewegungen durch.

GARANTIELAUFZEITEN

Um den Kunden eine sichere und langjährige Nutzung gewährleisten zu können, gibt GROHE für alle Produkte eine fünfjährige Herstellergarantie und verlängert für Unterputzprodukte diese Garantie sogar auf zehn Jahre. Elektronische Armaturen haben eine Garantielaufzeit von zwei Jahren mit Verlängerung auf drei Jahre bei Registrierung des Kunden. GROHE Ersatzteile sind bis zu 15 Jahre lang erhältlich.



ZURÜCKGENOMMENE PRODUKTE

GROHE und das GROHE Produktportfolio unterliegen unterschiedlichen gesetzlichen Rücknahmepflichten. In der EU sind dies vorwiegend Rücknahmepflichten für Verpackungen, Batterien und Elektro- bzw. Elektronikgeräte. GROHE kommt diesen Rücknahmepflichten in der Regel durch Teilnahme an nationalen Rücknahmesystemen nach, über die eine anschließende Verwertung der Wertstoffe bzw. eine schadlose Beseitigung gewährleistet wird.
>> Weitere Angaben zur Wiederverwertung in der Produktion sind im Kapitel „Prozesse“ zu finden.

ERFOLGE

Im Rahmen des Reklamationsprozesses dokumentiert GROHE weltweit jeden Reklamationsfall nach einem definierten Standard und führt entsprechende Auswertungen programmbasiert durch. So können Garantiethemen einfach identifiziert und, daraus abgeleitet, die Qualität der Produkte weiter erhöht werden. Auf dieser Basis erfolgt ein regelmäßiger Austausch zwischen Produktentwicklung und Produktion, um konkrete Verbesserungsmaßnahmen anzustoßen. Ein Erfolgsbeispiel zeigt die Küchenarmatur GROHE Blue: Im Garantiezentrum wurde eine 100-prozentige Untersuchung aller Reklamationsmuster vorgenommen. Die dabei ermittelten möglichen Fehlerursachen halfen bei der erfolgreichen Weiterentwicklung des Produkts.

AUSBLICK: ZIRKULÄRE WERTSCHÖPFUNG

Der Bausektor gehört zu den ressourcenintensivsten Industrien der Wirtschaft. Durch die zunehmende Rohstoffknappheit und das damit einhergehende steigende Bewusstsein für Klima- und Ressourcenschutz, gewinnt das Thema Nachhaltigkeit im Bauwesen an Bedeutung. GROHE beobachtet diese Entwicklungen sehr genau und wird in Zukunft das Thema zirkuläre Wertschöpfung noch stärker verfolgen.

3.3.
KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT

Alle GROHE Produkte und Dienstleistungen werden nach einem systematischen und dokumentierten Produktentwicklungsprozess erstellt. In diesem Prozess überprüft die Marke regelmäßig auf Grundlage der internationalen Qualitätsnorm ISO 9001 die Erfüllung der festgelegten Anforderungen an die Produkte unter Berücksichtigung der anwendbaren normativen Grundlagen. Die Kundengesundheit und -sicherheit in der Bedienung und die Langlebigkeit der Produkte sind dabei von herausragender Bedeutung.

Bei signifikanten Produkt- und Dienstleistungsänderungen oder Neuentwicklungen und Innovationen arbeitet GROHE mit zusätzlichen Methoden der Qualitätsplanung und -sicherung, wie einer Fehlermöglichkeit- und Einflussanalyse (FMEA) und serienbegleitenden Qualitätsprüfungen. Bei beiden Methoden spielt die Kundengesundheit und -sicherheit ebenfalls eine wesentliche Rolle. GROHE sind für den Berichtszeitraum auf Basis einer entsprechenden Überwachung bzw. Beobachtung der Produkte im Feldeinsatz keine Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen sowie ihrer Sicherheit bekannt.

Um den bestimmungsgemäßen Einsatz der Produkte auch im Hinblick auf Gesundheitsschutz und Sicherheit sicherzustellen, werden z. B. „Kindersicherungen“ für das Heißwasserprodukt „Red“ und andere Sicherheitseinrichtungen (z. B. Verriegelung von Duschthermostaten) eingesetzt.



Grafik 18: GROHE Red Kindersicherung

3.4. DURCH GROHE PRODUKTE VIELFALT UND INKLUSION FÖRDERN

Im Rahmen seiner drei strategischen Säulen der Nachhaltigkeit verfolgt LIXIL in der Säule VIELFALT UND INTEGRATION gruppenweit das Ziel, dass bis 2030 alle Produkte und Dienstleistungen auf dem LIXIL Universal-Design-Konzept basieren.



GLOBALE SANITÄR-VERSORGUNG & HYGIENE

SANITÄRVERSORGUNG FÜR ALLE

Bis 2025 sollen sich die hygienischen Bedingungen für 100 Millionen Menschen durch sanitäre Einrichtungen und Hygienelösungen verbessern.



WASSER SPAREN & NACHHALTIGER UMWELTSCHUTZ

CO_2-NEUTRALITÄT & KREISLAUFWIRTSCHAFT

Bis 2050 soll der positive Umweltbeitrag aus Gebäude- und Lifestyle-Lösungen sowie der Produktion die Umweltbelastung ausgleichen. Zudem ist es das Ziel, zu einem führenden Hersteller zu werden, der sowohl Wasser als auch natürliche Ressourcen für zukünftige Generationen bewahrt.



VIELFALT & INTEGRATION

INKLUSIV FÜR ALLE

Bis 2020 soll in der gesamten Organisation unter allen Kollegen eine Kultur der Vielfalt und Inklusion etabliert werden. Bis 2030 werden alle Produkte und Services* auf dem LIXIL Universal-Design-Konzept basieren.

Um dieses Ziel erreichen zu können, bildete LIXIL 2018 eine interne Arbeitsgruppe aus unterschiedlichen Abteilungen wie Design, Marketing, PR und Technologieentwicklung. Im Rahmen der hier entstandenen LIXIL UNIVERSAL DESIGN POLICY wurde definiert, dass alle LIXIL Produkte leicht verständlich, einfach zu benutzen, sicher sowie zeitlos zu sein haben.

**Produkte und Dienstleistungen in Japan (seit August 2019)*



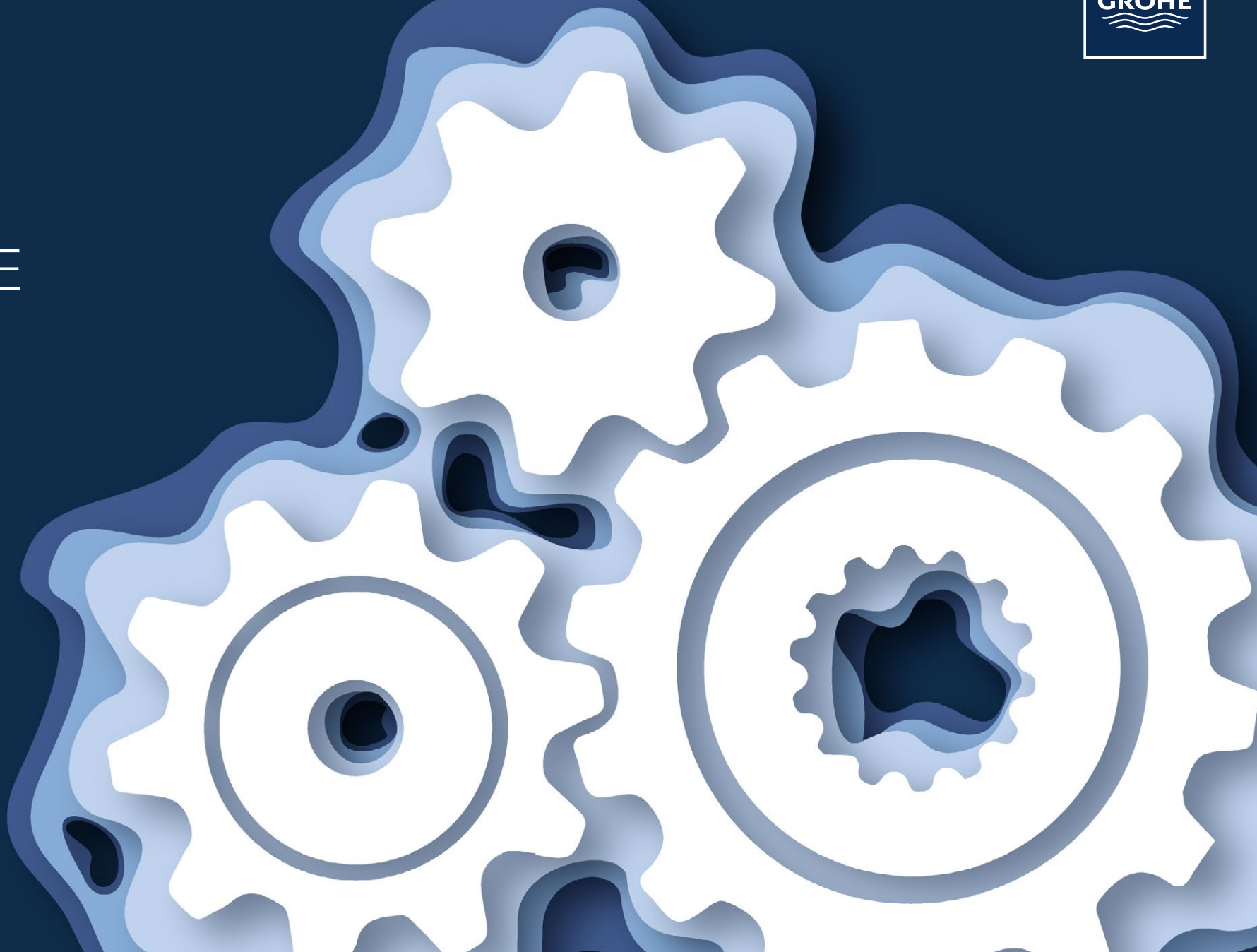
Grafik 19: LIXIL Universal-Design-Policy

Auf Basis dieser Policy wird LIXIL Produkte und Dienstleistungen entwickeln und anbieten, die verschiedene Perspektiven einbeziehen, um Menschen aller Altersgruppen ein erfülltes und komfortables Leben zu ermöglichen. Auch GROHE hat mit Produkten wie z. B. GROHE Blue (siehe Seite 45), GROHE Sense (siehe Seite 47) oder GROHE SmartControl (siehe Grafik 20) Lösungen entwickelt, die generationenübergreifend intuitiv und sicher zu bedienen sind.



Grafik 20: GROHE SmartControl: Per Knopfdruck wird die bevorzugte Strahlart ausgewählt. Wird der Knopf gedreht, lässt sich die gewünschte Wassermenge – von Eco bis Maximum – regulieren.

PROZESSE



4.
PROZESSE

Um den ökologischen Herausforderungen unserer Zeit wirksam entgegentreten zu können, hat GROHE bereits im Jahr 2000 die auf Seite 25 gezeigten Handlungsfelder definiert. Die einzelnen Prozesse der Wertschöpfungskette und die daraus resultierenden Produkte sind Teil dieser Handlungsfelder. Die in der Wesentlichkeitsanalyse identifizierten drei wesentlichen Themen „Rohstoff-, Materialverbrauch und Abfall“, „Wasserverbrauch im Produktionsprozess“ sowie „Emissionen, Energieverbrauch und Klimawandel“ betreffen hierbei insbesondere das Handlungsfeld Prozesse.

Im Austausch mit den GROHE Stakeholdern wurde die zunehmende Bedeutung eines schonenden Umgangs mit Ressourcen deutlich. Wie GROHE innerhalb seiner Prozesse zeitgemäß den Einsatz von Rohstoffen und Material optimiert und Abfall minimiert, wird in **Abschnitt 4.1.** dargestellt.

Innerhalb der globalen Ressourcen hat Wasser einen besonders hohen Stellenwert für Mensch und Umwelt; aus diesem Grund realisiert GROHE sowohl im Rahmen des Produktportfolios (siehe Kapitel 3) als auch im Bereich der Produktionsprozesse konsequent Einsparpotenziale und vermeidet Wasserverschmutzung. Die Wesentlichkeitsanalyse legte darüber hinaus dar, dass die Stakeholder diesbezüglich Maßnahmen fordern, welche in **Abschnitt 4.2.** näher vorgestellt werden. Das Jahr 2019 war das zweitwärmste jemals aufgezeichnete Jahr und beendete ebenfalls das wärmste aufgezeichnete Jahrzehnt aller Zeiten. Der immer weiter zunehmende Gehalt von CO_2 und anderen Treibhausgasen in der Atmosphäre verschärft die Klimakrise, die bereits heute immense Schäden weltweit verursacht.[6] Die Energiegewinnung auf Basis fossiler Brennstoffe ist dabei weiterhin eine der zentralen Ursachen des globalen Treibhausgasausstoßes. Wie GROHE dem entgegenwirkt und damit auch den Erwartungen seiner Stakeholder nachkommt, wird in **Abschnitt 4.3.** beschrieben. Dabei berücksichtigt GROHE auch seine eigenen energieintensiven Schmelzen, welche die hohe Fertigungstiefe entlang der Wertschöpfungskette erlauben.

Im Rahmen der Prozessgestaltung steht dabei zudem die stetige Verbesserung hinsichtlich Arbeitssicherheit und Gesundheit aller GROHE Mitarbeiter im Fokus. Wie GROHE den Gesundheitsschutz und die Arbeitssicherheit sicherstellt, wird im Handlungsfeld Mitarbeiter erläutert (siehe Kapitel 5).



[6] *UN Sustainable Development Goal 13 – Climate Action (Link)*

4.1.
ROHSTOFF-, MATERIALVERBRAUCH & ABFALL

Es ist die Mission von GROHE, Ressourcen zu schonen – innerhalb und außerhalb der Betriebsabläufe. Die Marke hat sich das Ziel gesetzt, alle Prozesse so zu gestalten, dass sie, unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Gesichtspunkte, bestmöglich die Anforderungen an Umweltschutz, Ressourceneffizienz, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz erfüllen. Bestehende und geplante Prozesse werden daher systematisch hinsichtlich ihrer Auswirkungen analysiert, um mögliche Belastungen zu minimieren. Interne Prozesse werden unter anderem durch den Einsatz eines zertifizierten Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 optimiert.

>> Mehr Informationen zu den Managementsystemen sind im Kapitel „Nachhaltigkeit“ zu finden.

VERWENDETE MATERIALIEN UND SEKUNDÄRROHSTOFFE

Bei den von GROHE eingesetzten Materialien handelt es sich hauptsächlich um Metalle für eigene Schmelzen, Kunststoffgranulate und Verpackungen aus Papier, Pappe und Karton. Die Gewinnung, Verarbeitung wie auch Entsorgung oder Wiederverwertung der Materialien und Rohstoffe hat entlang der gesamten Wertschöpfungskette große Auswirkungen auf die Umwelt; z. B. werden hohe Energie- und Wassermengen benötigt. Deshalb setzt GROHE so weit wie möglich Sekundärrohstoffe ein und achtet auf die Recyclingfähigkeit der Materialien, sodass die eingesetzten Materialien am Ende des Produktlebenszyklus wiederverwertet werden können.

Von den wichtigsten Materialien wurden in 2019 38.661 Tonnen eingesetzt. Davon waren 55 Prozent aus recyceltem Material.

	Gesamtsumme Materialien	Erneuerbares Grundmaterial
2016	32.863	18.292
2017	34.854	18.943
2018	38.631	21.319
2019	38.661	21.306

Tabelle 04: Erneuerbares Grundmaterial (alle Messingsorten, Papier, Pappe, Karton), nach Gewicht in Tonnen

METALLE

Die wichtigsten zugekauften Metalle sind Messing, Kupfer, Zink und Nickel.

	Menge in Tonnen				
	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Nickel	64	93	112	112	132
Kupfer	4.186	4.650	4.870	4.745	4.585
Kupfer-Vorlegierung	102	107	207	174	243
Zink	2.798	3.153	3.380	4.751	4.859
Messing (Block)	1.911	2.272	2.569	2.352	2.223
Messing (Band)	488	915	770	846	828
Messing (Stange)	1.690	2.471	2.711	2.693	2.396
Rohmaterial sonstiges	269	116	293	303	205
TOTAL	**11.509**	**13.776**	**14.913**	**15.976**	**15.472**

Tabelle 05: Metalle nach Gewicht in Tonnen

Der Anteil von Sekundärrohstoffen in GROHEs Messinglegierungen (Pre-Consumer-Recycling/ Post-Consumer-Recycling) hängt von der geforderten Messingspezifikation ab. Er liegt bei Neumaterial in der Regel in einem Bereich von 75 – 85 Prozent Sekundärrohstoffanteil. Rund 23 Prozent des gesamten Bedarfs an Messing werden durch erneuerbare Materialien (Schrotte) abgedeckt. Da Metalle immer wieder ohne Qualitätsverlust recycelt werden können, sind Sekundärrohstoffe (Schrotte) und Neumetall gleichwertig. Die „Wiederverwertbarkeit“ von Metallen am Lebensende der Produkte („Recyclability“) liegt damit praktisch bei 100 Prozent.

Im Rahmen der Fertigungstechnologie setzt GROHE seit 2019 das neue 3D-Metalldruckverfahren ein. Dieses bietet zum einen völlig neue Möglichkeiten in puncto Design und ermöglicht zum anderen eine besonders ressourcenschonende Methode zur Herstellung von Armaturen: Es wird nur das Material verwendet, welches im fertigen Produkt verbleibt. Zudem ist es möglich, Komponenten wie Auslauf und Griffe deutlich dünner und dadurch material- und energiesparender herzustellen. So zeigt sich beispielsweise bei der 3D-gedruckten Serie Allure Brilliant eine Gewichtsreduktion von 55 Prozent gegenüber der Messingvariante.



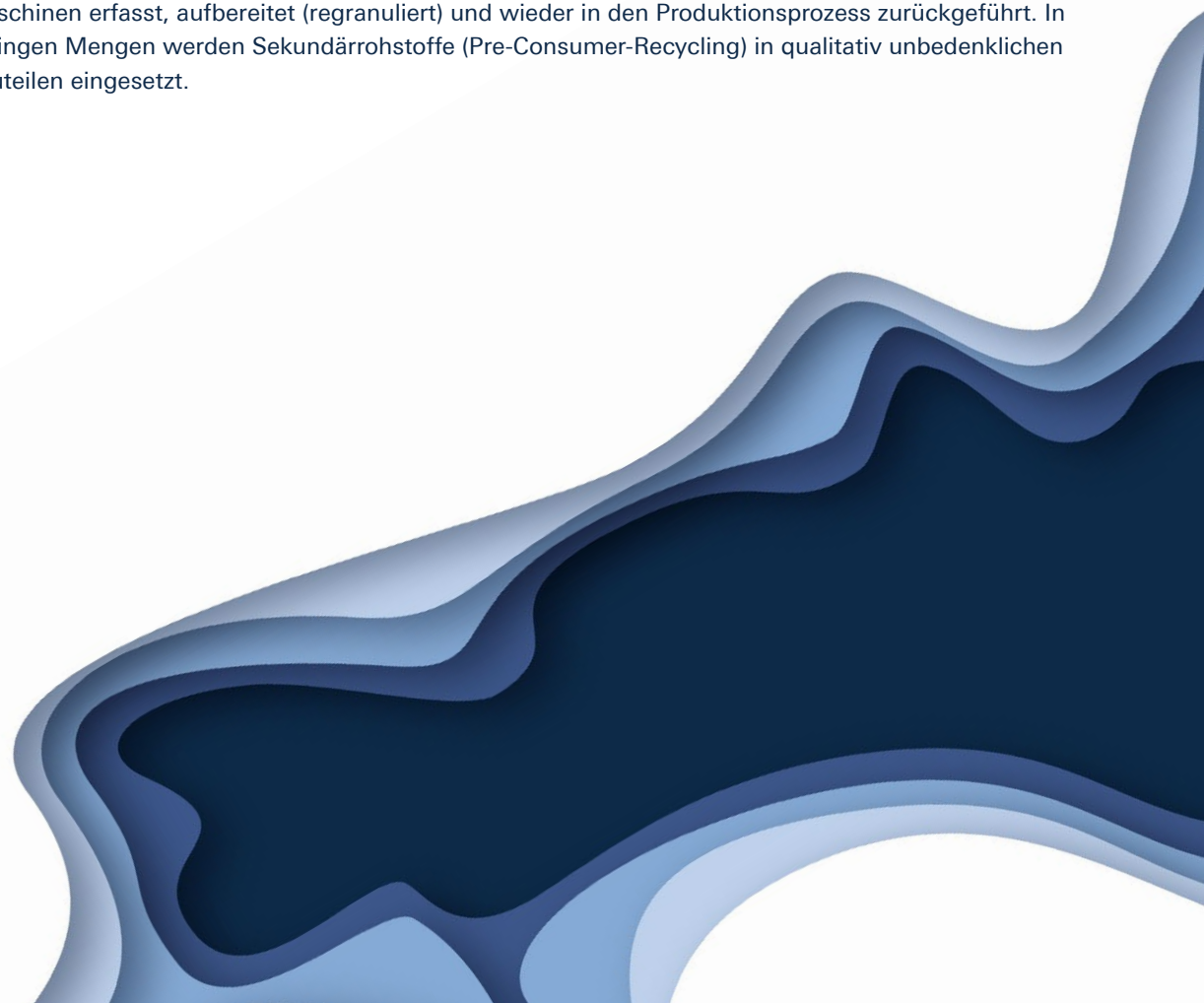
KUNSTSTOFFE

Von den im Jahr 2019 eingesetzten Kunststoffgranulaten werden 100 Prozent des sogenannten ABS-Kunststoffmaterials, welches in der eigenen Produktion als Abfall anfällt, im laufenden Prozess aufbereitet und erneut eingesetzt.

	Menge in Tonnen			
Kunststoffgranulate	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
KST-Granulat ABS	903	900	1.129	1.166
KST-Granulat ABS/PS	92	125	152	132
KST-Granulat PA 6	83	89	183	188
KST-Granulat PBT	393	398	455	447
KST-Granulat POM	1.033	1.065	1.155	1.285
KST-Granulat PP	3.809	4.361	5.228	5.466
KST-Granulat PS	529	584	717	774
KST-Granulat, Spritze	6	6	6	6
Silikon	125	125	146	173
SUMME	**6.973**	**7.653**	**9.170**	**9.638**

Tabelle 06: Kunststoffgranulate nach Gewicht in Tonnen

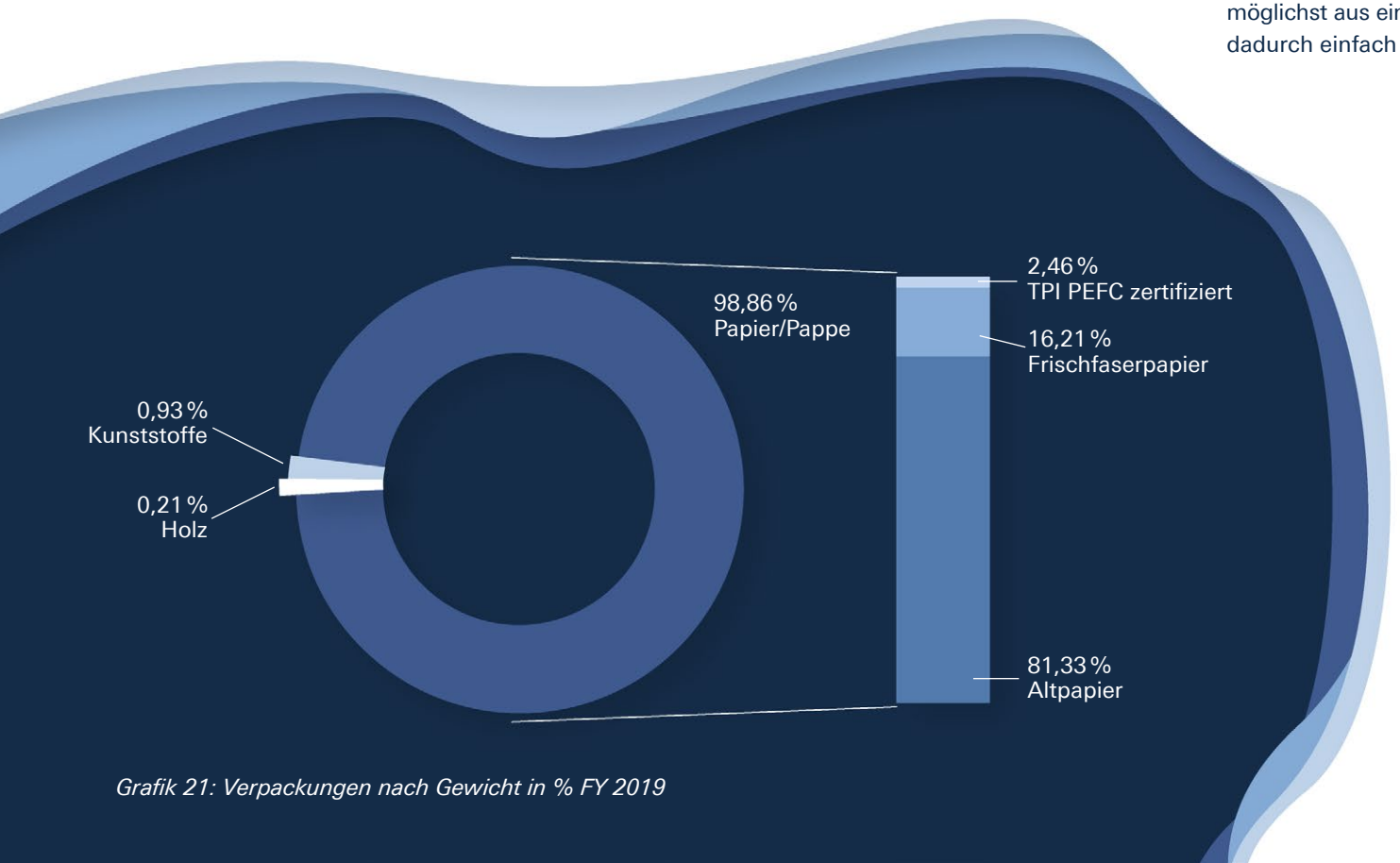
Aus Qualitätsgründen werden fast ausschließlich Primärrohstoffe eingesetzt. Die an den Kunststoffspritzmaschinen entstehenden „Angüsse“ und „Steiger“ werden bei GROHE direkt an den einzelnen Maschinen erfasst, aufbereitet (regranuliert) und wieder in den Produktionsprozess zurückgeführt. In geringen Mengen werden Sekundärrohstoffe (Pre-Consumer-Recycling) in qualitativ unbedenklichen Bauteilen eingesetzt.



VERPACKUNGEN

Verpackungen werden bei GROHE in Papier, Holz und Kunststoffe unterteilt. Derzeit setzt GROHE zu fast 100 Prozent Papier, Pappe oder Karton (PPK) sowie reines Polyethylen ein. Beide Materialfraktionen können gut recycelt werden. Bereits heute werden ca. 79 Prozent der PPK aus Recyclingfasern hergestellt. Nur in speziellen Fällen werden aufgrund des Produktschutzes Kunststofffolien, in der Regel aus Polyethylen, eingesetzt.

GROHE unterliegt in Europa den Rücknahme- und Verwertungspflichten gemäß der Europäischen Verpackungsverordnung. Diesen Anforderungen kommt die Marke durch Teilnahme an länderspezifischen, nationalen Rücknahme- und Verwertungssystemen nach. Die Verpackungsverordnung sieht vor, dass alle Produktverpackungen, die in den EU-Markt gebracht werden, zurückgenommen werden müssen. Beim Einsatz von Verpackungsmaterialien folgt GROHE dem Monostoff-Prinzip: So soll die Verpackung möglichst aus einem Material bestehen und keine Verbundstoffe enthalten. GROHE Verpackungen können dadurch einfach und sortenrein getrennt und anschließend Recyclingsystemen zugeführt werden.



Grafik 21: Verpackungen nach Gewicht in % FY 2019

	Menge in Tonnen				
	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Holz	28	59	11	33	29
Kunststoffe	70	104	53	82	126
Papier/Pappe	10.334	11.952	12.224	13.370	13.396
GESAMT	**10.432**	**12.114**	**12.288**	**13.485**	**13.551**

Tabelle 07: Verpackungen nach Gewicht in Tonnen

	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Papier/Pappe	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Altpapier	73 %	75 %	79 %	80 %	81 %
Frischfaserpapier	24 %	23 %	18 %	17 %	16 %
TPI PEFC-zertifiziert	3 %	3 %	3 %	2 %	2 %

Tabelle 08: Verpackungen aus Papier, Pappe, Karton nach Gewicht in %

LIXIL PLASTIC ACTION STATEMENT

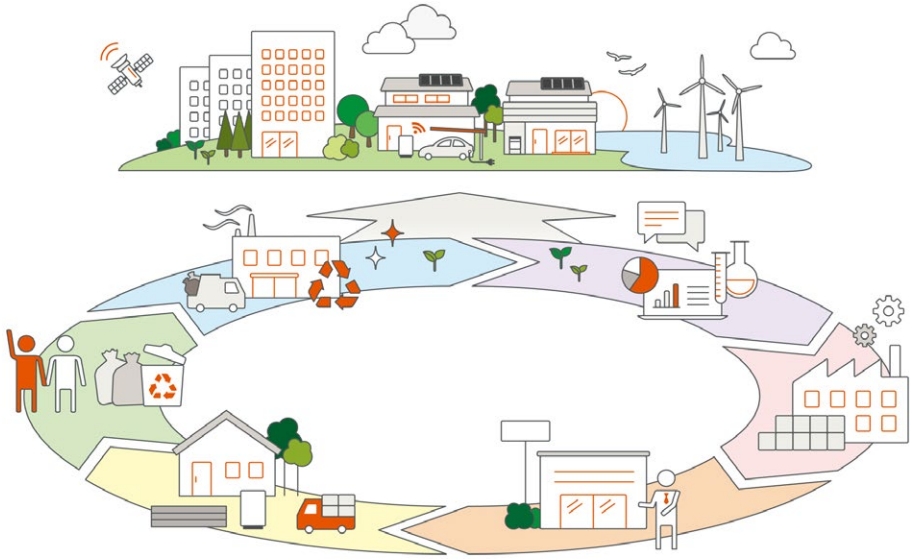
Einen Schritt voraus. Für das zukünftige Leben und die Erde.
Als Anbieter von Sanitär,- Wohnungs- und Bauprodukten, die täglich das Leben von mehr als einer Milliarde Menschen berühren, ist sich LIXIL der Bedeutung von Ressourcen, insbesondere auch von Kunststoffen bewusst.

Im Rahmen des Plastics Action Statements hat sich die Gruppe dazu verpflichtet, die Nachhaltigkeit von Ressourcen, einschließlich der Kunststoffe, in allen Werken und Büros in mehr als 150 Ländern weltweit zu verfolgen und ein zirkuläres Geschäftsmodell durch Innovation im Produktdesign und durch Einsatz alternativer Materialien mit einer geringen Umweltbelastung zu verwirklichen.

Den Umgang mit Kunststoffen verändern.
Durch die fortlaufende Entwicklung von regenerativen Produkten als Alternative zu herkömmlichen Kunststoffen und aufgrund der aktiven Einführung neuer Materialien wird LIXIL die Verwendung herkömmlicher Kunststoffe reduzieren und im Bereich der Produktverpackung und Logistik solchen Lösungen einen Vorrang einräumen, die eine geringere Umweltbelastung aufweisen.

Bereitstellung von Produkten und Services, die die Kreislauffähigkeit von Kunststoffen fördern.
Indem LIXIL bereits in der Ecodesign- und Produktionsphase Umweltbelastungen, die durch die Beschaffung von Ressourcen in Herstellungsprozessen, in der Nutzungsphase der Produkte sowie bei Auslaufprodukten entstehen, berücksichtigt, kann eine Kreislaufwirtschaft angestrebt werden.

Beschleunigung der Zusammenarbeit mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden.
LIXIL wird mit Mitarbeitern, Kunden, lokalen Behörden, Unternehmen und anderen Geschäftspartnern zusammenarbeiten, um die Kunststoffthematik richtig verstehen zu lernen. Zudem werden die Bemühungen intensiviert, die Kreislauffähigkeit von Kunststoffen zu erhöhen, indem LIXIL sie in angemessener Weise reduzieren, wiederverwenden, sammeln und recyceln wird.



„LESS PLASTIC INITIATIVE“

2018 startete GROHE die „Less Plastic Initiative“ mit dem Ziel, Plastikverpackungen bei seinen Produkten durch nachhaltigere Alternativen zu ersetzen. Bis 2021 sollen so ca. 35 Millionen Verpackungen aus Plastikmaterial eingespart werden. Die Umstellung auf eine plastikfreie Verpackung ist ein Prozess, der alle Produktionsstandorte gleichermaßen umfasst. So müssen neben der Identifizierung der am häufigsten verwendeten Kunststoffverpackungen auch neue Materialalternativen recherchiert, getestet und anschließend implementiert werden.

GROHE SUSTAINABILITY OBJECTIVES: ABFALL

GROHE hat sich im Rahmen der GROHE Sustainability Objectives 2014 – 2021 das Ziel gesetzt, die Abfall-Recyclingquote stufenweise auf 99 Prozent zu steigern, und konnte dieses Ziel in den letzten beiden Jahren bereits übertreffen.

Für die Kennzahlenentwicklung ergibt sich folgendes Bild:

Recyclingquote		**FY 2014**	**FY 2015**	**FY 2016**	**FY 2017**	**FY 2018**	**FY 2019**	**FY 2020**	**FY 2021**
Nachhaltigkeitsziel	Gew.-% *	Basisjahr	93 %	94 %	95 %	96 %	97 %	98 %	99 %
Ergebnis	Gew.-% *	94,2 %	94,8 %	93,2 %	93,5 %	94,9 %	99,5 %	99,5 %	Laufend

Tabelle 09: GROHE Sustainability Objectives, Abfall-Recyclingquote
** Recyclinganteil Abfälle in Gewichts-%*

IM DETAIL STELLTE SICH DIE ENTWICKLUNG DER ABFALL-RECYCLINGQUOTE IN DEN LETZTEN JAHREN WIE FOLGT DAR

Andere als die dargestellten Abfallbehandlungsverfahren werden nicht genutzt. Die Wahl der Entsorgungsmethode orientiert sich in erster Linie an den gesetzlichen Vorgaben, gefolgt von der internen Vorgabe, eine möglichst hohe Recyclingquote zu erreichen.

	UNGEFÄHRLICHE ABFÄLLE		FY 2014	FY 2015	FY 2016	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
1. RECYCLING/ VERWERTUNG	Verkauf	kg	3.560.117	3.748.353	3.819.696	6.278.049	6.466.285	7.216.998	6.811.884
	Recycling	kg	14.613.847	16.583.585	16.157.323	14.568.554	14.677.619	16.012.865	15.821.142
	Thermische Verwertung	kg	250.234	243.925	263.935	310.878	372.701	361.904	400.552
2. ENTSORGUNG	Verbrennung	kg	0	13.650	94.840	121.450	84.120	225	981
	Deponie	kg	208.506	807.977	79.553	215.901	40.279	5.120	1.410
	GEFÄHRLICHE ABFÄLLE								
1. RECYCLING/ VERWERTUNG	Verkauf	kg	64.802	59.087	38.578	41.122	476.623	642.498	650.364
	Recycling	kg	4.119.542	2.341.612	1.973.339	3.414.886	2.372.712	1.876.337	2.090.311
	Thermische Verwertung	kg	1.015.708	805.869	709.232	826.501	1.089.479	1.143.335	1.408.419
2. ENTSORGUNG	Verbrennung	kg	130.213	367.726	1.009.232	500.611	184.569	111.513	119.408
	Deponie	kg	1.126.873	124.352	511.846	895.379	973.337	18.792	30.329
	SUMME: VERWERTUNG (UNGEFÄHRLICHE UND GEFÄHRLICHE ABFÄLLE)								
	Verkauf	kg	3.624.919	3.807.440	3.858.274	6.319.171	6.942.908	7.859.496	7.462.248
	Recycling	kg	18.733.389	18.925.197	18.130.662	17.983.440	17.050.331	17.889.202	17.911.453
	Thermische Verwertung	kg	1.265.942	1.049.794	973.167	1.137.379	1.462.180	1.505.239	1.808.971
	SUMME	**kg**	**23.624.250**	**23.782.430**	**22.962.104**	**25.439.989**	**25.455.419**	**27.253.937**	**27.182.672**
	SUMME: ENTSORGUNG (UNGEFÄHRLICHE UND GEFÄHRLICHE ABFÄLLE)								
	Verkauf	kg	130.213	381.376	1.104.072	622.061	268.689	111.738	120.389
	Recycling	kg	1.335.379	932.329	591.339	1.111.280	1.013.616	23.912	31.739
	SUMME	**kg**	**1.465.592**	**1.313.705**	**1.695.471**	**1.733.341**	**1.282.305**	**135.650**	**152.128**

Tabelle 10: Abfall-Recyclingquote im Detail

4.2.
WASSERVERBRAUCH IM PRODUKTIONSPROZESS

Im Rahmen von GROHEs Mission, wassersparende Technologien und Produkte zu entwickeln, behält die Marke auch die eigenen Produktionsprozesse im Blick und arbeitet an der Senkung des Wasserverbrauchs.

GROHE SUSTAINABILITY OBJECTIVES: WASSERVERBRAUCH/WASSERNUTZUNG

GROHE hat sich im Rahmen der GROHE Sustainability Objectives 2014 – 2021 das Ziel gesetzt, den Wasserverbrauch bzw. die Wassernutzung stufenweise um 20 Prozent zu senken. Das betrifft den relativen Wasserverbrauch bezogen auf die Kenngröße kostenrelevanter Output, welche die Wertschöpfung im Produktionsprozess kennzeichnet. Dieser „gemeinsame Nenner" ermöglicht es GROHE, Produktionsstandorte mit unterschiedlichen Produktionskompetenzfeldern wie Messing- und Zinkdruckguss- oder Kunststofffertigung miteinander und im Zeitverlauf zu vergleichen. Mit einer Reduktion um 38,7 Prozent fiel die Reduktion deutlich höher als angestrebt aus.

Wasserentnahme		**FY 2014**	**FY 2015**	**FY 2016**	**FY 2017**	**FY 2018**	**FY 2019**	**FY 2020**
Kennzahl	m^3/€*	756,7	596,6	563,6	585,1	647,7	544,0	464,0
Nachhaltigkeitsziel	m^3/€*	Basisjahr	–2,86 %	–5,71 %	–8,57 %	–11,42 %	–14,29 %	–17,14 %
Ergebnis			–21,2 %	–25,5 %	–22,7%	–14,4 %**	–28,1 %**	–38,7 %**

** Wasserentnahme (m^3)/kostenrelevanter Output (€)*
*** Ohne neues Produktionswerk für Zinkdruckgusskomponenten in Thailand, um die Konsistenz der Kennzahlenbetrachtung zu gewährleisten*

Tabelle 11: GROHE Sustainability Objectives, Wasserentnahme

Im Detail stellt sich die Wasserentnahme, die über Wasseruhren gemessen wird, in den letzten Jahren wie folgt dar:

Wasserentnahme		FY 2014	FY 2015	FY 2016	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021
Oberflächenwasser	m^3	153.001	155.284	132.654	148.652	185.231	236.422	246.508	Laufend
Grundwasser	m^3	100.804	117.401	119.408	131.654	101.683	34.542	33.974	Laufend
Kommunale Wasserversorgung oder andere Wasserversorger	m^3	93.464	85.985	77.890	81.567	135.085	174.511	152.679	Laufend
SUMME	**m^3**	**347.269**	**358.670**	**329.952**	**361.873**	**421.999**	**445.475**	**433.161**	**Laufend**

Tabelle 12: Wasserentnahme im Detail

Das Wasser wird nur aus in der Tabelle genannten Quellen entnommen. Im Jahr 2018 wurde das Produktionswerk in Thailand erweitert. Deshalb hat seit dem Finanzjahr 2018 auch der absolute Wasserverbrauch zugenommen.

4.3.
EMISSIONEN, ENERGIEVERBRAUCH & KLIMAWANDEL

Angesichts der steigenden Bevölkerungszahlen und der stetig wachsenden Volkswirtschaften steigt die Nachfrage nach Energie zunehmend. GROHE betrachtet es als seine Mission, sowohl energiesparende Technologien zu entwickeln als auch innerhalb der Betriebsabläufe so viel Energie wie möglich zu sparen. Dabei optimiert die Marke ihre internen Prozesse durch ein zertifiziertes Energiemanagementsystem nach ISO 50001.

>> Mehr Informationen zu unseren Managementsystemen sind im Kapitel „Nachhaltigkeit“ zu finden.



Grafik 22: Blockheizkraftwerk in Lahr/Deutschland



Grafik 23: Solarpanels Werk Klaeng/Thailand

GROHE SUSTAINABILITY OBJECTIVES: VERRINGERUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS

GROHE hat sich im Rahmen der GROHE Sustainability Objectives 2014 – 2021 das Ziel gesetzt, die Energieeffizienz stufenweise um 20 Prozent zu verbessern. Dieses Ziel bezieht sich auf die Kennzahl Energieverbrauch bezogen auf den kostenrelevanten Output. Auch dieses Ziel konnte GROHE bereits leicht übertreffen.

** Energieverbrauch in kWh / Kostenrelevanter Output (€)*
*** Ohne neues Produktionswerk für Zinkdruckgusskomponenten in Thailand, um die Konsistenz der Kennzahlenbetrachtung zu gewährleisten*

Heiz- und Kühlenergie wird nicht gesondert erfasst und Dampf nicht als Energieträger verwendet. In den Finanzjahren 2014 und 2015 wurden elektrischer Strom, Heizenergie, Kühlenergie oder Dampf verkauft. Dafür wurden die Umrechnungsfaktoren offizieller Stellen verwendet.



Für die Kennzahlenentwicklung zur Steigerung der Energieeffizienz ergibt sich folgendes Bild:

Energieeffizienz		FY 2014	FY 2015	FY 2016	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Kennzahl	kWh/€*	304,5	235,6	240,8	240,6	239,1	230,4	233,8
Nachhaltigkeitsziel		Basisjahr	+2,86 %	+5,71 %	+8,57 %	+11,42 %	+14,29 %	+17,14 %
ERGEBNIS			+22,6 %	+20,9 %	+21,0 %	+21,5 %**	+24,3 %**	+23,2 %**

Tabelle 13: GROHE Sustainability Objectives, Energieeffizienz

Im Detail stellt sich die Entwicklung des Energieverbrauchs in Megajoule (MJ) in den letzten Jahren wie folgt dar:

Energieverbrauch		FY 2014	FY 2015	FY 2016	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Strom	MJ	356.609.712	361.529.615	359.839.909	372.778.830	374.684.027	379.775.341	376.044.705
Erdgas	MJ	139.416.108	39.131.228	41.433.711	49.875.343	46.389.598	42.117.791	39.885.712
LPG	MJ	5.934.108	6.945.144	7.772.755	6.371.353	5.859.060	5.663.553	8.171.648
Heizöl (stationär)	MJ	1.220.853	31.315	53.676	75.146	472.957	107.352	0
Diesel (mobil)	MJ	469.275	551.159	590.108	965.604	1.180.595	860.496	1.201.865
SUMME	MJ	503.650.056	509.929.654	517.417.808	559.742.166	549.199.190	538.030.791	529.006.783

Tabelle 14: Energieeffizienz im Detail

GROHE SUSTAINABILITY OBJECTIVES: DIREKTE THG-EMISSIONEN

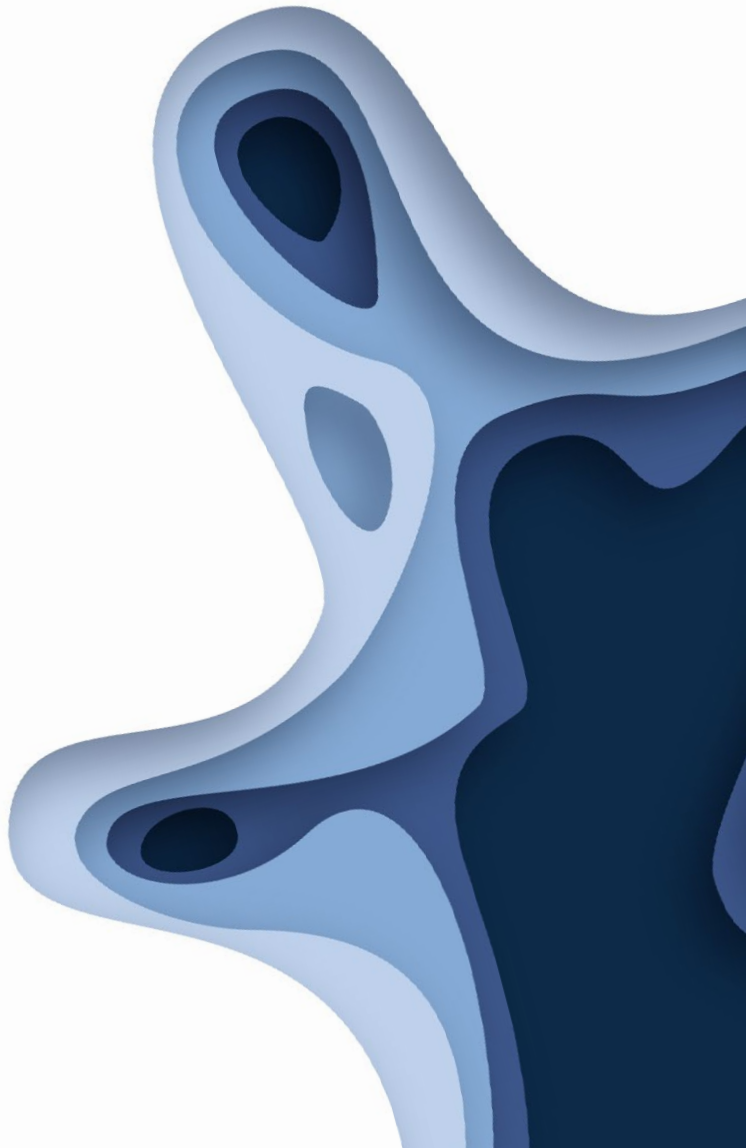
GROHE hat sich im Rahmen der GROHE Sustainability Objectives 2014 – 2021 das Ziel gesetzt, Treibhausgasemissionen (THG/Carbon Footprint) stufenweise um 20 Prozent zu senken. Dieses Ziel bezieht sich auf die Kennzahl Carbon Footprint (CO_2) bezogen auf den kostenrelevanten Output. Hierbei wirkt sich seit dem 1. Juli 2019 die Beschaffung von CO_2-neutralem Strom (siehe unten „GROHE Goes Zero“) überproportional positiv aus.

Für die Kennzahlenentwicklung zur Reduktion der Treibhausgasemissionen ergibt sich folgendes Bild:

Carbon Footprint		FY 2014	FY 2015	FY 2016	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Kennzahl	kg CO_2/€*	125,3	95,8	96,2	91,2	84,9	81,8	31,6
Nachhaltigkeitsziel		Basisjahr	–2,86 %	–5,71 %	–8,57 %	–11,42 %	–14,29 %	–17,14 %
ERREICHTE REDUKTION			**–23,5 %**	**–23,3 %**	**–27,2 %%**	**–32,2 %**	**–34,7 %**	**–74,8 %**

Tabelle 15: GROHE Sustainability Objectives, THG/Carbon Footprint

** Carbon Footprint in kg CO_2/kostenrelevanter Output (€)*



„GROHE GOES ZERO“

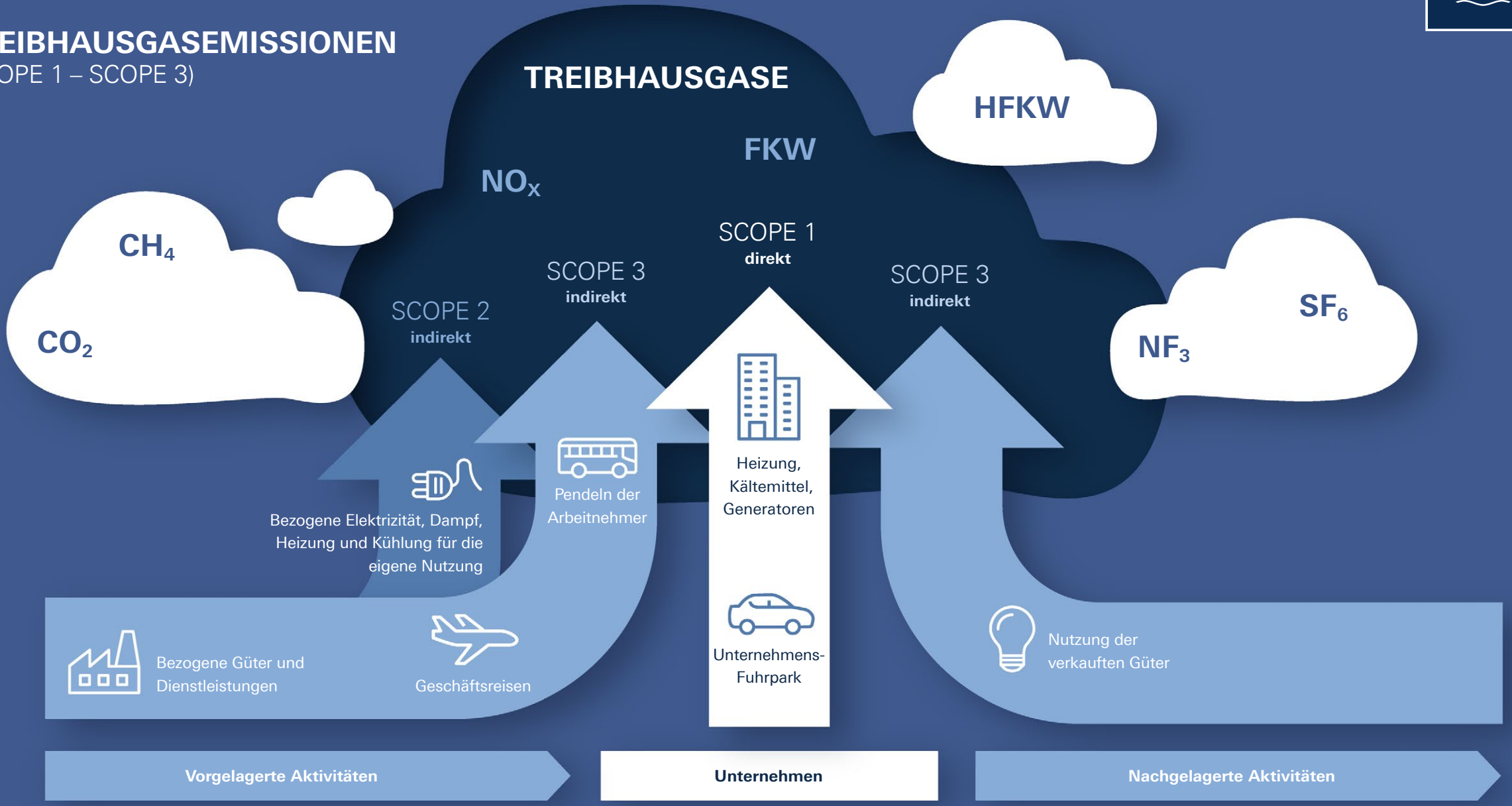
Neben den Treibhausgasreduktions-Zielen, die GROHE im Rahmen der Sustainability Objectives 2014 – 2021 definiert hat, wurde in 2019 die „GROHE Goes Zero“-Strategie verabschiedet und umgesetzt: Als einer der ersten führenden Hersteller der Sanitärbranche produziert GROHE seit dem 1. April 2020 CO_2-neutral. Bereits im Juli 2019 wurden alle fünf Produktionswerke sowie die deutschen Logistikzentren auf Ökostrom umgestellt (Neutralisierung sogenannter Scope-2-Emissionen). Für die Standorte in Europa wird Ökostrom aus skandinavischen Wasserkraftwerken bzw. erneuerbaren Energien aus Spanien bezogen. Das Werk in Thailand hingegen erhält Ökostrom aus thailändischen Photovoltaik-Anlagen.

Weitere CO_2-Emissionen aus der unmittelbaren Produktions- und Logistiktätigkeit an den fünf Werks- und zwei Logistikstandorten, sogenannte Scope-1-Emissionen, kompensiert GROHE durch zwei Ausgleichsprojekte: Die Marke fördert den Betrieb eines hydroelektrischen Kraftwerks in Indien, wodurch auf eine Stromerzeugung durch Kohlekraftwerke verzichtet werden kann, sowie ein Projekt in Malawi, das bei der Reparatur und Wartung von Bohrlöchern, die der Trinkwassergewinnung dienen, ansetzt. Beide Projekte werden nach strengen Kriterien wie zum Beispiel dem Gold Standard bewertet, der federführend vom WWF entwickelt wurde. Damit tragen die Projekte über den Klimaschutz hinaus zu einer nachhaltigen, umweltfreundlichen und sozialen lokalen Entwicklung bei.

Innerhalb der Initiative „GROHE Goes Zero“ strebt GROHE bereits die nächste Stufe an: Bis Ende 2021 sollen alle Vertriebsniederlassungen weltweit CO_2-neutral gestaltet werden.



TREIBHAUSGASEMISSIONEN
(SCOPE 1 – SCOPE 3)



Grafik 24: Erklärungen Scope 1–3

Im Detail stellte sich die Entwicklung der Treibhausgasemissionen (Scope 1 und Scope 2) in den letzten Jahren wie folgt dar:

THG-Emissionen		FY 2014	FY 2015	FY 2016	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Erdgas	t CO_2	7.806,675	7.867,624	8.325,647	10.016,979	9.310,479	8.382,364	8.000,116
LPG	t CO_2	374,779	438,633	490,902	402,394	370,039	357,692	0
Heizöl (stationär)	t CO_2	90,079	2,318	3,973	5,563	34,907	7,947	1,589
Diesel (mobil)	t CO_2	34,746	40,829	43,662	71,444	88,155	63,606	42,742
SUMME	t CO_2	8.306,279	8.349,404	8.864,184	10.496,380	9.803,580	8.811,608	8.044,447
Strom	t CO_2	49.819,749	49.270,398	47.427,987	45.902,366	42.056,122	42.347,736	10.624,397
SUMME	t CO_2	49.819,749	49.270,398	47.427,987	45.902,366	42.056,122	42.347,736	10.624,397
SUMME	**t CO_2**	**58.126,028**	**57.619,802**	**56.292,172**	**56.398,745**	**51.859,702**	**51.159,344**	**18.668,844**

Tabelle 16: THG – Scope 1 und Scope 2

In die Betrachtungen und Berechnungen sind direkte und indirekte Treibhausgasemissionen aus Scope 1 und Scope 2 einbezogen. Dabei berücksichtigt ist ausschließlich CO_2, da auf CH_4, N_2O, FKW, PFKW, SF_6, N_3 wegen fehlender Wesentlichkeit verzichtet wurde. Im Vergleich zu den Treibhausgasemissionen aus Strom, Erdgas, LPG (Liquid Petroleum Gas) und Diesel liegen die Treibhausgasemissionen von CH_4, N_2O, FKW, PFKW, SF_6 und N_3 bei GROHE im Promille-Bereich. Biogene CO_2-Emissionen sind für GROHE nicht relevant, da keine Biomasse verbrannt wird. Die für die berechneten Treibhausgasemissionen verwendeten Emissionsfaktoren entsprechen den Angaben der nationalen Stromlieferanten. Für andere Energieträger wie Erdgas, Heizöl, Diesel oder LPG wurden die offiziellen Umrechnungsfaktoren des IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) verwendet. Berücksichtigt wurden die Emissionen der Produktionsstätten und der Logistikzentren von GROHE (Konsolidierungsansatz = Kapitalanteil, finanzielle und operationale Kontrolle). Die außerhalb der Organisation verbrauchte Energie wird nicht erfasst.

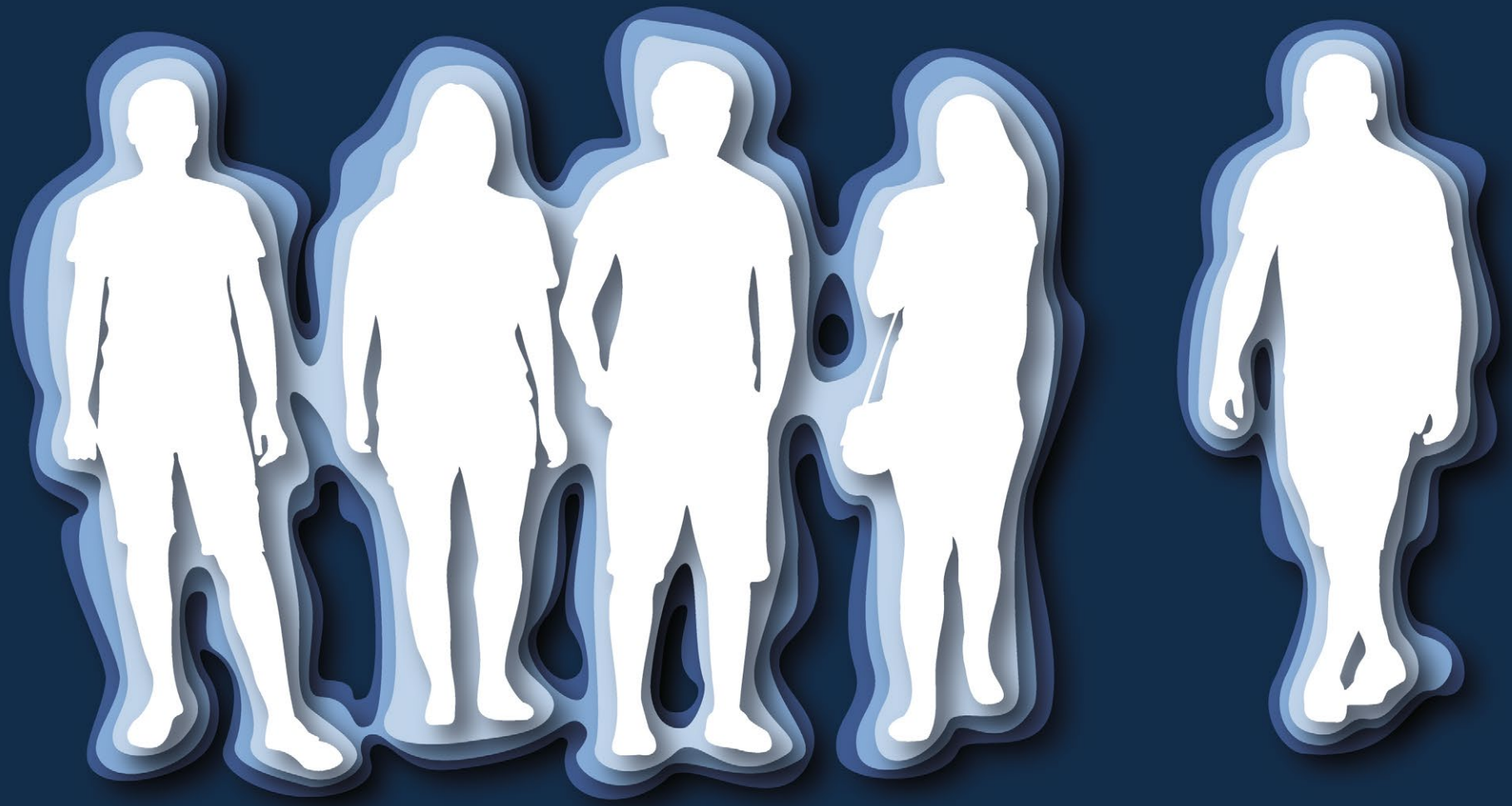
Der Einfluss des Ökostroms macht sich seit Juli 2019 bemerkbar: Die THG-Emissionen sinken seit dem Finanzjahr 2020 (Zeitraum 01.04.2019–31.03.2020) deutlich.

Scope 3 (weitere indirekte Treibhausgasemissionen)
Die Integration von GROHE in die LIXIL Group hatte zur Folge, dass eine konzernweite "Environment, Health and Safety (EHS)"-Kennzahlenstruktur geschaffen wurde. Der Prozess der Umstellung ist im vollen Gange. Da die Messung der Scope-3-Emissionen derzeit nicht dazugehören, wurde diese Analyse im Berichtszeitraum nicht durchgeführt.

WARENVERKEHR

Dennoch hat GROHE auch Scope-3-Emissionen im Blick: Im Einkauf wurden neue Projekte initiiert, die eine Verbesserung der CO_2-Bilanz zur Folge haben. Seit 2019 wurden bereits 200 aus Hamburg kommende Container per Binnenschiff oder Bahn zum Logistikzentrum Porta Westfalica transportiert. Auch der Transport vom Logistikzentrum Hemer nach Hamburg wurde im April 2019 auf die Schiene verlagert (bisher 330 Container). Statt 350 km sind LKWs nun nur noch 30 km im Einsatz (CO_2-Einsparung ca. 40 Prozent pro Container).

MITARBEITER & VIELFALT



5.
MITARBEITER

Nachhaltigkeit bei GROHE bedeutet in erster Linie Verantwortung – Verantwortung für die Umwelt und für den Menschen. Im Rahmen des Wesentlichkeitsprozesses identifizierte GROHE die Themen „Diversität und Demografie“ als zentrale Handlungsfelder. Insbesondere auch aufgrund des internationalen Hintergrundes fühlt sich GROHE dem Leitbild einer offenen und vielfältigen Gesellschaft stark verbunden: Es ist ein erklärtes Ziel, inklusive Diversität in der Belegschaft zu fördern. Der demografische Wandel ist dabei eine zentrale Herausforderung, der sich GROHE stellt **(siehe Abschnitt 5.1.).**

Weitere relevante Handlungsfelder sind die „Mitarbeiterentwicklung“ **(siehe Abschnitt 5.2.)** sowie der „Gesundheits- und Arbeitsschutz“ **(siehe Abschnitt 5.3),** da die Qualifizierung und Gesundheit sowie das Wohlbefinden aller Mitarbeiter zentrale Grundlagen der Geschäftstätigkeit von GROHE sind.



5.1. DIVERSITÄT & DEMOGRAFIE

Das Thema Vielfalt ist für LIXIL ein zentrales Thema und in der LIXIL Nachhaltigkeitsstrategie fest verankert (siehe Seite 22). Die Strategie sieht vor, bis 2020 in der gesamten Organisation und unter allen Kollegen eine Kultur der Vielfalt und Inklusion zu etablieren. Bereits 2018 hat LIXIL eine entsprechende Erklärung zu „Vielfalt und Inklusion" veröffentlicht, die sich auf vier Bereiche fokussiert: Geschlecht und Alter, Familie und Leben, körperliche Beeinträchtigungen sowie Kultur und Identität.

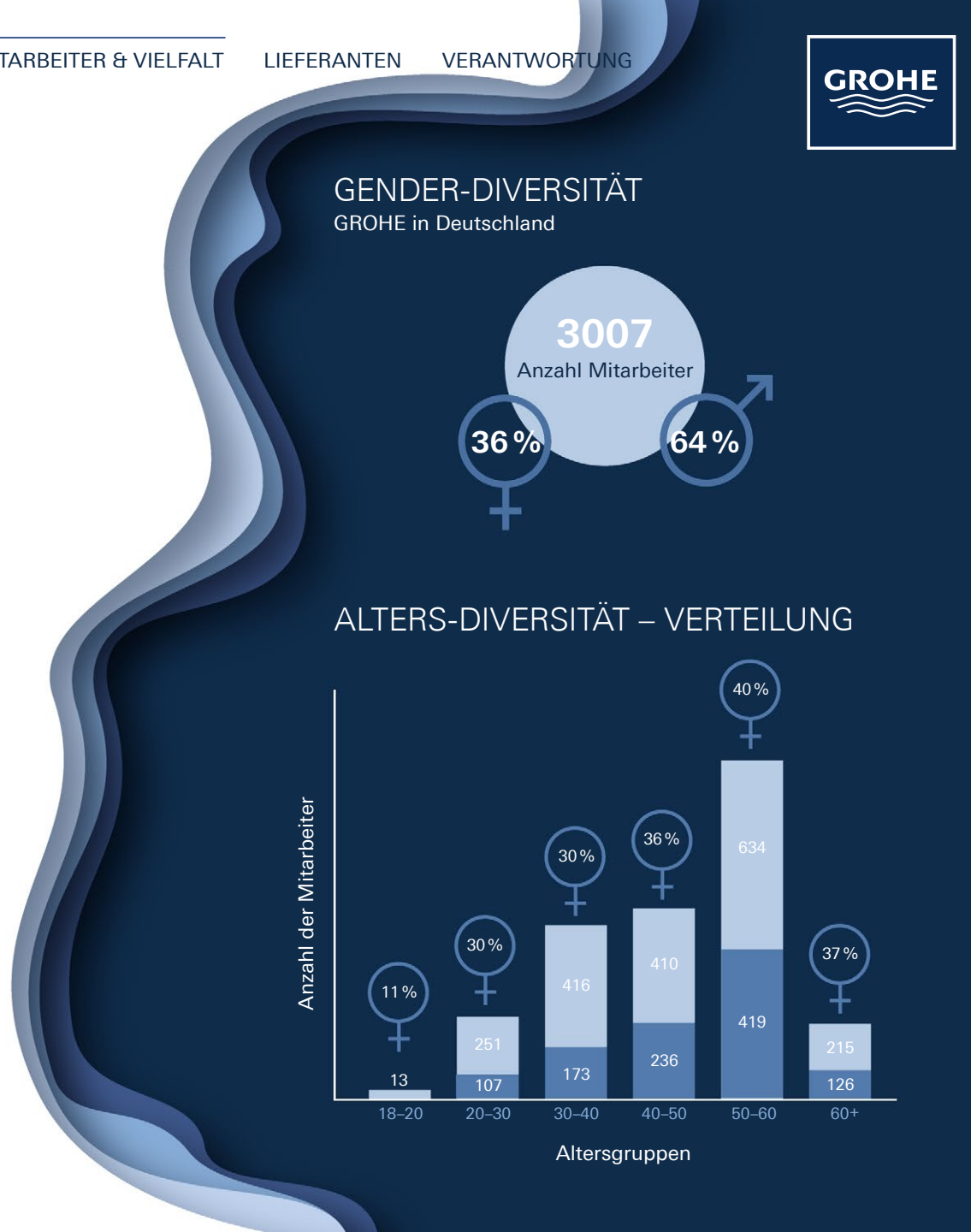
>> Nähere Details werden im LIXIL Nachhaltigkeitsbericht ab Seite 28 ff. beschrieben.

Auch GROHE verfolgt das Ziel, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, welches frei von Vorurteilen ist. Eine offene und ehrliche Kommunikation, die von gegenseitigem Respekt geprägt ist, soll dabei gefördert werden. Alle Mitarbeiter sollen Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht und geschlechtlicher Identität, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung. Diese Aspekte der Vielfalt und Integration sind auch im LIXIL Code of Conduct sowie in den Menschenrechtsprinzipien der LIXIL Group verankert.

>> Weitere Informationen sind im LIXIL Nachhaltigkeitsbericht sowie im LIXIL Code of Conduct zu finden.

DIVERSITÄT BEI GROHE IN ZAHLEN

Der GROHE Aufsichtsrat setzt sich insgesamt aus zwölf Mitgliedern unterschiedlicher Nationalitäten zusammen. Der größte Anteil sind Mitglieder deutscher und japanischer Nationalität. Insgesamt sind bei GROHE Mitarbeiter aus 45 Nationen beschäftigt. Das Durchschnittsalter in der Belegschaft beträgt 45,3 Jahre. Der Frauenanteil in der Belegschaft liegt bei 35,7 Prozent. Da aktuell LIXIL-weit Personalkennzahlen aufgebaut werden, können noch keine detaillierteren Daten zu Geschlecht, Altersgruppe und weiteren Diversitätsindikatoren zur Verfügung gestellt werden. Diese Daten liegen jedoch für Deutschland vor.



Grafik 25: Gender- und Alters-Diversität der GROHE Mitarbeiter in Deutschland

5.2. MITARBEITERENTWICKLUNG

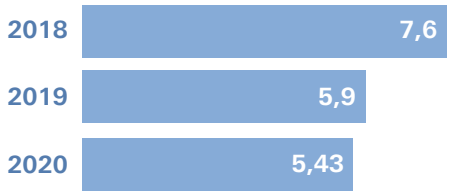
GROHE ist eine führende globale Marke für ganzheitliche Badlösungen und Küchenarmaturen. Diese Führungsstellung möchte GROHE weiter ausbauen. Neben der stetigen Weiterentwicklung der GROHE Produkte und Technologien bedeutet dies auch, die persönliche und berufliche Entwicklung der Mitarbeiter zu fördern.

AUSBILDUNG BEI GROHE

GROHE bildet 48 Auszubildende (Finanzjahre 2018 – 2020) in 22 verschiedenen Berufen aus. Der Marke geht es jedoch nicht um die Quantität, sondern vor allem um die Qualität der Ausbildung; für diese wurde GROHE bereits mehrfach gewürdigt. Seit 2010 wurden 23 GROHE Auszubildende als Kammerbeste, davon elf als Landesbeste und fünf als Bundesbeste Deutschlands, ausgezeichnet. Die Marke unterstützt auch Weiterbildungen mit Fördermitteln, damit ihr in Zukunft weiterhin eine Fülle an Fachkräften zur Verfügung steht.

MITARBEITERFÖRDERUNG

Die GROHE Weiterbildungsprogramme richten sich rein nach dem Qualifizierungsbedarf, den die Marke vorab ermittelt und definiert hat, um individuelle und organisatorische Leistungen zu optimieren.



Im Finanzjahr 2018 hat GROHE ca. 7,6 Stunden je Mitarbeiter in Schulungen investiert; im Finanzjahr 2019 waren es 5,9 Stunden und im Finanzjahr 2020 5,43 Stunden je Mitarbeiter.

Grafik 26: Schulungen in Stunden je Mitarbeiter

Im Finanzjahr 2020 war das Thema „Digitalisierung“ Schwerpunkt der Mitarbeiterförderung. Daher wurden die Anstrengungen der Schulungen auf die Teilnahme am ada-Fellowship-Programm der Handelsblatt Media Group konzentriert (siehe Seite 75). Die Ergebnisse wurden allen Mitarbeitern über Intranetbeiträge zur Verfügung gestellt. Der Durchschnittswert der Schulungsstunden je Mitarbeiter ging durch die Fokussierung auf dieses Projekt zurück (5,43 Schulungsstunden/Mitarbeiter).

Rund 25 Prozent aller Weiterbildungsangebote werden als Online-Schulungen durchgeführt. Das Schulungsangebot richtet sich an alle Mitarbeiterkategorien, wobei zwischen den Programmen GROHExcellence und GROHEfficiency zu unterscheiden ist. Beide Programme folgen dem Ansatz, dass Mitarbeiter, die als Experten in ihren jeweiligen Bereichen betrachtet werden, ihr Wissen an andere Kollegen weitervermitteln. GROHExcellence umfasst grundlegende fachliche Fertigkeiten wie beispielsweise die Anwendung des Programmpakets Microsoft Office. GROHEfficiency adressiert hingegen weitreichende Führungskompetenzen und Soft Skills und soll zur Optimierung dieser Fähigkeiten beitragen. Hierfür werden zusätzlich auch externe Experten für Schulungen hinzugezogen.

Diese Programme machen lediglich 10 Prozent der Mitarbeiterentwicklung aus. Weitere 20 Prozent bestehen daraus, von externen Dritten zu lernen. Und 70 Prozent des Lernprozesses erfolgen bewusst und angeleitet durch die Alltagspraxis („on the job“). Letzteres kommt dem Aufbau von Erfahrungswissen durch eigens gemeisterte Herausforderungen gleich. Dieses 70/20/10-Modell ist weit verbreitete Praxis und bildet auch bei GROHE einen integralen Bestandteil der Lern- und Schulungsphilosophie.



BERUFSEINSTIEG BEI GROHE

Im Rahmen des Onboardings macht GROHE seine neuen Mitarbeiter mit den Produkten, Standards und Abläufen der Marke so früh wie möglich vertraut. Auch zum Thema Nachhaltigkeit wird ein separates Informationsmodul durch den Fachbereich Nachhaltigkeitskommunikation angeboten: Im Finanzjahr 2019 wurden auf diesem Wege insgesamt 113 Mitarbeiter im Thema Nachhaltigkeit geschult.

LEBENSLANGES LERNEN

Mit dem Wandel der Märkte, den sich verändernden Anforderungen an die Produkte und Materialien sowie der geografischen Ausweitung der Marke entsteht ständiger Anpassungsdruck, der seinerseits dazu führt, dass die Organisation und die Mitarbeiter permanent lernen müssen. Hielt in der Vergangenheit das einmal erlernte Wissen über Jahre, so gilt dies heute in keinem Bereich mehr. Stetige Weiterbildung ist zur Grundvoraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit geworden. Hinzu kommt, dass GROHE mit neuen Prozessen (z. B. 3D-Metalldruck) oder neuen Materialien und Komponenten (z. B. Elektronik), aber auch mit neuen Vertriebswegen (z. B. E-Commerce) Arbeitsfelder entstehen lässt, die für die Mitarbeiter grundsätzlich neu sind und deshalb besondere Qualifizierungsmaßnahmen erfordern. Der Schulungsbedarf wird gemeinsam von Mitarbeiter und Vorgesetztem im Rahmen des Mitarbeiterdialogs besprochen.

INNOVATIVE LERNMÖGLICHKEITEN

Die GROHE MasterAcademy bietet allen Mitarbeitern ein breites Angebot an digitalen Lernmedien („LearningCards“) zur internen Weiterbildung. GROHE setzt dabei immer mehr auf innovative Lösungen. Im Rahmen dieser E-Trainings kommen Videos, interaktive Oberflächen, Animationen und Quizformate zum Einsatz, welche die Lernerfahrung effektiv gestalten, ohne dass dabei der Spaß zu kurz kommt. Das Wissen kann einfach über unterschiedliche Lernkarten erweitert werden. Das Grundprinzip ist eine mobil abrufbare Wissensbasis, geeignet für jeden Desktop und jedes Tablet oder Smartphone.

ADA-FELLOWSHIP-PROGRAMM

Um mit dem technologischen Fortschritt und der steigenden globalen Komplexität mithalten zu können, bedarf es neuer Qualifikationen. GROHEs Teilnahme am **ada-Fellowship-Programm** der Handelsblatt Media Group setzt genau hier an: Im April 2019 startete das Kick-off-Festival des ersten ada-Fellowship-Jahrgangs unter dem Motto „Hello Future, Nice to Meet You“. GROHE sowie zwölf weitere renommierte Organisationen wie die Bundesregierung, Lufthansa, Douglas, Henkel, Telekom und Google unterstützten das Programm als Initiativpartner.

Ziel des einjährigen Programms war es, mittels Lehrveranstaltungen und Online-Vertiefungsmodulen Verständnis, Methodik und Handlungsfähigkeit in Bereichen der relevantesten Zukunftsthemen zu fördern. Seitens GROHEs nahmen 20 Mitarbeiter teil. Durch regelmäßige Beiträge im Intranet wurde der Wandel weiter gestärkt, alle Mitarbeiter konnten kostenlos das ada-Magazin beziehen.



TALENT- UND KARRIEREMANAGEMENT

Planung und Planbarkeit spielen eine zentrale Rolle für die eigene Karriereentwicklung. Deshalb plant GROHE nicht nur für seine vielversprechenden Talente, sondern auch gemeinsam mit ihnen. Denn „Talent“ ist eine Kombination aus Leistungsfähigkeit und dem Potenzial, diese weiter auszubauen.

Zur Beurteilung der Leistungen und Potenziale seiner Mitarbeiter führt GROHE regelmäßig Mitarbeiterdialoge sowie regionale „Talent Reviews“ durch, in denen die jeweiligen Vice Presidents gemeinsam mit ihren Human-Resources-Business-Partnern dem Vorstand die Talente ihrer Teams präsentieren. Der Vorstand reserviert mehrmals im Jahr ganze Tage für eine qualitative Diskussion. Talentmanagement und Mitarbeiterförderung sind wesentliche Bestandteile der Strategie und für GROHE ein Schlüssel zum Erfolg. Die frühzeitige Vorbereitung von Mitarbeitern auf künftige Führungspositionen ist bei GROHE ein wichtiger Bestandteil der Nachfolgeplanung. Wenn Mitarbeiter nicht frühzeitig auf künftige Führungspositionen vorbereitet werden, entstehen Lücken in der Nachfolgeplanung, die der Marke in Zukunft Probleme bereiten können. Für einen Teil der Mitarbeiter in zentralen Positionen bei GROHE ist bereits ein firmeninterner Nachfolger vorgesehen.

FÜHRUNGSENTWICKLUNG

Das GROHE Potential System (GPS) unterstützt potenzielle Nachwuchsführungskräfte dabei, ihre Fähigkeiten zielgerichtet auszubauen und sich auf eine Führungsposition vorzubereiten. Mithilfe neuester Erkenntnisse der Lernpsychologie und ihrer Umsetzung in Projektarbeit werden Schulungsinhalte gezielt auf die persönlichen Bedürfnisse der Mitarbeiter abgestimmt. Im Rahmen des Programms treffen die Nachwuchsführungskräfte auf Kollegen aus anderen Abteilungen und Ländern, um sich über Erfahrungen, Ideen und die Verbesserung von Abläufen auszutauschen.

So entsteht ein dynamisches Zusammenspiel, das es den Mitarbeitern ermöglicht, auf unterschiedlichsten Ebenen voneinander zu lernen. Jedes der Schulungsmodule ist praxisorientiert, und die Sitzungen werden von erfahrenen Coaches geleitet, die Feedback zum persönlichen Förderungsbedarf geben.

Durch die Zusammenarbeit in Teams verbessern die Teilnehmer auch ihre Fähigkeiten im Netzwerken sowie ihre interkulturellen Kompetenzen, bevor sie ein von ihnen ausgearbeitetes Projekt Sponsoren und Managern, dem Vorstand und ehemaligen Programmteilnehmern vorstellen.

Mitarbeiter werden bei GROHE nicht nur im Rahmen einzelner Veranstaltungen, sondern auch im beruflichen Alltag durch anspruchsvolle Aufgaben gefördert. Denn nur wer sich neuen Herausforderungen stellt, kann über sich hinauswachsen und seine Stärken weiterentwickeln. Spezielle Projekte und Initiativen regen die Mitarbeiter dazu an, ihre Komfortzone zu verlassen und sich dem Unbekannten zu stellen. Meistens beziehen sich diese Projekte auf Gebiete, die völlig neu für die Mitarbeiter sind. So können sie ihr Kompetenzportfolio ausbauen und ihre Managementfähigkeiten erweitern.

Die Mitarbeiterförderung endet bei GROHE nicht mit dem Erreichen einer Managementposition. Neben dem internen Talentmanagement nehmen Mitarbeiter in Führungspositionen ebenfalls an Programmen wie Schulungen und Projektarbeiten teil, die seitens LIXILs organisiert werden.

FEEDBACK UND ENTWICKLUNG

Jeder Mitarbeiter erhält bei GROHE durch seinen Vorgesetzten eine jährliche Beurteilung seiner Leistung. Die Durchführung dieses Gesprächs wird durch die verantwortlichen Mitarbeiter des Fachbereichs Personal geprüft und bei Nichterfüllung an den Vorstand berichtet. In allen Bereichen haben die Mitarbeiter einen Anspruch auf diese regelmäßige differenzierte Einschätzung. Talente werden hervorgehoben und weiterentwickelt, Defizite hingegen aufgearbeitet.



5.3. GESUNDHEITSSCHUTZ UND ARBEITSSICHERHEIT

GROHE Mitarbeiter werden regelmäßig in Umwelt- und Ressourcenschonung sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz geschult, denn für GROHE haben diese Themen eine herausragende Bedeutung. Die Marke unternimmt viel zum Schutz ihrer Mitarbeiter und fördert Initiativen von Mitarbeitern, die zu Verbesserungen in diesem Bereich beitragen. Jeder Arbeitsunfall muss mit genauer Analyse der Ursachen und detailliertem Maßnahmenplan zur Vermeidung gleichartiger Unfälle in der Zukunft dem Vorstand berichtet werden. Die Einhaltung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz dient dabei nicht nur dem Mitarbeiter, sondern erhält auch die Produktivität und schützt vor der potenziellen Gefahr von Reputationsschäden durch Unfälle. Darum ist dieses Thema ein fester Tagesordnungspunkt in der wöchentlichen Vorstandssitzung.

SOZIALPARTNERSCHAFTEN FÜR GESUNDHEITSSCHUTZ UND ARBEITSSICHERHEIT

Bei GROHE sind die formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüsse für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz auf Standort- bzw. Werksebene angesiedelt. Das betrifft insbesondere die Verwaltungs- und Produktionsstandorte in Deutschland (Düsseldorf, Hemer, Porta Westfalica und Lahr), Portugal (Albergaria) und Thailand (Klaeng). Darüber hinaus existiert für die GROHE Standorte in Deutschland ein Gesamtbetriebsrat und für die GROHE Standorte in Europa ein Europa-Betriebsrat. Die Ausschüsse sind prinzipiell auf Management-Ebene angesiedelt. Etwa 100 Prozent der Gesamtbelegschaft sind in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen für Arbeitssicherheit vertreten.

An allen Standorten beschäftigt GROHE Fachkräfte, die sich um Gesundheit und Arbeitssicherheit kümmern und sicherstellen, dass sowohl gesetzliche Vorgaben als auch die teilweise darüber hinausgehenden internen Bestimmungen eingehalten werden. Hierbei kommt den einzelnen Verantwortlichen eine besondere Rolle zu, da die großen GROHE Standorte traditionell Produktionsstandorte sind. An den Standorten finden unter Leitung der Fachkräfte regelmäßige Begehungen, Arbeitskreise und Schulungen statt.

In den Arbeitskreisen werden sowohl strategische als auch operative Themen diskutiert und Maßnahmen vereinbart. Die inhaltlich und gesetzlich herausragende Bedeutung der Fachkräfte wird auch dadurch deutlich, dass sie auf lokaler Ebene direkt der Werks- bzw. Bereichsleitung berichten bsw. auf zentraler Ebene direkt dem GROHE Vorstand. Bereits seit 2011 ist GROHE mit allen Produktionsstandorten und Logistikzentren weltweit nach der internationalen Norm für Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutzmanagementsysteme (OHSAS 18001:2007, zukünftig ISO 45001:2018) zertifiziert. Bestandteile dieser Zertifizierung sind jährliche interne und externe Audits in den Bereichen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.



Zertifikat

Prüfungsnorm: ISO 45001:2018
Zertifikat-Registrier-Nr.: 01 213 1900290

Unternehmen: Grohe AG
Feldmühleplatz 15
40545 Düsseldorf
Deutschland

mit den Standorten:

Düsseldorf (D), Hemer (D), Lahr (D), Porta Westfalica (D), Albergaria-a-Velha (PT) und Klaeng (THA)

(Details gemäß Anlage)

Geltungsbereich: Design, Entwicklung, Fertigung, Handel, Vertrieb, Logistik, Distribution und Service von Sanitärarmaturen und Zubehör, Brausen-, Spül- und Installationssystemen sowie Sanitärkeramik

Durch ein Audit wurde der Nachweis erbracht, dass die Forderungen der ISO 45001:2018 erfüllt sind.

Gültigkeit: Dieses Zertifikat ist gültig vom 22.12.2020 bis 21.12.2023.
Erstzertifizierung 2011

06.01.2021

TÜV Rheinland Cert GmbH
Am Grauen Stein · 51105 Köln

www.tuv.com

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

Grafik 27: Zertifikat für das Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmanagementsystem bei GROHE

GEFÄHRDUNGEN UND BELASTUNGEN

GROHE führt systematisch und wiederkehrend arbeitsplatz- bzw. tätigkeitsspezifische Gefährdungsbeurteilungen durch. Auf Grundlage der lokalen GROHE Gefährdungsbeurteilungen werden passende technische, organisatorische oder persönliche Schutzmaßnahmen installiert, eingeführt und/oder mit den Mitarbeitern vereinbart. Fachkräfte für Arbeitssicherheit, Betriebsmediziner oder auch Psychologen und Physiotherapeuten unterstützen die GROHE Führungskräfte dabei. Dort, wo Schwerpunktbelastungen identifiziert wurden, hat GROHE entsprechende weitergehende Programme und Maßnahmen implementiert; dabei spielen auch Aspekte einer alternden Belegschaft eine wichtige Rolle.

Mit einer veränderten Arbeitsorganisation, speziellen Arbeitsmitteln wie höhenverstellbaren Tischen, einer wechselnden Tätigkeit („Job-Rotation“) oder Fitnessgymnastik vor der Arbeitszeit und/oder in den Pausen kann z. B. ergonomischen Problemen vorgebeugt werden. GROHE macht hierfür entsprechende Angebote. Darüber hinaus gibt es in Bereichen mit Schwerpunktbelastungen Pflicht- und Angebotsuntersuchungen für die dort Beschäftigten. Dazu gehören in Deutschland die sogenannten „G“-Untersuchungen (arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchungen).

Grundsätzlich gibt es bei GROHE nur wenige Tätigkeiten, die ein besonders hohes Risiko für ernsthafte Erkrankungen mit sich bringen: So erfordert die Galvanik den Einsatz von Chrom VI als potenziell krebserregendem Stoff, in der Gießerei kommt es zum Einsatz von Quarzsand, während die mechanische Bearbeitung in der Schleiferei und Poliererei potenziell schädlichen Kupfer- und Bleistaub freisetzt.

Die Marke nimmt ihre Verantwortung für die Gesundheit der Mitarbeiter sehr ernst und trifft alle erforderlichen Maßnahmen, damit die Sicherheit der Mitarbeiter vom ersten Tag ihrer Ausbildung an bis zum Abschied in die Rente täglich gewährleistet ist. Die Mitarbeiter profitieren von lokalen Programmen für Gesundheit und Sicherheit. GROHE stellt sicher, dass sämtliche rechtliche Anforderungen sowie die eigenen Richtlinien erfüllt werden; zudem finden die Mitarbeiter immer einen verantwortlichen Ansprechpartner vor Ort vor.

Für alle Standorte existieren Arbeitsgruppen bzw. Arbeitskreise, in denen mehrmals jährlich, in der Regel unter Beteiligung der Standortleitung, der Personalabteilung, des Betriebsrats, des Werksarztes, der Fachkraft für Arbeitssicherheit und der Schwerbehindertenvertretung, lokale Maßnahmen zur Gesundheitserhaltung und -förderung erarbeitet und umgesetzt werden. Einzelne Projekte werden zudem regelmäßig durch Krankenkassen unterstützt.

Grafik 28: Die Armaturen werden während des Produktionsprozesses, z. B. nach der Galvanisierung, gründlich auf ihre Qualität hin überprüft



WOHLERGEHEN DER MITARBEITER FÖRDERN

Im Rahmen der Schulungsprogramme GROHExcellence und GROHEfficiency **(siehe Abschnitt 5.2)** bietet die Marke an den deutschen Standorten verschiedene Trainings an, die auf eine Verbesserung von Gesundheit und Sicherheit ausgerichtet sind. Gleichzeitig trägt aber auch jeder Mitarbeiter selbst Verantwortung für seine Gesundheit. Ein Seminar zur „gesundheitsorientierten Führung“ behandelt genau dieses Thema. Denn GROHE kann nur dann sichere und nachhaltige Arbeitsplätze erhalten, wenn jede einzelne Führungskraft der Marke mit gutem Beispiel vorangeht und die Bedeutung des Wohlergehens der Mitarbeiter unterstreicht. Um die Gesundheit der Mitarbeiter zu fördern, bietet GROHE eine kostengünstigere Leasingmöglichkeit für E-Bikes an. Deutschlandweit wurden bis Ende Finanzjahr 2020 184 Leasingverträge für E-Bikes abgeschlossen, wobei die Laufzeit immer drei Jahre beträgt. Mit Beginn der Pandemie im Frühjahr 2020 stieg die Nachfrage seitens der Mitarbeiter ein weiteres Mal. In Hemer können E-Bikes an eigenen Ladestationen abgestellt und aufgeladen werden. In Düsseldorf wurde im Jahr 2020 ein neuer Fahrradparkplatz gebaut. In den Jahren 2019 und 2020 nahmen Mitarbeiter des Düsseldorfer Headquarters an der Kampagne „Stadtradeln“ teil. Bei dieser Aktion wird das Ziel verfolgt, in einem definierten Zeitraum möglichst viele Radkilometer zu sammeln und Fahrten ins Büro sowie an Wochenenden mit dem Fahrrad zurückzulegen.

Einmal im Jahr veranstaltet GROHE an allen Standorten einen „Tag für Gesundheit und Sicherheit“, um Mitarbeiter in einem unterhaltsamen Ambiente für alle wichtigen Themen rund um Gesundheit und Sicherheit zu sensibilisieren.

Im Februar 2020 fand am Werksstandort Hemer zum ersten Mal eine Gesundheitswoche in Zusammenarbeit mit der Krankenkasse KKH statt. Insgesamt nahmen 233 Mitarbeiter das Angebot wahr. Vier Mitarbeiter der KKH waren am Werk vor Ort und boten sowohl in Gruppen als auch pro Person z. B. Mitmachaktionen und Gespräche zu den Themen „Handkraftmessung“, „Fit mit dem Theraband“, „Faszien - faszinierende Bindegewebe“, „Blitzentspannung“ oder auch „Stress- und Lungenfunktionstests“ an.



Grafik 29: GROHE bietet Leasingverträge für E-Bikes an

GROHE SUSTAINABILITY OBJECTIVES: UNFALLBEDINGTE AUSFALLTAGE

GROHE hat sich im Rahmen der GROHE Sustainability Objectives 2014 – 2021 das Ziel gesetzt, die Anzahl der unfallbedingten Ausfalltage (Lost Time Days, LTD) stufenweise um 60 Prozent zu reduzieren. Hier liegt GROHE gut auf Kurs, wobei es, bedingt durch wenige längere Abwesenheiten, zu Schwankungen kommt und daher der Gesamttrend zu beobachten ist.

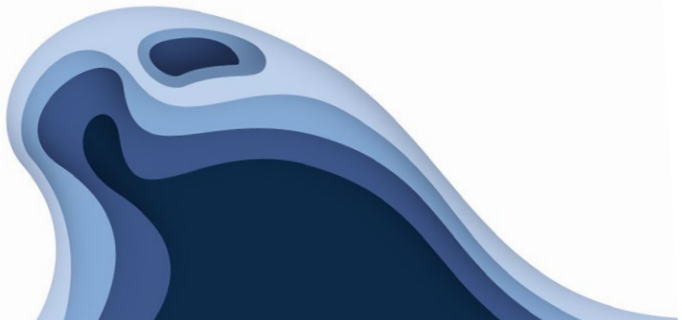
In den vergangenen Jahren hat sich die Kennzahl wie folgt entwickelt:

Unfallbedingte Ausfalltage		FY 2014	FY 2015	FY 2016	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021
Nachhaltigkeitsziel	%	Basisjahr	–8,57 %	–17,14 %	–25,71 %	–34,28 %	–42,85 %	–51,42 %	–60,00 %
	LTD	1460	1335	1210	1085	959	834	709	584
Ergebnis	LTD	1460	1618	771	424	761	1044	552	399
	%	-	+10,82 %	–47,19 %	–70,96 %	–47,88 %	–28,50 %	–62,20 %	–72,67 %

Tabelle 17: GROHE Sustainability Objectives, unfallbedingte Ausfalltage

UNFÄLLE MIT AUSFALLTAGEN

GROHE ist bestrebt, alle Unfälle zu vermeiden, und bekennt sich daher zur „Zero Accident"-Philosophie. Als Leitindikator für die Verbesserung der Arbeitssicherheit wird die Anzahl der Unfälle mit Ausfalltagen (Lost Time Incident, LTI) gemessen. In dem Zeitraum 2014 bis 2020 hat es keine arbeitsbedingten Todesfälle gegeben.

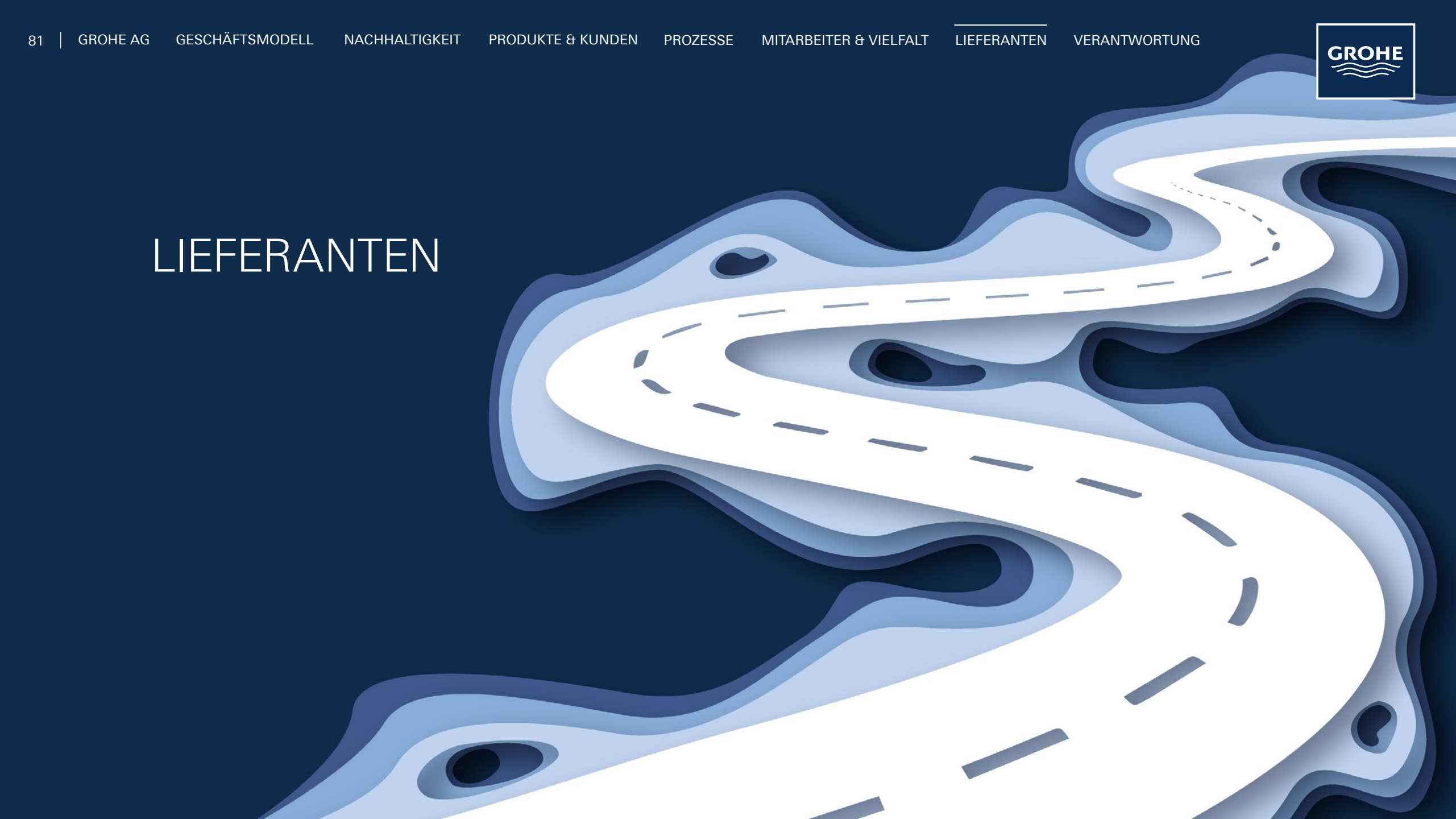


In den vergangenen Jahren hat sich die Kennzahl wie folgt entwickelt:

		FY 2014	FY 2015	FY 2016	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Unfälle mit Ausfalltagen / Lost Time Incidents (LTI)	Mitarbeiter	64	62	38	16	18	26	17
	Leiharbeitnehmer	27	27	20	8	9	9	5
	GESAMT	**91**	**89**	**58**	**24**	**27**	**35**	**12**
Unfälle mit Ausfalltagen auf 1 Mio. Arbeitsstunden / Lost Time Incident Frequency Rate (LTIFR)	Mitarbeiter	7,51	8,43	4,96	2,06	2,22	2,87	1,28
	Leiharbeitnehmer	44,56	41,59	32,88	10,25	8,25	10,52	4,86
	GESAMT	**9,98**	**11,12**	**7,01**	**2,81**	**2,94**	**3,44**	**1,64**

Tabelle 18: Unfälle mit Ausfalltagen

LIEFERANTEN



6. LIEFERANTEN

Das Ziel, einer der nachhaltigsten Hersteller für Badlösungen und Küchenarmaturen weltweit zu werden, kann GROHE nicht allein erreichen, sondern ist auf zuverlässige Partner angewiesen. Daher integriert die Marke auch in der Zusammenarbeit mit ihrem globalen Lieferkettennetzwerk ihr Bestreben, Ressourcenschonung voranzutreiben, und achtet auf die Einhaltung der Menschenrechte und fairen Wettbewerb in der Lieferkette. Diese Aspekte wurden auch im Rahmen des Wesentlichkeitsprozesses als vorrangig definiert. Im **Abschnitt 6.1.** wird GROHEs grundsätzlicher Ansatz für ein nachhaltiges Lieferkettenmanagement beschrieben.

Ein Risiko in der globalisierten Arbeitswelt ist weiterhin, dass grundlegende Menschen- und Arbeitsrechte nicht überall in den Wertschöpfungsnetzwerken eingehalten werden. GROHEs Stakeholder erwarten, dass der Wertekanon der Marke bei diesen Themen auch entlang der Lieferkette durchgesetzt wird. Diese Verantwortung nimmt GROHE auch aus eigener Überzeugung wahr. Dieser Ansatz wird in **Abschnitt 6.2.** erläutert.

Eine wichtige Voraussetzung für eine nachhaltige Entwicklung, von der alle profitieren, ist fairer Wettbewerb. Unlautere Praktiken wie Korruption, Bestechung oder Diebstahl verursachen in Entwicklungsländern jährlich einen erheblich Schaden.[7] Der GROHE Lieferketten-Ansatz zu Antikorruption und antikompetitivem Verhalten wird in **Abschnitt 6.3.** geschildert.

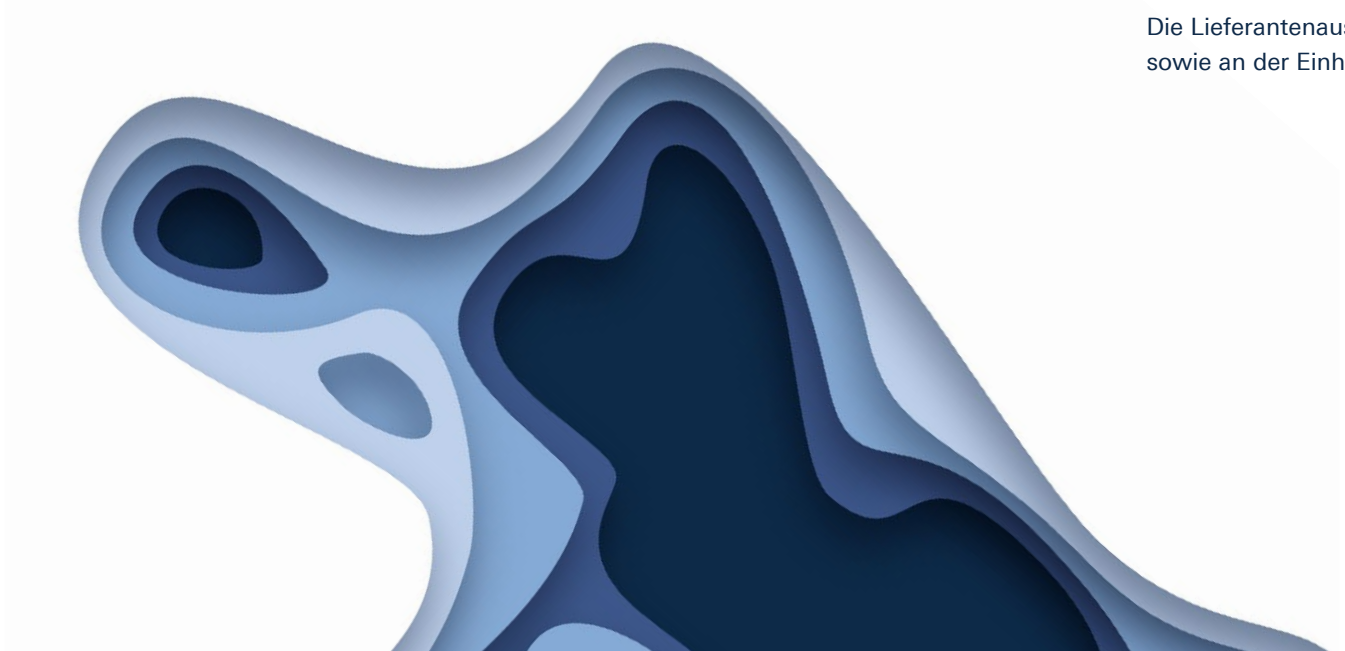


[7] *UN SDG 16 – Facts & Figures (Link): rund 1,26 Billionen US-Dollar jährlich.*

6.1.
NACHHALTIGES LIEFERKETTENMANAGEMENT

Durch die Komplexität und globale Ausrichtung von Zulieferernetzwerken ist die Arbeit an Nachhaltigkeitsthemen wie der Einhaltung der Menschenrechte, Umweltschutz und Antikorruption eine wichtige, aber auch herausfordernde Aufgabe für alle international agierenden Unternehmen.

Um Nachhaltigkeit auch in der Lieferkette umzusetzen, hat GROHE ein nachhaltiges Lieferkettenmanagement aufgebaut. Die Marke analysiert die Nachhaltigkeitswirkungen regelmäßig, leitet entsprechende Maßnahmen ab und überprüft deren Wirksamkeit. Dabei sieht GROHE seine Lieferanten und Dienstleister als Partner, auch in den Bereichen Umweltschutz und Ressourcenschonung sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Verbesserungsmaßnahmen werden von GROHE eingefordert und gefördert.



ANFORDERUNGEN IN DER LIEFERKETTE

Das nachhaltige Lieferkettenmanagement bei GROHE setzt auf drei Ebenen an:

- Verhaltensorientierte Anforderungen sind im GROHE Verhaltenskodex für Lieferanten (GROHE Supplier Code of Conduct) und in der GROHE Verpflichtungserklärung für Lieferanten und Dienstleister festgehalten.
- Prozessorientierte Anforderungen sind z. B. Vorgaben bezüglich der Qualität von Produktionsprozessen, die in entsprechenden Zertifizierungen dokumentiert sind (beispielsweise in Zertifizierungen nach ISO 9001 für Qualität, ISO 14001 für Umwelt, ISO 45001 für Arbeits und Gesundheitsschutz oder nach ISO 50001 für Energie).
- Produkt- und dienstleistungsorientierte Anforderungen: In Bauteil und Materialspezifikationen bezieht GROHE ebenfalls Nachhaltigkeitsaspekte wie beispielsweise Umwelt- und Arbeitsschutzkriterien bei der Auswahl der Lieferanten mit ein.

Die Lieferantenauswahl orientiert sich in der Regel an der Verfügbarkeit, der Qualität und am Preis sowie an der Einhaltung der Nachhaltigkeitsanforderungen auf den drei Ebenen.

LOKALE BESCHAFFUNG GLOBAL UMGESETZT

Lokale Lieferanten sind ein wichtiger Bestandteil der nachhaltigen Beschaffungsstrategie von GROHE. Bei der Auswahl der Lieferanten definiert GROHE den Begriff „lokal“ mit dem Land, in dem das produzierende Werk angesiedelt ist. Daraus ergibt sich auch die Definition „Hauptgeschäftsstandorte“. Dies sind die internationalen Werksstandorte der Marke (Hemer, Lahr, Porta Westfalica in Deutschland, Albergaria in Portugal und Klaeng in Thailand). Alle Werke und die Zentrale sind datenmäßig zusammengefasst. Dabei gibt es für Produktionsmaterialien, aber auch für Dienstleistungen gesetzliche oder geschäftsbedingte Grenzen der lokalen Beschaffung.

Produktionsmaterialien, Anlagen, Betriebsmittel (direkt)
Die von GROHE hergestellten Produkte unterliegen weltweit unterschiedlichen Zulassungen nach nationalen Trinkwasservorschriften. Dadurch ist es möglich, dass für bestimmte Bauteile und Materialien, wie beispielsweise Klebstoffe mit Trinkwasserzulassung, spezielle Zulassungs- bzw. Zertifizierungskriterien für Produktionsstätten oder Anlagen benötigt werden, welche bei den Lieferanten nur in bestimmten Produktionsstätten in der Welt erfüllt werden.

Die Beschaffung von Maschinen, Anlagen und Arbeitsmitteln erfolgt in enger und systematischer Abstimmung mit den Umwelt-, Arbeitssicherheits- und Energiebeauftragten, um entsprechende Aspekte frühzeitig zu berücksichtigen.

Langlebigkeit, Arbeitssicherheit, Ergonomie, Umweltverträglichkeit, Verbrauch von Hilfs- und Betriebsstoffen, Energie- und Wasserverbrauch, Menge und Verwertbarkeit von Abfällen sowie Emissionen sind wesentliche Kriterien, die hier berücksichtigt werden.

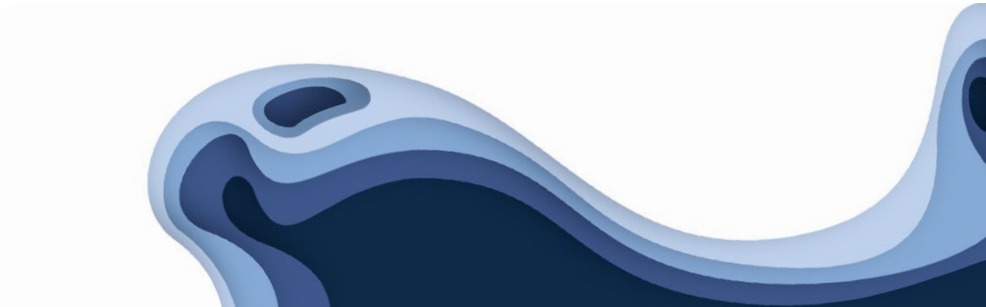
Bezüglich Gefahrstoffen geht es in erster Linie darum, sicherzustellen, dass nur von GROHE zugelassene Stoffe bestellt und geliefert werden sowie Gefährdungsbeurteilungen und Betriebsanweisungen erstellt und Gefahrstoffkataster geführt werden, um den Umgang für die Mitarbeiter so sicher wie möglich zu machen. Darüber hinaus müssen Umgangs- und Lagervorschriften eingehalten und Mitarbeiter vor dem Einsatz entsprechend geschult werden.

Die Beschaffung von Gefahrstoffen erfolgt in systematischer und enger Zusammenarbeit mit den Umwelt- und Arbeitssicherheitsfunktionen der einzelnen GROHE Standorte.

Dienstleistungen (indirekt)
Dienstleistungen, die mit der Errichtung, Reparatur, Instandhaltung und Wartung von Gebäuden, Maschinen, Anlagen und entsprechenden Einrichtungen zu tun haben, werden von GROHE zum Großteil lokal bzw. regional an den Produktionsstandorten beschafft. Bei besonderen Anforderungen kann es notwendig sein, dass auch Wartungen, Reparaturen oder Umbauten über nationale Grenzen hinweg beauftragt werden, falls lokal, regional und gegebenenfalls national keine geeigneten Dienstleister verfügbar sind. Dies kann beispielsweise Spezialmaschinen betreffen, welche aus dem Ausland stammen.

Bei bestimmten Dienstleistungen, wie der Instandhaltung von Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen oder auch zum Umgang mit klima- und ozonschutzschichtschädigenden Stoffen, gibt es gesetzliche Vorgaben für die Qualifizierung der Dienstleistungsunternehmen und ihrer Mitarbeiter, was ebenfalls die Verfügbarkeit von Dienstleistern einschränkt.

Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Entsorgung oder dem Recycling von Abfällen werden in der Regel lokal bzw. regional beauftragt, die Entsorgung und das Recycling finden in der Regel national statt. In einigen Fällen, in denen national keine hochwertige Aufbereitungsinfrastruktur zur Verfügung steht, gibt es auch grenzüberschreitenden Verkehr. Um illegalen Praktiken bei der (Sonder-)Abfallentsorgung keinen Vorschub zu leisten, wurden eigenständige Verfahren zur weltweiten Auditierung und Freigabe von Entsorgungsdienstleistern entwickelt.



UMWELT- UND SOZIALSTANDARDS IN DER LIEFERKETTE

Lieferanten verpflichten

GROHE hat für die Bewertung von Lieferanten Regeln und Vorgaben festgelegt, die auch ökologische und soziale Aspekte beinhalten. Dazu gehören auch die Menschenrechte. Mit dem Verhaltenskodex für Lieferanten (LIXIL Supplier Code of Conduct) verpflichtet GROHE seine weltweiten Lieferanten zur Einhaltung von ökologischen und sozialen Standards. Dabei greift der Kodex die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) auf und berücksichtigt Aspekte wie Menschenrechte, Sicherheit und Gesundheit sowie Umwelt. GROHE verpflichtet darüber hinaus seine Lieferanten, faires Geschäftsgebaren einzusetzen und geltende Datenschutzgesetze und -vorschriften einzuhalten. 2018 wurde der Verhaltenskodex für Lieferanten adaptiert: Er sieht nun vor, dass Lieferanten Korruption verbieten und gesetzliche Arbeitszeiten und Mindestlohnanforderungen einhalten müssen. Gleichzeitig wird gefordert, dass die Lieferanten von ihren Zulieferern gleichwertige Standards verlangen. Seit 2010 arbeitet GROHE nur noch mit Zulieferern zusammen, die sich schriftlich dazu bekannt haben, die Forderungen des LIXIL Supplier Code of Conduct (früher GROHE Supplier Code of Conduct) einzuhalten. Gleichwertig dazu akzeptiert GROHE die Teilnahme an anerkannten Branchenverbandslösungen oder die Mitgliedschaft beim UN Global Compact. Bislang haben über 1.050 Lieferanten dem LIXIL Code of Conduct zugestimmt. Zum 1. April 2019 wurde ein Vertragsmanagement eingeführt. Hier wird auch der vom Lieferanten gegengezeichnete LIXIL Supplier Code of Conduct hinterlegt. Einkäufer haben Zugriff auf alle Dokumente und können die Aktualität erkennen. 85 Prozent der Dokumente sind dort bereits hinterlegt.

Damit Dienstleister an einem der weltweiten Standorte tätig werden können, müssen sie die GROHE Verpflichtungserklärung für Lieferanten und Dienstleister akzeptieren und damit den Vorgaben zur Einhaltung von Sozialstandards, Arbeitssicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz, Verkehrssicherheit und Datenschutz entsprechen.

Seit 2015 wird der Lieferantenauswahlprozess bei GROHE durch ein Lieferantenportal gesteuert. Hier können sich Lieferanten bewerben, bzw. werden neue Lieferanten durch die zuständigen Einkäufer aufgefordert, sich zu registrieren. Im Rahmen dieses Auswahlprozesses muss jeder Lieferant einen Fragenkatalog, der unter anderem auch Fragen zu Umwelt und Arbeitssicherheit, den Verhaltenskodex für Lieferanten und die Verpflichtungserklärung für Lieferanten und Dienstleister beinhaltet, elektronisch beantworten, sodass alles nachvollziehbar dokumentiert ist. Alle neuen Lieferanten sind verpflichtet, sich über diesen Prozess zu registrieren. Existierende Lieferanten werden sukzessive aufgefordert, sich ebenfalls über das Portal zu registrieren.

Dabei bindet GROHE seine Lieferanten auch aktiv ein: Ende 2018 wurde das Lieferantenmanagement um einen CSR-Fragebogen ergänzt. Dieser hilft, gemeinsam mit den Lieferanten an der Einhaltung der CSR-Richtlinien zu arbeiten. Er enthält Punkte aus den Bereichen CSR-Management, Fair Business, Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Umweltschutz sowie Beitrag zur Gesellschaft. Zuletzt wurden im März 2020 128 Lieferanten (ca. 83 Prozent des Einkaufsvolumens) gebeten, den Fragebogen auszufüllen. Insgesamt gaben 122 Lieferanten eine positive Rückmeldung. Die Fragen wurden ausgewertet und in ein Gesamt-Scoring übernommen. Erreichte ein Lieferant einen gewissen Score nicht (> 60 Prozent), wurden daraufhin Entwicklungsmaßnahmen vereinbart. Blieb ein Lieferant ohne Antwort, erhielt er eine Erinnerung und wurde im Folgenden persönlich kontaktiert. Dieser Prozess verlief besonders positiv, sodass alle Lieferanten, die den Lieferantenfragebogen ausgefüllt haben, den Mindest-Score erfüllten. Als Teil eines kontinuierlichen Prozesses wird der CSR-Fragebogen auch im Finanzjahr 2021 angestoßen: Es werden 160 Lieferanten angeschrieben und gebeten, den Fragebogen auszufüllen. Diese 160 Lieferanten machen über 90 Prozent des direkten Einkaufsvolumens aus. Um die Bedeutung des Nachhaltigkeitsgedankens für GROHE im Lieferantenmanagement zu verankern, wird das Ergebnis des CSR-Fragebogens Bestandteil der zukünftigen Lieferantenbewertung.

Angefordert werden auch Zertifikate z. B. zum Umwelt-, Sicherheits-, Arbeitsschutz- und Energiemanagement. Liegen keine Zertifikate vor, muss die Position zu den o. g. Bereichen dargelegt werden. Ergebnisse aus dem digitalen Lieferantenportal haben direkte Auswirkung auf die Lieferantenbewertung und helfen, Lieferanten in Bezug auf Nachhaltigkeit zu prüfen und weiterzuentwickeln.



Einhaltung systematisch überprüfen
Das GROHE Supplier Quality Management auditiert und bewertet alle neuen Lieferanten hinsichtlich der Qualität ihrer Produkte sowie ihrer Umwelt- und Sozialstandards. Zu den Sozialstandards gehören auch Menschenrechtsaspekte. Vorhandene Lieferanten werden in regelmäßigen Abständen erneut auditiert. Abweichungen werden dokumentiert, von beiden Seiten gegengezeichnet und mithilfe von Zielvereinbarungen korrigiert. Verstöße gegen den Verhaltenskodex für Lieferanten (Supplier Code of Conduct) werden genauestens überprüft und bei Bedarf Korrekturmaßnahmen eingeleitet.

Im Auditjahr 2019 hat GROHE ca. 40 Systemaudits durchgeführt, in deren Rahmen ökologische und soziale Kriterien geprüft wurden. Im Rahmen dieser Audits wurden alle neuen Lieferanten für Produktionsmaterialien geprüft. Dabei wurden keine potenziell negativen oder tatsächlichen Abweichungen in Bezug auf ökologische und gesellschaftliche Kriterien festgestellt.

Lieferanten von GROHE werden zusätzlich zu den Auditierungen einer jährlichen standardisierten Lieferantenbewertung unterzogen, die in einer Verfahrensanweisung detailliert beschrieben ist. Neben Qualitäts-, Logistik- und Einkaufsaspekten werden hier Aspekte des Umweltmanagementsystems sowie des Sicherheits- und Arbeitsschutzmanagements abgefragt. Mit diesen Bewertungen deckt GROHE 80 Prozent des globalen Einkaufsvolumens für Produktionsmaterial ab. Im indirekten Bereich (Dienstleistungen) werden alle Lieferanten mit einem Einkaufsvolumen von mehr als 500.000 € bewertet. Zusätzlich werden in beiden Bereichen weitere strategische und erfolgskritische Lieferanten in die Bewertung aufgenommen.

Seit 2017 läuft bei GROHE das Projekt „Conflict Minerals“, mit dem sichergestellt werden soll, dass Lieferanten ausschließlich Material aus als konfliktfrei deklarierten Quellen einsetzen. Als Konfliktmineralien werden Erze zur Gewinnung von Zinn, Tantal, Wolfram und Gold bezeichnet, die aus Konfliktgebieten stammen. Über 411 relevante Lieferanten wurden aufgefordert, das „Conflict Mineral Reporting Template“ auszufüllen. Die Rücklaufquote deckt ca. 92 Prozent des Einkaufsvolumens an Produktionsmaterial. GROHE wird weiterhin die bereits implementierten Prozesse durchführen, Systemaudits verfolgen und bei Bedarf Lieferanten in Bezug auf Nachhaltigkeit weiterentwickeln.



6.2.
MENSCHENRECHTE IN DER LIEFERKETTE

GROHE respektiert die Menschenrechte und verfolgt das Ziel, diese überall dort aufrechtzuerhalten und zu fördern, wo die Marke geschäftlich tätig ist. Die Achtung und Förderung der Menschenrechte über die gesamte Wertschöpfungskette ist für GROHE selbstverständlich. Dabei basieren die Menschenrechtsprinzipien der LIXL Group/GROHE auf internationalen Normen der ILO und der UN.

MENSCHENRECHTE IN DER LIEFERKETTE VERANKERN UND ÜBERPRÜFEN

GROHE erwartet nicht nur von eigenen Mitarbeitern, sondern auch von seinen Geschäftspartnern, inklusive Lieferanten und Händlern, dass sie Menschenrechte respektieren und nicht verletzen.
>> Mehr zur Achtung der Menschenrechte bei GROHE ist im Kapitel „Organisation des Nachhaltigkeitsmanagements bei GROHE“ zu finden.

Die Anforderungen zu den Menschenrechten in der Lieferkette sind im GROHE Verhaltenskodex für Lieferanten verankert. Bei der Prüfung der Umwelt- und Sozialstandards werden folglich auch die Menschenrechte mitgeprüft. Somit prüft GROHE alle neuen Lieferanten von Produktionsmaterialien auf die Achtung der Menschenrechte.

Im Rahmen seines Menschenrechts-Due-Diligence-Prozesses identifiziert, vermeidet und mindert GROHE als Teil LIXILs negative menschenrechtliche Auswirkungen. Auch wenn GROHE indirekt zu solchen Auswirkungen beigetragen hat, verpflichtet GROHE sich, durch legitime Verfahren Abhilfe für diese negativen Auswirkungen zu schaffen.

Im Rahmen der „LIXIL GROUP Human Right Principles“, die für alle LIXIL-Marken gelten, werden die Unternehmensvision LIXILs sowie die Verpflichtung wie auch Herangehensweise definiert.
>> Nähere Details sind hier vorzufinden.

LIXIL hat 2018 die Task Force „Human Rights Due Diligence“ gegründet, die sich aus Mitgliedern verschiedener Abteilungen zusammensetzt, darunter Corporate Responsibility, Human Resources und Compliance. Ziel ist es, die strikte Einhaltung von Prozessen der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht als global agierendes Unternehmen zu stärken und sicherzustellen. In Zukunft wird der Umfang dieser Prozesse auf die gesamte Gruppe ausgeweitet und transparent über die Leistung berichtet.

6.3. ANTIKORRUPTION UND ANTIKOMPETITIVES VERHALTEN IN DER LIEFERKETTE

Antikorruption und antikompetitives Verhalten ist ein wesentliches Thema für GROHE und betrifft die eigene Organisation genauso wie die Lieferkette.

ÜBERPRÜFUNG DER LIEFERANTEN

Lieferanten verpflichten sich mit der Einhaltung des Verhaltenskodex für die Lieferkette (LIXIL Supplier Code of Conduct) dazu, die Anforderungen zu Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten einzuhalten. Eine Kontrolle findet über die Maßnahmen zur Überprüfung der Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette statt. Alle Zulieferer von GROHE erhalten den LIXIL Code of Conduct, wobei die explizite Bestätigungsquote in den Hochlohnländern bei 94 Prozent und in den Niedriglohnländern bei 98 Prozent liegt. Bei der direkten Zulieferung sind 88 Prozent des Einkaufsvolumens durch den LIXIL Code of Conduct abgedeckt und bei der indirekten Zulieferung 66 Prozent.

TRADE COMPLIANCE BEI GROHE

Die Einhaltung aller gesetzlichen Regularien und internen Richtlinien, die im Zusammenhang mit der Beförderung von Waren im internationalen Handel stehen, fasst GROHE unter dem Begriff Trade Compliance zusammen. Nach Benennung eines Trade Compliance Officers im Jahr 2012 und der Implementierung weltweiter Aufbau und Ablaufstrukturen ist GROHE nach AEOF zertifiziert und gilt damit als zugelassener Wirtschaftsbeteiligter (Authorised Economic Operator, AEO).

>> Mehr zur Umsetzung innerhalb der Organisation durch das GROHE Compliance System befindet sich im Kapitel „Organisation des Nachhaltigkeitsmanagements bei GROHE“.



VERANTWORTUNG



7. GESELLSCHAFTLICHE **VERANTWORTUNG**

Gesellschaftliche Verantwortung ist für GROHE ein wesentlicher Baustein der Nachhaltigkeitsstrategie. GROHE führt daher mit allen interessierten Teilen der Öffentlichkeit einen offenen und konstruktiven Dialog und fördert Aktivitäten und Maßnahmen, die zum Umweltschutz, zur Ressourcenschonung, zur Verbesserung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie zur Verbesserung der Lebensumstände von sozial benachteiligten Menschen beitragen.



7.1. GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT VON GROHE

Im Zentrum der Nachhaltigkeit steht ein starkes Gefühl von Verantwortung – einer Verantwortung, die sich ganz natürlich von der Umwelt und den einzelnen Menschen bis hin zur Gesellschaft als Ganzes erstreckt. Neben der sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung reichen die unterschiedlichen Facetten der Verantwortung vom Kundenservice bis hin zu ressourcenschonenden Technologien und Produktionsprozessen. Die Marke engagiert sich auch in vielen Bereichen, die nicht zum Kerngeschäft gehören, um das Wohl der Menschen und der Gesellschaft als Ganzes zu fördern. Bei diesen Engagements geht es auch um eine verantwortungsvolle Wirtschaft, die den Menschen und der Gesellschaft dient.

GLOBALE UND LOKALE UNTERSTÜTZUNG

Die gesellschaftliche Verantwortung der Marke reicht insbesondere auch in benachteiligte Gesellschaften hinein. Deshalb unterstützt GROHE gemeinsam mit seinen Mitarbeitern aktiv globale wie lokale Projekte zur Verbesserung von gesellschaftlichen Verhältnissen.

Kostenlose Ausbildung innerhalb des GROHE Dual-Tech-Programms
Eines der besten Beispiele für das gesellschaftliche Engagement von GROHE ist das preisgekrönte GROHE Dual-Tech-Programm: Bereits seit 2009 bildet GROHE gemeinsam mit der NGO Don Bosco Mondo e. V. nicht nur auf den Philippinen, sondern auch in Mumbai und Delhi (Indien) sozial benachteiligte Menschen zwischen 17 und 25 Jahren zu Fachkräften im Sanitärhandwerk aus und bietet damit eine sichere Zukunftsperspektive.

Die ursprüngliche Idee für ein soziales Projekt in Indien entwickelten Nachwuchsführungskräfte von GROHE während einer Fortbildung. Von Anfang an war klar, dass GROHE der Akademie nicht nur finanzielle Unterstützung bieten wollte; viele Mitarbeiter von GROHE wollten freiwillig auch persönlich helfen. Sie reisten sogar während ihres Urlaubs nach Indien, um dort ihr Fachwissen weiterzugeben.

Im Rahmen des GROHE Dual-Tech-Ausbildungsprogramms konnten bisher 1.200 junge Menschen zu Fachkräften für Sanitärtechnik ausgebildet werden. Damit ermöglicht die Marke den Absolventen nicht nur gute Zukunftsaussichten, sondern wirkt auch dem Fachkräftemangel entgegen und verbessert so die Lebenssituation vieler Menschen vor Ort. Gerade dort, wo es an Trinkwasserleitungen, sanitären Einrichtungen, Hygienemaßnahmen und Gesundheitsfürsorge mangelt, sind Experten für Sanitärtechnik besonders gefragt. Damit zahlt dieses Hilfsprojekt auch auf die Erfüllung der Sustainable Development Goals der UN und insbesondere auf Ziel 6 „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“ ein. Das Projekt belegte den ersten Platz beim „Innovationswettbewerb für Vorhaben der beruflichen Bildung in Entwicklungsländern“ des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.

An jedem Standort wird sichergestellt, dass die Abschlüsse die jeweilige nationale Anerkennung haben; hinzu kommt das begehrte internationale Know-how von GROHE und seinen Geschäftspartnern. Dank ihrem Abschluss mit anerkanntem Zertifikat sind die jungen Installateure nach ihrer Ausbildung nicht auf die Kooperationsunternehmen angewiesen, sondern können sich auch bei anderen Unternehmen bewerben. Neben den Jahresprogrammen bietet GROHE Dual Tech auch Kurzzeitkurse für die Ausbildung zum Assistenz-Sanitärinstallateur sowie Weiterbildungskurse mit marktorientiert gestalteten Modulen für junge Berufstätige von Bau- und Sanitärfirmen an. Zur Sicherung des Qualitätsstandards erhalten die Ausbilder mit Maßnahmen wie „Train-the-Trainer“ eine qualifizierte Weiterbildung. Regelmäßige Besuche von GROHE Mitarbeitern zum persönlichen Austausch sowie die Verwendung von GROHE Materialien und Ausbildungshilfen runden das Programm ab.

Grafik 30: Absolvent des GROHE Dual-Tech-Ausbildungsprogramms



Zuletzt sind im November 2019 erstmalig 43 Absolventen des GROHE Dual-Tech-Trainingskurses mit dem international anerkannten „Installateurzertifikat“ ausgezeichnet worden. Gleichzeitig übergaben sie die mit ihrer Hilfe erbaute öffentliche Toilette an die Kirchengemeinde auf dem Don-Bosco-Campus. Damit zeigten sie nicht nur ihr handwerkliches Know-how, sondern auch ihr soziales Engagement. Denn sie verbessern somit nachhaltig die Hygienebedingungen für die zahlreichen Besucher und Gemeindemitglieder.

Turn Water into Food

Im Königreich Saudi-Arabien brachte GROHE erstmalig im Jahr 2015 das Projekt „Turn Water into Food (TWIF)“ auf den Weg. Die Initiative verteilt in Zusammenarbeit mit Stiftungen vor Moscheen Essen an benachteiligte Menschen. Die Idee: Moscheen werden mit selbstschließenden Armaturen ausgestattet und das dadurch gesparte Wasser „verwandelt“ sich in Essen. Bislang unterstützte das Projekt, das neben Saudi-Arabien auch in der Türkei, in Ägypten und Jordanien initiiert wurde, mehr als 2.360 Familien mit einer Mahlzeit.

Grafik 31 (links): Abschlussprojekt der Absolventen – eine öffentliche Toilette für die lokale Don-Bosco-Pfarrei

Grafik 32 (rechts): „Turn Water into Food“– die Initiative verteilt Essen an benachteiligte Menschen





LIXIL Community Day

Seit 2017 findet jährlich im Monat Oktober der LIXIL Community Day statt. Hierbei handelt es sich um gruppenweite Mitarbeiterengagement-Tage, die von allen LIXIL-Marken unterstützt werden. Im ersten Jahr zählte die Initiative ca. 3.500 Mitarbeiter aus 15 Ländern mit 70 verschiedenen Gemeinschafts-projekten. Bis 2019 nahm die Teilnehmeranzahl rasant zu, sodass im Oktober 2019 bereits 15.000 Mitarbeiter in 33 Ländern mit knapp 100 Projekten gezählt werden konnten. Jede Aktivität, die im Rahmen des LIXIL Community Days durchgeführt wird, nimmt auf eine der drei Säulen der LIXIL Nachhaltigkeits-strategie Bezug. So ließen sich Mitarbeiter als potenzielle Stammzellenspender bei der DKMS gegen Blutkrebs registrieren, führten Reinigungsaktionen an Stränden, Parks oder Flussufern durch, unterstützten das Hilfsprojekt „Weihnachten im Schuhkarton“ oder halfen bei den örtlichen Tafeln aus.



Grafik 33: LIXIL Community Day 2019

Eine besondere Initiative im Rahmen des LIXIL Community Days stellt das Projekt „Bottle-Free-Zones“ dar. Hierbei schreibt GROHE eine Bewerbungsphase für alle Mitarbeiter aus, bei der es darum geht, dass GROHE Blue Wassersysteme für Kindergärten, Vereinsheime oder Sporteinrichtungen, die die Mitarbeiter privat unterstützen, gespendet werden.



Grafik 34: Initiative „Bottle-Free-Zones“ im Rahmen des LIXIL Community Days



Grafik 35: Selbst geschriebenes sowie gezeichnetes Kinderbuch zum Thema „Verschmutzung der Meere“



Grafik 36: Das GROHE Team in Kopenhagen las sein Buch in Kindergärten vor

GROHE übernimmt dabei die Anschaffungs- und Einbaukosten, während der GROHE Mitarbeiter als Pate für das Wassersystem fungiert. Auf diesem Wege wurden bereits 15 Kindergärten bzw. Vereinshäuser mit dem Plastikflascheneinsparenden Wassersystem GROHE Blue ausgestattet.

Ein wichtiger Baustein im Rahmen des LIXIL Community Days ist die Nachhaltigkeitsbildung: Unter dem Motto „Pures Wasser für zukünftige Generationen sichern“ hat das dänische Team von GROHE ein Kinderbuch geschrieben. Es informiert Kindergartenkinder darüber, warum es wichtig ist, sich um die Ozeane zu kümmern, und wie man Plastikmüll reduzieren kann. 18.000 Exemplare wurden in 230 Kindergärten in Skandinavien verteilt.

Eine weitere Initiative, die GROHE im Rahmen der vierwöchigen LIXIL Community Days unterstützt, lautet „Make a Splash! Toilets for All“. UNICEF, die weltweit führende Kinderhilfsorganisation, und LIXIL haben sich im Jahr 2018 zusammengeschlossen, um benachteiligten Kindern Zugang zu sicheren sowie sauberen Toiletten zu ermöglichen. Mit der Initiative „Make a Splash! Toilets for All“ nutzen die beiden Organisationen ihre komplementären Stärken, um gemeinsam einem der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung näherzukommen: Dem Zugang zu angemessener und gerechter sanitärer Versorgung und Hygiene für alle und dem Ende der offenen Defäkation bis zum Jahr 2030.

In vielen Ländern hat die Krise im Bereich der Sanitärhygiene verheerende Folgen für die öffentliche Gesundheit. Über 700 Kinder unter fünf Jahren sterben jeden Tag an Durchfallerkrankungen, resultierend aus mangelhaftem Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitären Einrichtungen. Auch verringern sich beispielsweise die Bildungschancen für Kinder: Wichtige Schultage gehen durch wasser- und hygienebedingte Krankheiten sowie durch den Mangel an angemessenen sanitären Einrichtungen in Schulen verloren. LIXIL bietet eine einzigartige Produktreihe, die unter der Marke SATO speziell für Entwicklungsländer hergestellt wird: Das erschwingliche und einfach zu installierende Toilettensystem SATO verfügt über eine automatisch schließende Falltür, sodass Gerüche und Insekten ausgeschlossen werden. Eine kleine Menge Wasser (0,2 bis 1 Liter) öffnet die Falltür, um Verschmutzung zu vermeiden. SATO zielt darauf ab, ein selbsttragendes Sozialunternehmen zu sein, indem es einen lokalen „Make, Sell, Use“-Kreislauf in der jeweiligen Gemeinde etabliert, Arbeitsplätze schafft und es lokalen Herstellern und Stakeholdern ermöglicht, das Geschäft selbstständig weiterzuführen. Dies ermöglicht es einem Land, seine eigene Sanitärversorgung im Laufe der Zeit kontinuierlich zu verbessern.

GROHE generierte während des LIXIL Community Days zudem Spendengelder für „Make a Splash! Toilets for All“, indem die einzelnen Werke sowie das Headquarter Kuchenverkäufe in den Kantinen initiierten. In Zukunft will GROHE im Rahmen von Verkaufskampagnen weitere Spenden für die Initiative generieren.



Grafik 37 (links): SATO ist ein erschwingliches und einfach zu installierendes Toilettensystem



Grafik 38 (rechts): Kuchen-verkaufs-Aktionen generieren Spendengelder für „Make A Splash! Toilets for All“

ZUSAMMENARBEIT MIT EVERWAVE

Um der bestehenden Umweltbelastung durch Plastikmüll entgegenzutreten, initiierte GROHE im Jahr 2018 die „Less Plastic Initiative“ (siehe Seite 61). Die Vision von sauberem Wasser durch die Reduktion von Plastikmüll verbindet die Marke auch mit **everwave** (ehemals **Pacific Garbage Screening, PGS):** Zusammen mit einem interdisziplinären Team von Naturwissenschaftlern, Ingenieuren und Meeresbiologen arbeitet die studierte Architektin Marcella Hansch im Rahmen ihres Projektes an der Entwicklung einer Wasserplattform, die Plastikmüll in Flüssen einsammeln soll, ehe es die Ökosysteme in Ozeanen und Flüssen schädigt. Seit Oktober 2019 unterstützt GROHE everwave: Beide wollen mit vereinten Kräften die Öffentlichkeit auf das weltweite Plastikproblem sowie auf zukunftsweisende Lösungen aufmerksam machen. So schärft GROHE in Form von Tipps z. B. zur Plastikreduktion im Alltag gemeinsam mit der NGO das Bewusstsein dafür, wie jeder einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten kann. Geplant ist zudem, zukünftig das „EmergenSEA Kit“ von everwave in Deutschland einzusetzen: Der Bildungskoffer bietet die Möglichkeit, die Themen Meere, Plastik und Ressourcenschutz mit Schulklassen fächerübergreifend zu erarbeiten. Darin enthalten sind klassische Arbeitsblätter, aber auch viele lehrreiche Spiele und Anleitungen für passende Experimente, um mit allen Sinnen erfahren und lernen zu können.

Die Unterstützung von PGS fördert die 2. strategische Nachhaltigkeitssäule LIXILs: **Wasser sparen und nachhaltiger Umweltschutz** (siehe Seite 52).



Grafik 39: Seit Oktober 2019 unterstützt GROHE die NGO everwave



Grafik 40: EmergenSEA Kit: ein Umweltbildungskoffer für Schulen



Grafik 41: Die Müllsammelboote CollectiX sind seit 2020 im Einsatz

SPENDENAKTIONEN

GROHE unterstützte im Berichtszeitraum örtliche Vereine, wie beispielsweise den Verein **Flaschenkinder e. V.** in Hemer, eine Initiative, die sich um Kinder alkoholkranker Eltern kümmert. So erhielt der Verein Spendengelder, die bei der firmeninternen Sportveranstaltung „GROHE Cup“ gesammelt und vom Vorstand verdoppelt worden waren.

Darüber hinaus initiierte GROHE 2018 erstmalig die sogenannte Weihnachtswünsche-Aktion. Hierbei wurden Weihnachtswünsche von Kindern der Vereine **Flaschenkinder e. V.** sowie **Froschkönige gegen KinderArmut e. V.,** Düsseldorf, von GROHE Mitarbeitern erfüllt. Diese Aktion wurde im Jahr 2019 erfolgreich wiederholt; neben den bereits benannten Vereinen wurden dabei auch Geschenke zugunsten der **DRK-Elsa-Brandström-Jugendhilfe,** Porta Westfalica, gespendet.



Grafik 42 (links): Übergabe einer Spende an den Verein Flaschenkinder e. V.



Grafik 43 (rechts): Seit 2018 findet jährlich die Weihnachtswünsche-Aktion zugunsten bedürftiger Kinder statt

ANHANG

ÜBER DIESEN BERICHT

In seinem dritten Nachhaltigkeitsbericht informiert GROHE über die ökonomischen, ökologischen sowie sozialen Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeiten in den Jahren 2018/2019/2020. Im Geschäftsjahr 2018 hat GROHE seine Beteiligungsstruktur durch den Hinzuerwerb der verbliebenen 50 Prozent der Anteile an den beiden bisherigen Joint-Venture-Gesellschaften Grome Marketing (Cyprus) Limited, Zypern, inklusive ihrer Tochtergesellschaften, sowie der Grome İç ve Dış Ticaret Anonim Şirketi, Türkei, ausgebaut. In diesem Zusammenhang wurde mit der GROHE Saudi Arabia Limited, Königreich Saudi-Arabien, eine Vertriebsgesellschaft im Königreich Saudi-Arabien erworben. Im gleichen Geschäftsjahr hat GROHE seine nordamerikanischen Tochtergesellschaften GROHE America Inc. und GROHE Canada Inc. im Rahmen des LIXIL-weiten Bestrebens zum Aufbau von Regionalstrukturen an eine amerikanische Konzernschwestergesellschaft aus der American Standard Group, USA, verkauft.

Mit Wirkung zum 11. Juli 2019 wurde Herr Thomas Fuhr vom Aufsichtsrat der Grohe AG zum Vorsitzenden des Vorstands berufen. Mit Wirkung zum 17. Juli 2019 wurde Herr Jonas Brennwald vom Aufsichtsrat der Grohe AG zum Stellvertretenden Vorsitzenden des Vorstands berufen.

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern" erstellt. Es ist der dritte Nachhaltigkeitsbericht, den GROHE veröffentlicht. Der letzte Bericht wurde 2018 veröffentlicht. Auf Basis des vorliegenden Berichts soll zukünftig alle zwei Jahre eine Berichterstattung erfolgen. Eine externe Prüfung der Inhalte hat bislang nicht stattgefunden, wird aber für zukünftige Berichte nicht ausgeschlossen.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen die männliche Form gewählt, es ist jedoch immer auch die weibliche bzw. die diverse Form gemeint.
Beispiel: Mitarbeiter → Mitarbeiterin.

Aufgrund der LIXIL-weiten Neuorganisation zur Erhebung von Personalkennzahlen (z. B. länderspezifische Aussagen zu Geschlecht, Anzahl der Mitarbeiter, weltweite Vergütungsanalysen) können derzeit einige der gewünschten Daten nicht bereitgestellt werden. Nach Abschluss dieser Umorganisation sowie Einführung entsprechender Analyse-Tools wird dies jedoch der Fall sein.

GRI-INHALTSINDEX

Für den Materiality Disclosures Service prüfte GRI das Vorliegen des GRI-Inhaltsindex und die Verweise der GRI-Angaben 102-40 bis 102-49 auf die entsprechenden Stellen im Nachhaltigkeitsbericht. Der GRI Service wurde in der deutschen Version des Nachhaltigkeitsberichts durchgeführt.

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	ZUSATZINFORMATIONEN UND AUSLASSUNGEN
GRI 101: GRUNDLAGEN 2016			
GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN 2016			
	ORGANISATIONSPROFIL		
	102-1 Name der Organisation	11	
	102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	10-11	
	102-3 Hauptsitz der Organisation	9	
	102-4 Betriebsstätten	9	
	102-5 Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	11	
	102-6 Belieferte Märkte	13	
	102-7 Grösse der Organisation	12,14	
	102-8 Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	14	Auslassung für länderspezifische Angaben: keine Informationen verfügbar (vgl. auch Erläuterung S. 98)
	102-9 Lieferkette	15-16	
	102-10 Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	98	
	102-11 Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	31	
	102-12 Externe Initiativen	32	
	102-13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	17	

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	ZUSATZINFORMATIONEN UND AUSLASSUNGEN
	STRATEGIE		
	102-14 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	5-6	
	ETHIK UND INTEGRITÄT		
	102-16 Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	19-23	
	UNTERNEHMENSFÜHRUNG		
	102-18 Führungsstruktur	29-30	
	102-19 Delegation von Befugnissen	30	
	102-20 Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	30	
	EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN		
	102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen	34	s. "2.4 Auswahl und Dialog mit relevanten Stakeholdern"
	102-41 Tarifverträge	14	s. "Mitarbeiter"
	102-42 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	34	s. "2.4 Auswahl und Dialog mit relevanten Stakeholdern"
	102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	35	s. "Dialog mit Stakeholdern"
	102-44 Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	35	s. "Dialog mit Stakeholdern"
	VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG		
	102-45 Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	107	s. "Wesentliche Gesellschaften der GROHE Holding GmbH"
	102-46 Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	26-27	s. "Wesentlichkeitsprozess 2020 und Auswahl der Berichts-inhalte" und "Grafik 11: GROHE Wesentlichkeitsmatrix 2020"
	102-47 Liste der wesentlichen Themen	26	s. "Wesentlichkeitsprozess 2020 und Auswahl der Berichtsinhalte"
	102-48 Neudarstellung von Informationen		Es waren keine Neudarstellungen notwendig.
	102-49 Änderungen bei der Berichterstattung	26	s. "Wesentlichkeitsprozess 2020 und Auswahl der Berichtsinhalte"

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	ZUSATZINFORMATIONEN UND AUSLASSUNGEN
	VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG		
	102-50 Berichtszeitraum	98	
	102-51 Datum des letzten Berichts	98	
	102-52 Berichtszyklus	98	
	102-53 Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	108	
	102-54 Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	98	
	102-55 GRI-Inhaltsindex	99-106	
	102-56 Externe Prüfung	98	

HOCHWESENTLICHE THEMEN

	ROHSTOFF-, MATERIALVERBRAUCH & ABFALL		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	56	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	56-61	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	56-61	
GRI 301: Materialien 2016	301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	56	
	301-2 Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	56-59	
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016	306-2 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	62	
	LANGLEBIGKEIT DER PRODUKTE		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	40, 50	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	50	

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	ZUSATZINFORMATIONEN UND AUSLASSUNGEN
	LANGLEBIGKEIT DER PRODUKTE		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	50	
Eigener Indikator	Garantielaufzeit und Ersatzteilverfügbar-keit	50	
	TREIBHAUSGASEMISSIONEN & KLIMAWANDEL		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	40, 55	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	42-43, 65-69	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	43, 67, 70	
GRI 305: Emissionen 2016	305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	70	
	305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	70	
	305-4 Intensität der THG-Emissionen	67	
	WASSERVERBRAUCH		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	40	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	41-43, 45-49, 63	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	43, 49, 63	
Eigener Indikator	Anteil EcoJoy Produkte	44	
GRI 303: Wasser 2016	303-1 Wasserentnahme nach Quelle	64	Zur Vergleichbarkeit der Daten über die Laufzeit der GROHE Sustainability Objectives und durch die pandemiebedingte Verzögerung des Erscheinungsdatums des vorliegenden Berichts, erfolgte die Informationserhebung und -darstellung nach GRI 303: Wasser 2016. Ein Wechsel auf GRI 303: Wasser und Abwasser 2018 ist für den nächsten Bericht vorgesehen.

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	ZUSATZINFORMATIONEN UND AUSLASSUNGEN
	ENERGIEVERBRAUCH		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	65	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	66, 68	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	66	
GRI 302: ENERGIE 2016	302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	66	
	302-3 Energieintensität	66	
	MENSCHENRECHTE IN DER LIEFERKETTE		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	83	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	87	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	87	
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016	412-2 Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren	38	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	86	
	ANTIKORRUPTION UND WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	36, 88	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	36-37, 88	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	37-38	
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016	205-1 Betriebsstätten, die auf Korrupti-onsrisiken geprüft wurden	38	
	205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	38	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016	206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	38	
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016	308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	86	

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	ZUSATZINFORMATIONEN UND AUSLASSUNGEN
	KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	40	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	51	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	51	
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016	416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	51	
	416-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	51	
	DIVERSITÄT & DEMOGRAFIE		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	40, 73	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	52-53	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	53, 73	
Eigener Indikator	Produkte, die der LIXIL Universal Design Policy entsprechen	53	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	73	



WEITERE RELEVANTE THEMEN

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	ZUSATZINFORMATIONEN UND AUSLASSUNGEN
	ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	72	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	77	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	78, 80	
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018	403-1 Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	77	
	403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	78	
	403-3 Arbeitsmedizinische Dienste	78	
	403-4 Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	78	
	403-5 Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	79	
	403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	79	
	403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz		Auslassung: Nicht zutreffend. Die Risikoanalysen haben keine entsprechenden Gefährdungen ergeben.
	403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen	80	
	AUS- UND WEITERBILDUNG		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	72, 74	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	74-76	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	74	

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	ZUSATZINFORMATIONEN UND AUSLASSUNGEN
	AUS- UND WEITERBILDUNG		
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	74	
	404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	76	
	GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT		
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	90	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	90-97	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	91-97	
GRI 415: Politische Einflussnahme 2016	415-1 Parteispenden		GROHE tätigt keinerlei politische Spenden.

WESENTLICHE GESELLSCHAFTEN DER GROHE HOLDING GMBH (GRI 102-45)



Bathroom International Trading Company Ltd.
Hongkong, China

Grohe A/S
Kopenhagen, Dänemark

Grohe Adria d.o.o.
Zagreb, Kroatien

Grohe AG
Hemer, Deutschland

Grohe América do Sul Serviços de Representação Ltda.
São Paulo, Brasilien

Grohe CR s.r.o.
Cestlice, Tschechien

GROHEDAL Sanitärsysteme GmbH
Porta Westfalica, Deutschland

Grohe Deutschland Vertriebs GmbH
Porta Westfalica, Deutschland

Grohe España S.A.
Barcelona, Spanien

Grohe Gesellschaft mbH
Wien, Österreich

Grohe Hong Kong Limited
Hongkong, China

Grohe Hungary Kft.
Budapest, Ungarn

Grohe India Private Limited
Neu-Delhi, Indien

Grohe International GmbH
Hemer, Deutschland

Grohe Japan K.K.
Tokio, Japan

Grohe Logistic Services GmbH
Porta Westfalica, Deutschland

Grohe Ltd.
Hounslow, Großbritannien

Grohe Malaysia Sdn Bhd
Kuala Lumpur, Malaysia

Grohe Mexico S. DE R.L. DE C.V.
Monterrey, Mexiko

Grohe N.V.
Winksele, Belgien

Grohe Nederland B.V.
Zoetermeer, Niederlande

Grohe Pacific Pte. Ltd.
Singapur, Singapur

Grohe Polska Sp. z o.o.
Warschau, Polen

Grohe Portugal Componentes Sanitarios Lda.
Albergaria-a-Velha, Portugal

Grohe S.à r.l.
Courbevoie – La Dèfense, Frankreich

Grohe Saudi Arabia Ltd. Co.
Jeddah/Mekka,
Königreich Saudi-Arabien

Grohe S.p.A.
Cambiago, Italien

Grohe Services GmbH
Hemer, Deutschland

Grohe (Shanghai) Sanitary Products Co. Ltd
Shanghai, China

Grohe Siam Ltd.
Klaeng, Thailand

Grohe Slovakia s.r.o.
Bratislava, Slowakei

Grohe Switzerland S.A.
Volketswil, Schweiz

Grohe (Thailand) Limited
Klaeng, Thailand

Grohe Verwaltungs GmbH
Hemer, Deutschland

Grohe Vietnam One Member Company Limited
Ho-Chi-Minh-Stadt, Vietnam

Grome Egypt Ltd.
Kairo, Ägypten

Grome Free Zone Marketing Ltd.
Kairo, Ägypten

Grome İç ve Diş Ticaret Limited Şirketi
Istanbul, Türkei

Grome Marketing (Cyprus) Ltd.
Nikosia, Zypern

Grome Marketing Gulf DMCC
Dubai, Vereinigte Arabische Emirate

Grome Marketing Nigeria Limited
Lagos, Nigeria

Grome Marketing Qatar W.L.L.
Doha, Katar

Grome Trading Ltd.
Kairo, Ägypten

Servicios Grohe Mexico S. DE R.L. DE C.V.
Monterrey, Mexiko

OOO Grohe
Moskau, Russland

PT Grohe Indonesia
Jakarta, Indonesien

IMPRESSUM UND KONTAKT

Herausgeber: GROHE Holding GmbH
Industriepark Edelburg
58675 Hemer, Germany

Verantwortlich: Norbert Lange, Melanie Vrenegor

Beratung: BSD Consulting, Zürich

Fotos: GROHE Bildarchiv

Kontakt: Grohe AG
Feldmühleplatz 15
40545 Düsseldorf

Telefon: 0211 9130 3000

Website green.grohe.com

ANSPRECHPARTNER

Norbert Lange
Leader EHS & Sustainability
E-Mail: Norbert.Lange@grohe.com

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

