

Pure Freude
an Wasser

GROHE
~~~~~

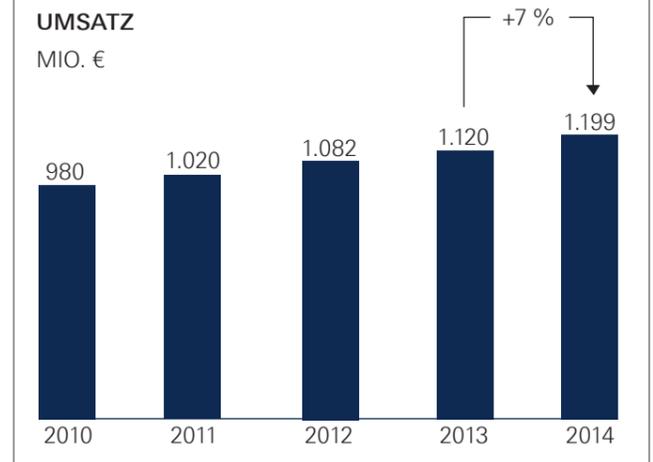
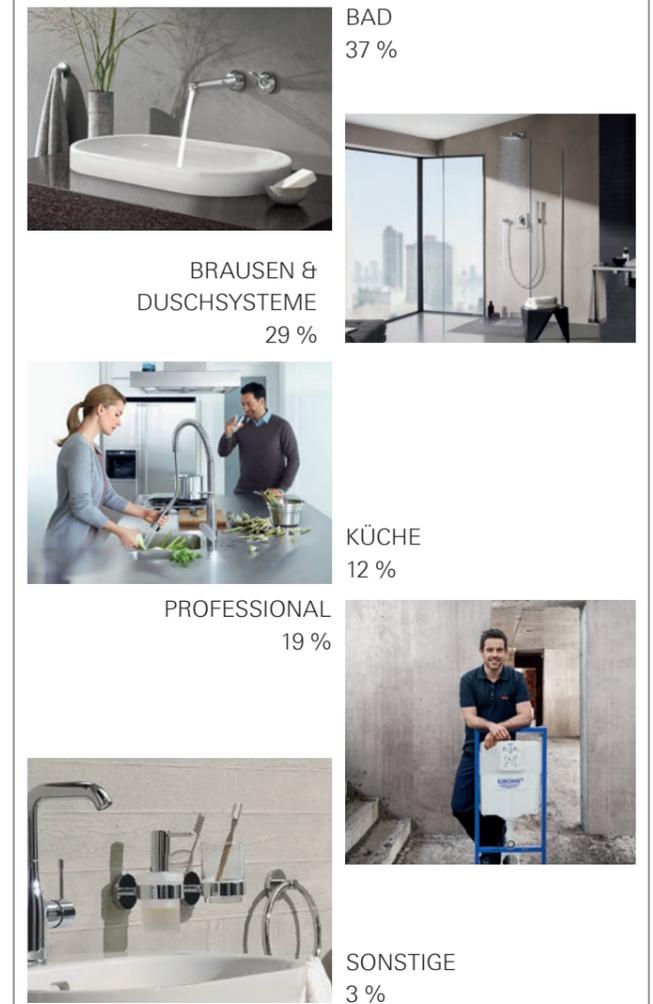
# NACHHALTIGKEITSBERICHT 2014\*

\*Berichtsjahre 2013 und 2014

GROHE HOLDING GMBH IN 2014 (KONSOLIDIERTE ZAHLEN):



UMSATZ 2014 NACH PRODUKTKATEGORIEN



# INHALTSVERZEICHNIS

## 02 GROHE

- 02 GROHE in Zahlen
- 07 Erklärung der Geschäftsleitung
- 08 GROHE Perspektiven

## 10 GROHE GESCHÄFTSMODEL

- 10 GROHE SustainAbility Vision
- 12 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen
- 12 Name der Organisation, Eigentumsverhältnis und Rechtsform
- 13 Umfang der Geschäftstätigkeit
- 13 Umsatz gegliedert nach Produktkategorien
- 14 Belieferte Märkte sowie Art der Abnehmer
- 14 Größe der Organisation
- 15 Beschäftigte
- 19 Arbeitnehmer in Kollektivvereinbarungen
- 19 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessenvertretungen

## 20 NACHHALTIGKEIT BEI GROHE

- 20 Ziele des Unternehmens
- 20 Nachhaltigkeitsmanagement: Struktur und Komitee
- 22 Menschenrechte
- 22 Erstellung der Berichtsinhalte/Wesentlichkeitsmatrix
- 25 Stakeholder: Auswahl und Definition der relevanten Stakeholder
- 27 Ethik und Integrität
- 27 GROHE SustainAbility Policy
- 28 Korruption und wettbewerbswidriges Verhalten
- 30 Handlungsfelder, wesentliche Themen und KPI's

## 36 PRODUKTE UND KUNDEN

- 38 Chancen und Herausforderungen, Produkte und Kunden
- 41 Garantien und Produktsicherheit
- 42 GROHE Blue®

## 44 PROZESSE

- 46 Produktion, Materialeinsatz
- 51 Projekte zur Ressourcen- und Energieeffizienz
- 53 Energieverbrauch, Emissionen und Klimawandel

## 56 MITARBEITER

- 58 Aus- und Weiterbildung
- 60 Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutzmanagement

## 64 LIEFERANTEN

- 66 Lieferkette der Organisation
- 68 GROHE Supplier Code of Conduct & GROHE Leitfaden Kartellrecht sowie GROHE Verpflichtungserklärung für Lieferanten und Dienstleister
- 68 GROHE Anforderungen bei der Abfallentsorgung
- 68 GROHE Anforderungen bei der Beschaffung von Maschinen, Anlagen und Arbeitsmitteln
- 68 GROHE Anforderungen bei der Beschaffung von Gefahrstoffen
- 68 GROHE Produktspezifikationen, Lieferantenbewertungen, Lieferantenaudits

- 69 Supply Integrated Value Engineering
- 69 GROHE Trade Compliance Zertifizierung (AEO-F)
- 69 Nachhaltige Logistikkoooperation

## 70 GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

- 70 Gesellschaftliche Verantwortung
- 72 GROHE Dual Tech
- 72 GROHE Team in Jodhpur/Indien
- 73 GROHE Team in Jeddah/Saudi Arabien
- 73 Lokales Engagement

## 74 ANHANG

- 74 Über diesen Bericht
- 76 GRI G4 Content Index
- 76 GRI Materiality Disclosure Service
- 78 Wesentliche Gesellschaften der Grohe Holding GmbH
- 80 Impressum

## GRAFIKVERZEICHNIS

| GRAFIK NR. | GRAFIK NAME                                                                                                                  | SEITE |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 1          | GROHE Umsatz nach Produktkategorien                                                                                          | 13    |
| 2          | GROHE Umsatz und EBITDA                                                                                                      | 14    |
| 3          | GROHE Mitarbeiter nach Regionen (Grohe AG deutsche Standorte 2013)                                                           | 15    |
| 4          | GROHE Mitarbeiter nach Geschlecht (Grohe AG deutsche Standorte 2013)                                                         | 15    |
| 5          | Mitarbeiterentwicklung angestellt und gewerblich (Grohe AG deutsche Standorte 2013)                                          | 16    |
| 6          | GROHE Mitarbeiterentwicklung Auszubildende (Grohe AG deutsche Standorte 2013)                                                | 16    |
| 7          | GROHE Mitarbeiter nach Arbeitsvertrag und Geschlecht (Grohe AG deutsche Standorte 2013)                                      | 17    |
| 8          | GROHE Mitarbeiter fest angestellt nach Beschäftigungsart und Geschlecht (Grohe AG deutsche Standorte 2013)                   | 17    |
| 9          | GROHE Mitarbeiter nach Angestellten und weisungsgebundenem Personal sowie nach Geschlecht (Grohe AG deutsche Standorte 2013) | 18    |
| 10         | Wesentlichkeitsmatrix                                                                                                        | 24    |
| 11         | Einsparung Wasser für einen 4-Personen-Haushalt in Kalifornien                                                               | 38    |
| 12         | GROHE Eco Joy®                                                                                                               | 39    |
| 13         | GROHE SilkeMove ES®                                                                                                          | 40    |
| 14         | Carbon footprint GROHE Blue®                                                                                                 | 43    |
| 15         | Aufteilung eingesetztes Material nach Gewicht in %                                                                           | 46    |
| 16         | Aufteilung eingesetzter Metalle nach Gewicht in %                                                                            | 47    |
| 17         | Aufteilung eingesetzter Kunststoffgranulate nach Gewicht in %                                                                | 48    |
| 18         | Aufteilung eingesetzter Packstoffe nach Gewicht in %                                                                         | 49    |
| 19         | Aufteilung eingesetztes Papier nach Gewicht in %                                                                             | 50    |
| 20         | Aufteilung der dem Entscheidungsprozess zugeführten Packstoffe nach Gewicht in %                                             | 50    |
| 21         | Zeitstrahl Projekte Ressourcen- und Energieeffizienz                                                                         | 51    |
| 22         | GROHE Auszubildende „Deine Chance im GROHE Team“                                                                             | 58    |
| 23         | GROHE Einkaufsvolumen Anteil Global / Lokal in %                                                                             | 66    |
| 24         | GROHE Dienstleister innerhalb der Supply Chain                                                                               | 67    |
| 25         | Urkunde 1. Preis Innovationswettbewerb BMZ                                                                                   | 73    |

# STRATEGIE UND ANALYSE

## ERKLÄRUNG DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

G4-1



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

einer der wichtigsten Leitsätze von GROHE ist, kontinuierlich nach einer Steigerung der Nachhaltigkeit zu streben. Denn Nachhaltigkeit ist integraler und wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie, die auf effizientes Wachstum ausgerichtet ist. Bei GROHE basiert Nachhaltigkeit auf langjähriger Erfahrung und Kompetenz. Sie ist Teil sämtlicher Prozesse und Produkte und bestimmt das tägliche Handeln aller Mitarbeiter weltweit. Dadurch nehmen wir als „Masters of Technology“, seit vielen Jahrzehnten die Vorreiterrolle für die Sanitärindustrie ein und setzen mit unseren hohen Standards weltweit Maßstäbe.

Es liegt in unserer Verantwortung, uns Themen wie Wassersparen, Energiesparen und dem demographischen Wandel zu stellen. Auch nimmt die Geschwindigkeit der Globalisierung tagtäglich zu. Um diesen Herausforderungen gerecht werden zu können, verfolgen wir seit Jahren unser Ziel, Nachhaltigkeit in allen Strukturen, Prozessen, Handlungen – und Denkweisen zu verankern. Dieser Ansatz wird auch außerhalb des Unternehmens anerkannt, so dass wir uns 2014 zu den Top 3 des Deutschen Nachhaltigkeitspreises in der Kategorie Unternehmen zählen durften. Mit unserem ersten GROHE Nachhaltigkeitsbericht haben wir nun einen weiteren Meilenstein in unserer nachhaltigen Unternehmensgeschichte gesetzt. Gemeinsam mit unseren Kunden wollen wir den Umgang mit den wertvollen Ressourcen Wasser und Energie so nachhaltig wie möglich gestalten, denn wir wissen: Nicht alle Länder dieser Welt verzeichnen eine positive Wasserbilanz, so z. B. in Südeuropa oder Nahost. Umso wichtiger ist es, mit einem Höchstmaß an Einsatzbereitschaft und Kreativität nachhaltige Produkte zu entwickeln, mit denen selbst Wassersparen Spaß macht.

Schon bei der Produktentwicklung fließt der Nachhaltigkeitsgedanke ein und zieht sich durch die Fertigung über die ressourcenschonende Nutzung bis zum Recycling durch den gesamten Produktlebenszyklus. Die gesamte Expertise aus vielen Jahrzehnten Forschung und Entwicklung findet sich in den innovativen Technologien wieder, so wie beim Wassersystem GROHE Blue®, das bis zu 86 Prozent an Treibhausgasemissionen einspart, bei der Legierung GROHE Light®, die einen reduzierten Bleigehalt bietet oder bei der Technologie GROHE EcoJoy®, die Wassereinsparungen von bis zu 50 Prozent ermöglicht.

Um nachhaltige Prozesse kontinuierlich zu optimieren und entsprechende Projekte zur Verbesserung der Nachhaltigkeit zu würdigen, haben wir seit 2011 erfolgreich den internen Wettbewerb „Grohe SustainAbility Trophy“ etabliert. Unser integrativer Ansatz von Nachhaltigkeit schließt auch unsere Fachpartner ein, u. a. im Rahmen von persönlichen Beratungen, speziellen GROHE Water & Energy Audits oder durch Expertenwissen zum Thema Green Buildings. GROHE wird sich heute und zukünftig dafür einsetzen, die effiziente Nutzung der wertvollen Ressourcen täglich weiter zu verbessern – für eine gesunde Umwelt und eine lebenswerte Zukunft.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Rauterkus', written in a cursive style.

Ihr  
Michael Rauterkus  
Vorsitzender der Vorstands, GROHE AG

## GROHE PERSPEKTIVEN



**Michael Rauterkus**  
Chief Executive Officer

*„Nachhaltigkeit bei GROHE basiert auf vielen Jahrzehnten gesammelter Erfahrung und Kompetenz. Sie ist tief in unseren Strukturen, Prozessen und Produkten verwurzelt und es ist unser erklärtes Selbstverständnis, dass alle Mitarbeiter für unsere Nachhaltigkeitsziele einstehen. Das gilt auch für unseren Code of Conduct, den wir uns selbst und unseren Marktpartnern auferlegt haben.“*



**Michael Mager**  
Executive Director Personal and Organization/  
Director of Labour Relations

*„Die Förderung der professionellen Aus- und Weiterbildung hat bei GROHE hohe Priorität und hilft uns als Unternehmen dabei, die Herausforderungen des demografischen Wandels meistern zu können. Zahlreiche Preise unterstreichen die überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit unserer jungen Leute und zeigen, dass das Niveau der Ausbildungsqualität auch extern Anerkennung findet.“*



**Thomas Fuhr**  
Executive Director Operations

*„Das Unternehmen steht für Pure Freude an Wasser. Das heißt für uns auch, dass wir eine große Verantwortung für diese Ressource tragen und globalen Veränderungen, wie z. B. Wassermangel, rechtzeitig mit innovativen Produkten begegnen müssen.“*



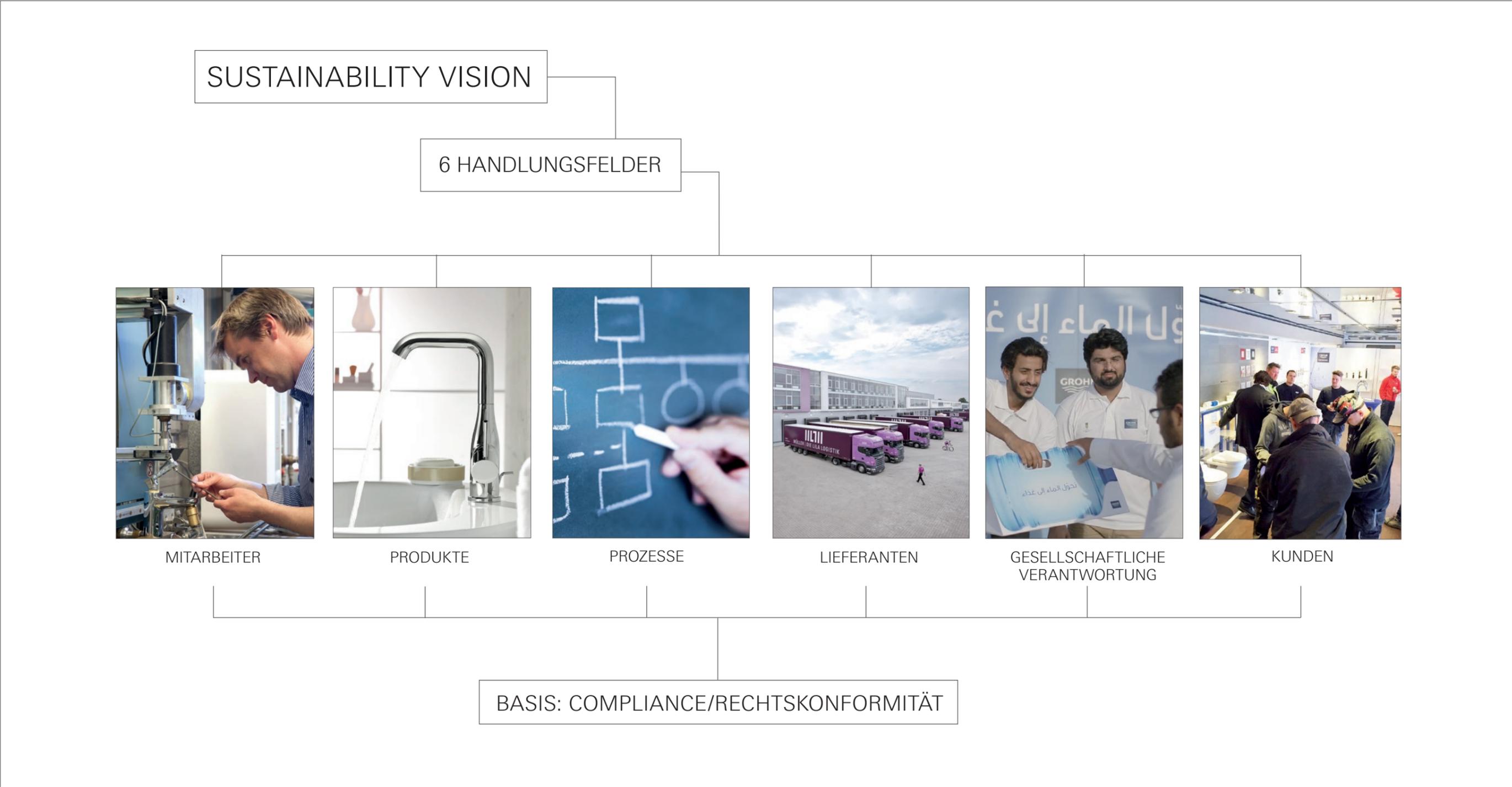
**Adam Bryson**  
Chief Financial Officer

*„GROHE setzt auf ein nachhaltiges, langfristiges Wachstum und tätigt Entscheidungen mit Umsicht und sorgfältiger Planung, die die Herausforderungen der Rohstoff- und Energiemärkte ebenso berücksichtigt wie die der weltweiten Logistik.“*

# GROHE GESCHÄFTSMODEL

## GROHE SUSTAINABILITY VISION:

„GROHE wird bis 2020 das nachhaltigste Unternehmen der Sanitärbranche weltweit sein“



# GROHE GESCHÄFTSMODEL

## Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen

GROHE ist Hersteller und weltweit führender Anbieter von Sanitärarmaturen. Als Komplettbadanbieter führt das Unternehmen mit seinen Marken GROHE, Grohe SPA® und GROHE Professional Produkte für die gesamte Ausstattung des Bades aus einer Hand. Dabei umfasst das Sortiment Designarmaturen für Bad und Küche, Thermostate, Brausen und Duschsysteme, Installations- und Spülsysteme sowie künftig auch Waschtische, Wannen, Badmöbel, WCs, Bidets und Accessoires.

Unter der Weltmarke GROHE setzt das Unternehmen seit vielen Jahrzehnten auf die Markenwerte Qualität, Technologie, Design und Nachhaltigkeit, um „Pure Freude an Wasser“ zu bieten. Dabei bietet GROHE mit der Marke GROHE SPA® individuelle Konzepte und besondere Premiumprodukte, um jedes Bad in ein persönliches Spa zu verwandeln. Die Marke GROHE Professional steht für den professionellen Sanitärinstallationsbereich, der die Handwerker mit Produkten, Services und Trainings im Arbeitsalltag unterstützt. GROHE ist eine Marke mit großer Innovationskraft: Das Unternehmen übernimmt in der Sanitärindustrie immer wieder die Vorreiterrolle.

Die Entwicklung innovativer Produkte, die den Kunden einen echten Mehrwert bieten, steht stets im Fokus der weltweit rund 5.800 Mitarbeiter in 130 Ländern. GROHE verfügt international über eine wirksame Vertriebsorganisation sowie ein aufeinander abgestimmtes Produktionsnetzwerk und fertigt durchgängig mit gleich hoher Qualität. Das Qualitätssiegel „Made in Germany“ dient als Innovationsmotor, die deutschen Standorte fungieren als Impulsgeber.

## Name der Organisation, Eigentumsverhältnis und Rechtsform

Die Grohe Holding GmbH (im folgenden GROHE genannt) ist eine hundertprozentige Tochter der Grohe Group S.à r.l., Luxemburg, die seit April 2015 mehrheitlich der LIXIL Corporation (ca. 56 %) und anteilig der Development Bank of Japan (ca. 44 %) gehört.

Im Januar 2014 wurde GROHE von der LIXIL Group und der Development Bank of Japan übernommen. Die LIXIL Group ist weltweit führend in der Baustoffindustrie und in der Wohngebäudeausstattung. Mit der Neuausrichtung von LIXIL im April 2015 ist GROHE Teil des globalen Marktführers LIXIL Water Technology, der das weltweite Sanitärgeschäft von LIXIL in einer eigenen Geschäftseinheit bündelt. Die dazugehörigen Marken, also GROHE, American Standard und LIXIL/INAX, bleiben weiterhin eigenständig.

G4-4

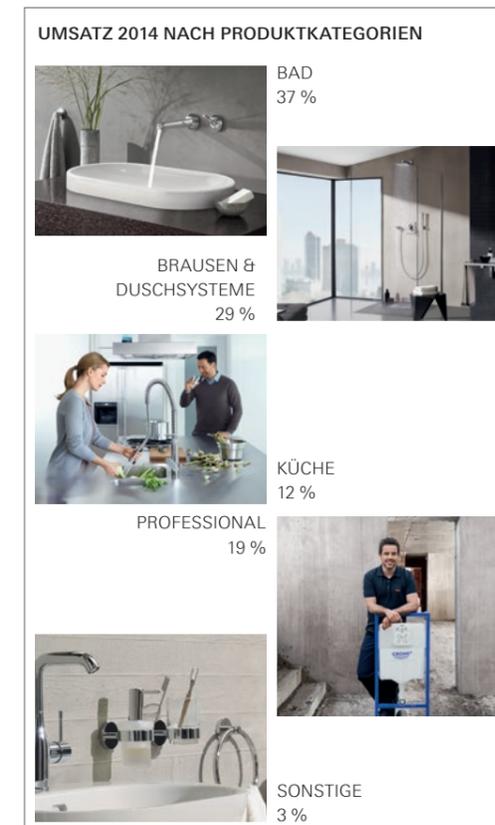
## Umfang der Geschäftstätigkeit

Gefertigt werden die Produkte von GROHE im globalen Produktionsnetzwerk. Dazu gehören unter anderem drei Werke in Deutschland mit den Kompetenzzentren in Hemer, Porta Westfalica, Lahr sowie in Albergaria (Portugal) und Klaeng (Thailand). Düsseldorf ist Sitz der GROHE Zentrale, des eigenen GROHE Design Studios sowie des GROHE Stores, des multifunktionalen Showrooms, der in einer kreativen Schau die GROHE Markenwelt präsentiert.

Zum 31. Dezember 2014 wurde das einstufige Montagewerk in Mississauga/Kanada, das hauptsächlich für den nordamerikanischen Markt produzierte und nicht die Leistungsfähigkeit der übrigen GROHE-Werke besaß, geschlossen. Die Aufgaben des Werks, die nur 5 % des gesamten GROHE Produktionsumfangs ausmachten, wurden innerhalb des Netzwerks verlagert. Von der Schließung waren rund 120 Mitarbeiter betroffen.

Die wesentlichen Gesellschaften der Grohe Holding GmbH, aus denen heraus die Mitarbeiter von GROHE in über 130 Ländern agieren, sind im Anhang dargestellt. Im Jahr 2014 hat GROHE mit seinem umfassenden Produktportfolio für Bad und Küche einen konsolidierten Umsatz in Höhe von 1,2 Milliarden € erzielt. Außerhalb Deutschlands erwirtschaftet das Unternehmen rund 80 % seines Umsatzes. Das operative Betriebsergebnis (normalisiertes EBITDA) betrug 235 Millionen € für das Geschäftsjahr 2014. Es wurde also eine EBITDA-Marge von rund 20 % erreicht.

Der Umsatz in 2014 gliedert sich nach Produktkategorien wie folgt:



**Grafik 1:** GROHE Umsatz nach Produktkategorien

G4-3 bis G4-7,  
G4-13

**Belieferte Märkte sowie Art der Abnehmer:**

GROHE Produkte werden in mehr als 130 Ländern verkauft. Diese Länder umfassen die 4 Regionen Europa, Amerika, Mittlerer Osten und Afrika sowie Asien. Über 60 % des Umsatzes erfolgen in Europa. Außerhalb Deutschlands erwirtschaftet das Unternehmen rund 80 % des Umsatzes.

Zu seinen wesentlichen Kunden zählt GROHE Großhändler, Installateure, Planer, Architekten, Objektplaner, Küchenstudios und - indirekt - Endverbraucher.

**Größe der Organisation:**

Umsatz und EBITDA:

GROHE zeigt seit Jahren profitables Wachstum und besitzt auch zukünftig weiteres Wachstumspotential, insbesondere über die neu geschaffene Plattform LIXIL Water Technology. Das Umsatzwachstum erfolgt über alle Regionen. Die EBITDA Entwicklung ist positiv und die EBITDA-Marge verzeichnet einen stabilen Verlauf.



**Grafik 2:** GROHE Umsatz und EBITDA

**G4-8**

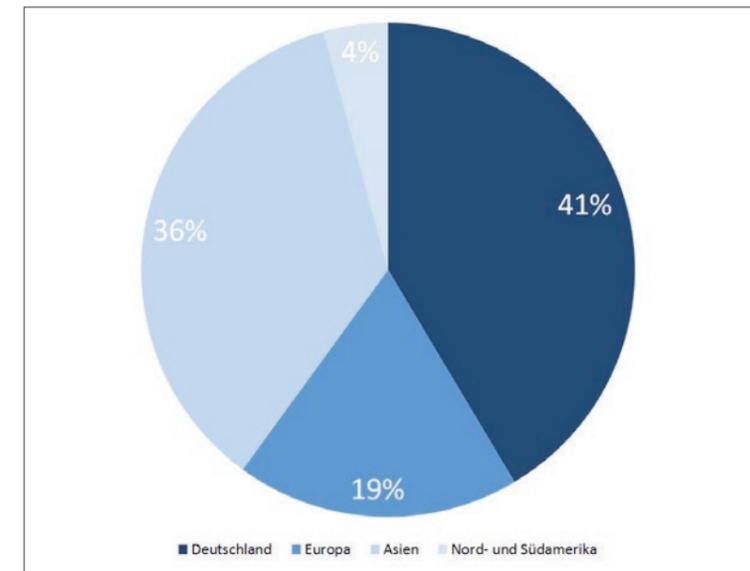
**Beschäftigte:**

**G4-10**

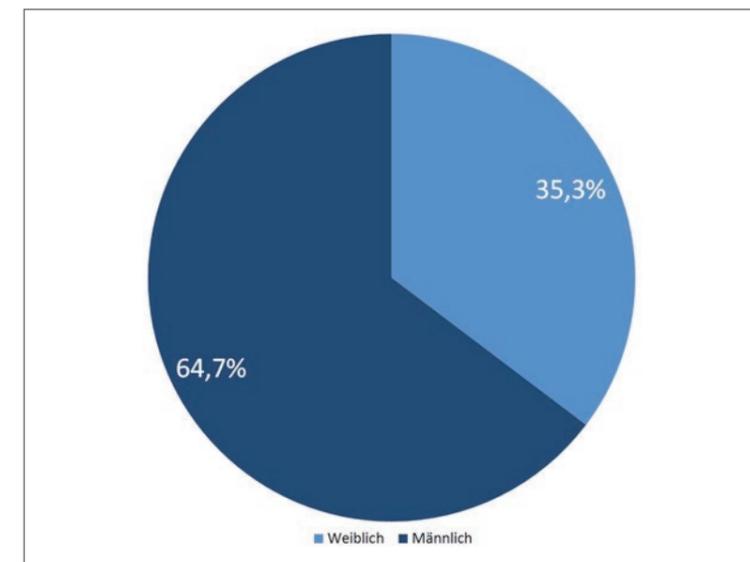
GROHE hat weltweit insgesamt rund 5.800 Mitarbeiter in 130 Ländern.

Detailliert untergliederte Daten liegen derzeit nur für die deutschen Standorte von GROHE für das Jahr 2013 vor. Die Ermittlung aktueller, detaillierter Kennzahlen für GROHE ist eingeleitet und diese werden im nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht, der für das Jahr 2016 vorgesehen ist, veröffentlicht.

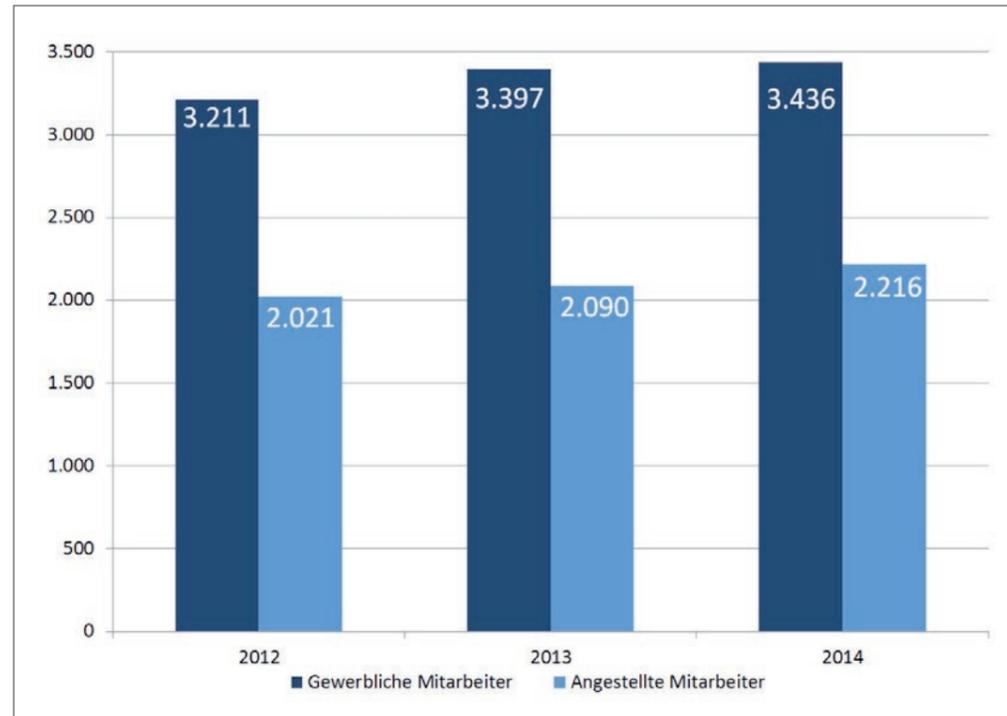
**G4-9**



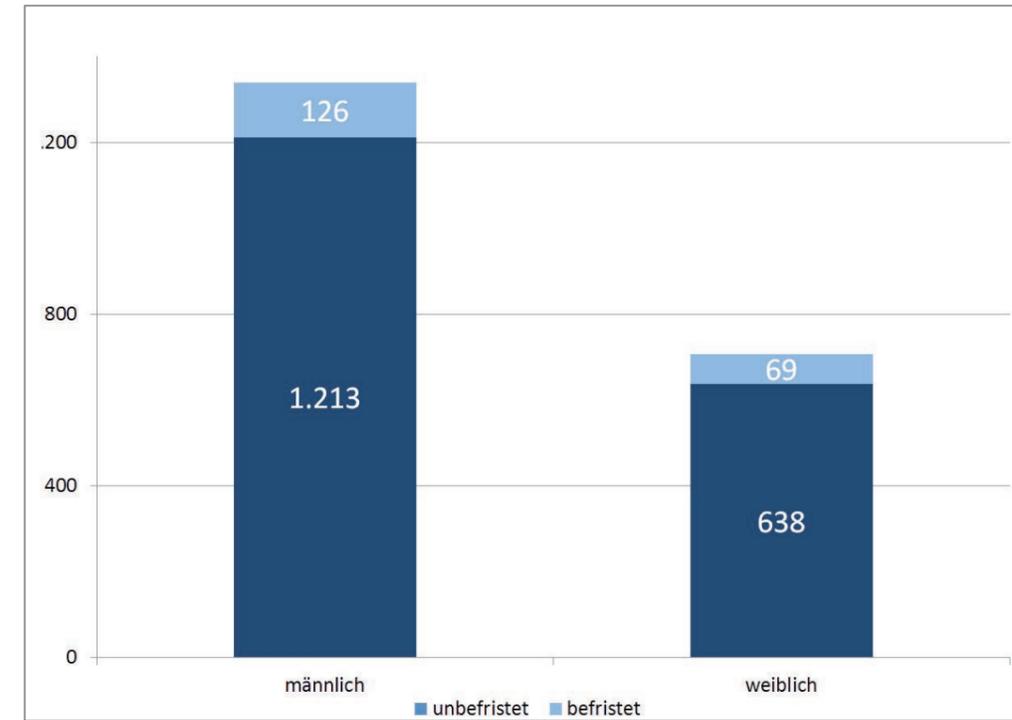
**Grafik 3:** Gesamtbelegschaft nach Regionen



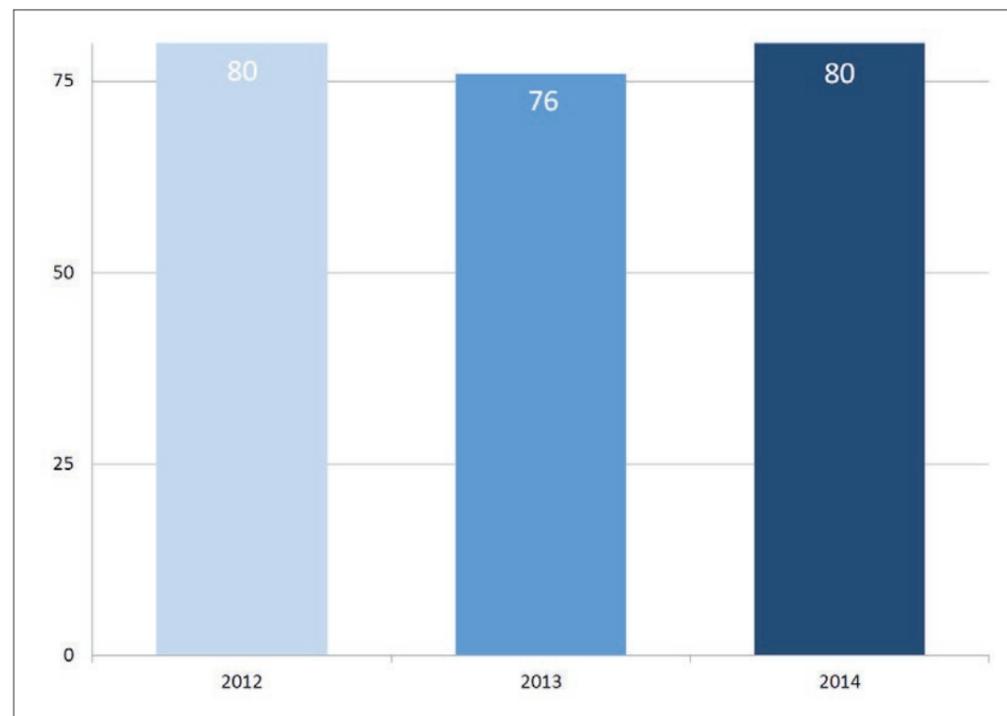
**Grafik 4:** Mitarbeiter nach Geschlecht (Grohe AG deutsche Standorte 2013):



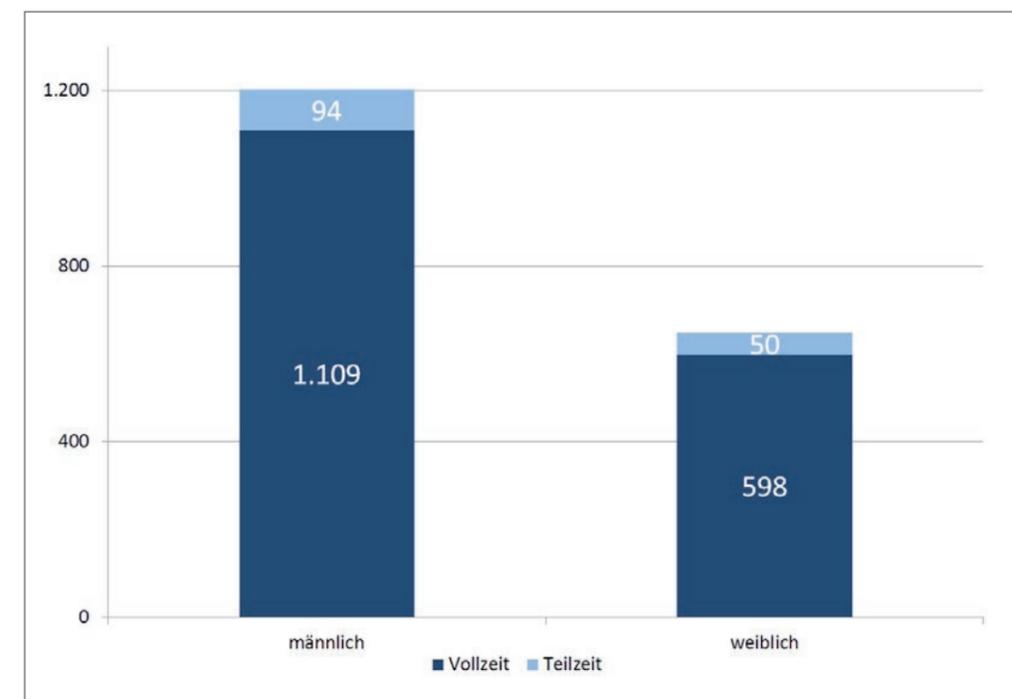
**Grafik 5:** Mitarbeiterentwicklung angestellt und gewerblich (Grohe AG deutsche Standorte 2013)



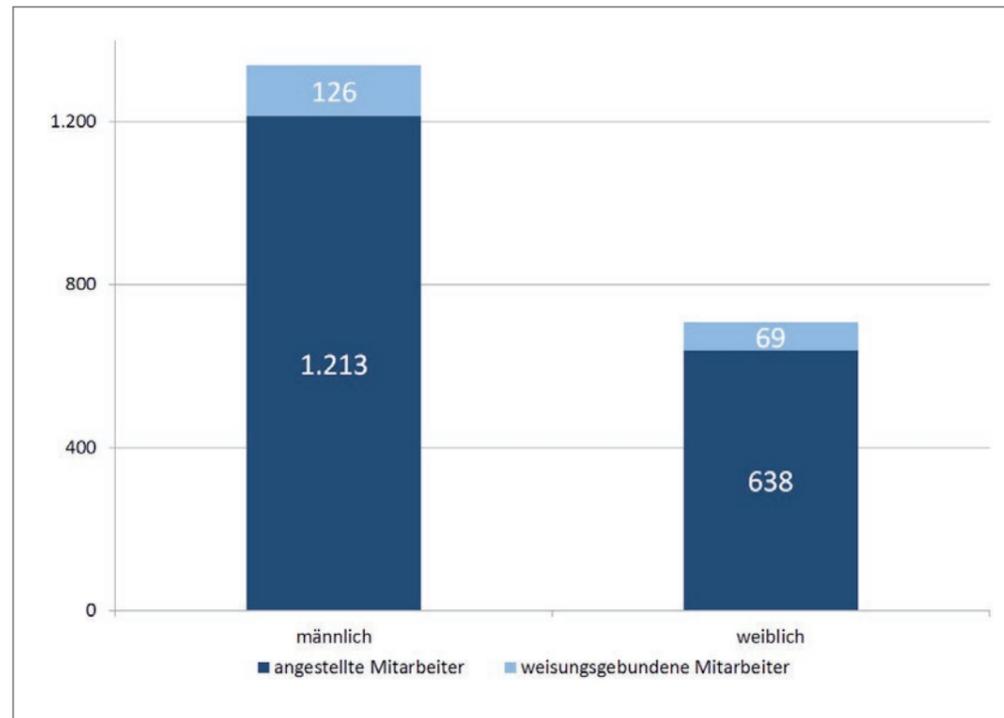
**Grafik 7:** Mitarbeiter nach Arbeitsvertrag und Geschlecht (Grohe AG deutsche Standorte 2013)



**Grafik 6:** Mitarbeiterentwicklung Auszubildende (Grohe AG deutsche Standorte 2013)



**Grafik 8:** Mitarbeiter fest angestellt nach Beschäftigungsart und Geschlecht (Grohe AG deutsche Standorte 2013)



**Grafik 9:** Mitarbeiter nach Angestellten und weisungsgebundenem Personal sowie nach Geschlecht (Grohe AG deutsche Standorte 2013):

**Art der Mitarbeiter:**

Die Tätigkeiten der Organisation werden überwiegend durch angestellte Mitarbeiter durchgeführt.

**Schwankungen bezüglich der Zahl der Arbeitnehmer:**

Es gibt keine bedeutenden Schwankungen bezüglich der Arbeitnehmerzahl.

**Prozentsatz aller Arbeitnehmer, die von Kollektivvereinbarungen erfasst sind**

**G4-11**

Grohe befürwortet generell die Bildung von Arbeitnehmerorganisationen wie Betriebsräten. 98,5 % aller bei GROHE beschäftigten Arbeitnehmer sind durch Kollektivvereinbarungen wie Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen abgedeckt.

**Mitgliedschaften in Verbänden und Interessenvertretungen**

**G4-16**

Aktuell ist GROHE Mitglied in verschiedenen deutschen Verbänden, Interessensvertretungen sowie Ausschüssen, die sich unter anderem mit nachhaltigen Themen beschäftigen.

So beteiligt sich GROHE an diversen Normenausschüssen, wie z. B. dem CEN/DIN Normenausschuss Wasserwesen/Wasserrecycling.

In Folge eines in 2011 abgeschlossenen Kartellverfahrens innerhalb der EU und einer damit verbundenen Strafzahlung betreibt GROHE die Arbeit in Verbänden und Interessenvertretungen selektiv.

Weiterhin engagiert sich das Unternehmen z. B. in lokalen Vereinen wie der Wirtschaftsinitiative Hemer e.V., dem Förderverein Gewerbliche Schulen Lahr und ist aktives Mitglied in zahlreichen Ausschüssen und Arbeitsgruppen der Industrie und Handelskammern IHK Südlicher Oberrhein und SIHK, Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen.

Die GROHE Auslandsgesellschaften engagieren sich ähnlich selektiv in den relevanten nationalen und lokalen Verbänden, Interessensvertretungen und Initiativen.

Um nachhaltig eine hohe Produktdesignleistung und unternehmerische Weitsicht gewährleisten zu können, ist GROHE Mitglied bei folgenden Unternehmen und Vereinen:

- Zukunftsinstitut GmbH
- Trendwatching
- Rat für Formgebung/German Design Council
- iF International Forum Design GmbH
- Design Zentrum Nordrhein Westfalen e.V.
- AIA The American Institute of Architects
- Future Bizz (branchenübergreifendes Unternehmensnetzwerk „New Business and Innovation“)

# NACHHALTIGKEIT BEI GROHE

## Ziele des Unternehmens

Es ist das erklärte Ziel des Unternehmens, Produktionsprozesse immer ressourcenschonender zu gestalten, energie- und wassersparende Produkte zu entwickeln und in seine Mitarbeiter und Anlagen zu investieren. Angesichts der Herausforderungen wie Globalisierung, Rohstoffknappheit, demographischer Wandel oder zunehmender Regulierung ist Ressourceneffizienz ein wichtiger strategischer Ansatz, um nachhaltig die gesetzten Ziele erfolgreich zu erreichen. Das Management von GROHE hat dafür wesentliche Themen, strategische Ziele und Maßnahmen in allen relevanten Handlungsfeldern definiert, die in der Tabelle Handlungsfelder, wesentliche Themen und KPI's auf Seiten 30-35 zusammengefasst sind. Fundament der GROHE Nachhaltigkeitsstrategie sind folgende Grundsätze und Leitlinien:

- GROHE Unternehmenswerte (siehe G4-56, Seite 27)
- GROHE SustainAbility Policy  
<http://www.grohe.com/com-de/19483/ueber-grohe/verantwortung/nachhaltigkeitspolitik/>
- Code of Conduct (2015 ersetzt durch den LIXIL Group Code of Conduct)  
<http://www.grohe.com/com-de/31564/ueber-grohe/unternehmenskodex/>
- GROHE Supplier Code of Conduct  
<http://www.grohe.com/com-de/19508/fuer-lieferanten/einkaufsdokumente-herunterladen/>

Vor diesem Hintergrund war die Platzierung Top 3 in der Kategorie Ressourceneffizienz des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2014 sowie die Nominierung als Deutschlands nachhaltigstes Großunternehmen des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2015 ein bemerkenswerter Erfolg und ausdrückliche Bestätigung des sinnvollen Nachhaltigkeitsansatzes von GROHE.

## Nachhaltigkeitsmanagement: Struktur und Komitee

### Vorstand und Aufsichtsrat

Die für das Thema Nachhaltigkeit relevanten Führungsstrukturen stellen sich bei GROHE wie folgt dar:

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

- Vorsitzender des Vorstands: Michael Rauterkus
- Vorstandsmitglieder: Adam Bryson, Thomas Fuhr, Michael Mager
- Vorsitzender des Aufsichtsrats: David J. Haines

Innerhalb des obersten Führungsgremiums ist Herr Thomas Fuhr als Vorstand Produktion auch für die Themen Umwelt- und Arbeitsschutz sowie Nachhaltigkeit verantwortlich. In dieser Funktion informiert er den Gesamtvorstand sowie den Aufsichtsrat von GROHE. An den Vorstand Produktion berichtet die Zentralfunktion Corporate EHS & Sustainability Management.

## GROHE SustainAbility Council

G4-35

Das GROHE SustainAbility Council berät den Vorstand bei strategischen Nachhaltigkeitsthemen. Die Zusammensetzung ist interdisziplinär. Neben den Vorständen für Produktion sowie Personal & Organisation sind die Bereiche Corporate Communications & Investor Relations, Corporate Marketing, Corporate R&D, Vertreter der einzelnen Geschäftsbereiche sowie die Fachabteilung Corporate EHS & SustainAbility Management vertreten.

Das GROHE SustainAbility Council trifft sich in regelmäßigen Abständen, mindestens drei Mal pro Jahr.

## GROHE Corporate EHS & SustainAbility Management

G4-36

Zu den Kernaufgaben dieser Zentralfunktion zählt die Sicherstellung einer rechts- und normkonformen Aufbauorganisation und systematischer Ablaufstrukturen. Dazu gehören weltweit gültige Organisationsrichtlinien, Verfahrensanweisungen und Kennzahlen als zentrale Vorgaben in den Bereichen EHS und Nachhaltigkeit sowie regelmäßige interne und externe Audits und Zertifizierungen in den Bereichen Compliance (Interne Revision), Qualität (ISO 9001), Umwelt- und Arbeitsschutz (ISO 14001/OHSAS 18001) und zukünftig auch Energie (ISO 50001).

## Berücksichtigung des Vorsorgeansatzes/Vorsorgeprinzips

G4-14

GROHE ist nach den Managementnormen ISO 9001 (Qualität), ISO 14001 (Umwelt) und OHSAS 18001 (Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz) zertifiziert. Alle Produktionsabläufe werden regelmäßig gemäß den Anforderungen dieser Normen auf Verbesserungen im Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutz überprüft und – falls notwendig – verbessert. Für 2016 ist eine Zertifizierung nach ISO 50001 „Energiemanagementsysteme“ geplant. Im Verlauf des Entwicklungsprozesses von GROHE Produkten werden die Themen „Produktsicherheit“ und „Umweltrelevanz“ an fest definierten Stellen des Entwicklungsprozesses systematisch analysiert und Maßnahmen für die Konstruktion beschlossen.

## Wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Vereinbarungen und Initiativen

G4-15

In 2000 wurde bereits die GROHE Umweltpolitik festgelegt, die in 2008 in die GROHE Nachhaltigkeitspolitik („SustainAbility Policy“) erweitert und fortgeführt wurde. Beide orientieren sich an den 16 Prinzipien für eine nachhaltige Entwicklung der Internationalen Handelskammer von 1992 (16 Principles for Sustainable Development, ICC – International Chamber of Commerce, 1992). Der ursprüngliche GROHE Code of Conduct, der 2015 durch den neu geschaffenen LIXIL Group Code of Conduct ersetzt wurde, der GROHE Supplier Code of Conduct und die etablierten Aufbau- und Ablaufstrukturen und -programme in den Bereichen Interne Revision, Kartellrecht, Chief Compliance Officer, Compliance Committee, Trade Compliance, Qualitätsmanagement, Umwelt- und Arbeitsschutzmanagement und Einkauf decken die Anforderungen des UN Global Compact ab. Die Obergesellschaft LIXIL Group hat sich zum UN Global Compact bekannt.

## Menschenrechte

Auch im Bereich der Menschenrechte ist seitens GROHE der GROHE Code of Conduct (2015 ersetzt durch den LIXIL Group Code of Conduct) maßgeblich: Er sichert allen Mitarbeitern weltweit alle relevanten Mitarbeiterrechte und hohe ökologische und soziale Standards zu, die von internationalen Organisationen (UN – United Nations, ILO - International Labour Organization) bzw. in den Ländern, in denen GROHE wirkt, gefordert werden. Damit deckt GROHE auch alle relevanten Forderungen im Bereich der Menschenrechte, Arbeitsstandards, des Umweltschutzes und der Korruptionsbekämpfung ab (wie z. B. im UN Global Compact gefordert, dem sich GROHE durch die Mitgliedschaft der Muttergesellschaft LIXIL verpflichtet sieht). Um gewährleisten zu können, dass alle geltenden Menschenrechte auch in der Lieferkette geachtet werden, hat GROHE dieses Thema im GROHE Supplier Code of Conduct verankert. Hier werden die weltweiten Lieferanten zur Einhaltung von ökologischen und sozialen Standards sowie zu einem ethisch richtigen Verhalten verpflichtet. Hinsichtlich der Arbeitsbedingungen beschreibt der Kodex, dass die Einstellungspraktiken im Einklang mit den Bestimmungen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und den Übereinkommen der Vereinten Nationen (UN) stehen müssen, insbesondere im Hinblick auf die Bestimmungen zu Zwangsarbeit, Mindestalter und Kinderarbeit. Lieferanten müssen Mitarbeiter fair und gleich behandeln und eine Kultur des Respekts, der Toleranz und der Vielfalt fördern. Darüber hinaus müssen sie sichere, gesunde und faire Arbeitsbedingungen, faire Arbeitszeiten und faire Vergütungen bieten und dürfen unter ihren Mitarbeitern keinerlei Art der Diskriminierung dulden. Ferner müssen die Mitarbeiter der Lieferanten das Recht haben, ohne nachteilige Konsequenzen Arbeitnehmerorganisationen beizutreten und ihre Vertreter zu wählen, ihre Verwaltung und Aktivitäten zu organisieren sowie ihre Programme und Ziele zu formulieren.

## Erstellung der Berichtsinhalte/Wesentlichkeitsmatrix:

GROHE setzt auf die Markenwerte Qualität, Technologie, Design und Nachhaltigkeit. Die wesentlichen Handlungsfelder im Bereich Nachhaltigkeit wurden bereits im Jahr 2000 auf Grundlage der 16 Prinzipien für nachhaltiges Wirtschaften der Internationalen Handelskammer (ICC - International Chamber of Commerce) von 1992 identifiziert. Diese sind bei gegebener Rechtskonformität:

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

In der GROHE SustainAbility Policy gibt GROHE die strategischen Zielsetzungen für die wesentlichen Handlungsfelder vor und setzt diese konsequent und systematisch mit Hilfe operativer Zielvorgaben und Kennzahlen (KPIs) um. Die Kennzahlen sind bis in das oberste Management Bestandteil von Zielvereinbarungen. Entsprechende Programme und Maßnahmen sind eingeführt und werden verfolgt, um die strategischen und operativen Ziele der GROHE SustainAbility Policy zu erreichen. Für GROHE ist es eine selbstverständliche Verpflichtung, die gesetzlichen Vorschriften und behördlichen Auflagen einzuhalten. Dieses Verantwortungsbewusstsein bildet die Basis aller Handlungsfelder.

Darüber hinaus ist GROHE bestrebt, seine Produkte und Prozesse ständig zu verbessern und stellt sich dabei auch den Anforderungen des Umweltschutzes, der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes von morgen. Um im Unternehmen eine vorbildliche sowie verbindliche Verhaltensweise aller Mitarbeiter gewährleisten zu können, hat GROHE bereits vor Jahren einen Unternehmenskodex definiert, der in 2015 durch den neu geschaffenen Code of Conduct von LIXIL ersetzt wird. Alle Punkte des GROHE Code of Conduct sind in diesen neuen Unternehmenskodex weitgehend eingeflossen.

Um die strategische Ausrichtung der GROHE Nachhaltigkeitspolitik zu überprüfen, wurde ein Workshop mit internen Mitarbeitern unterschiedlicher Unternehmensbereiche sowie externen Beratern zu den relevanten Themen durchgeführt. Die Ergebnisse und insbesondere die Matrix mit den wesentlichen Themen, die auch vom Vorstand verabschiedet wurde, dienten bei der Erstellung des ersten Nachhaltigkeitsberichts als Basis (siehe Grafik Wesentliche Themen GROHE auf Seite 24).

Im Prozess der Bewertung der relevanten Themen im Workshop war es GROHE wichtig, neben der GROHE-internen Sicht, die Sichtweise der relevanten Stakeholder einzubeziehen. Wesentliche Aspekte gelten dann als wesentlich, wenn sie aus GROHE-interner Sicht und/oder aus externer Stakeholder-Sicht von Bedeutung sind.

Die besonders relevanten Themen, die im Wesentlichkeitsworkshop ermittelt wurden, sind:

- Energieverbrauch
- Wasserverbrauch
- Rohstoff- & Materialverbrauch
- Aus- & Weiterbildung
- Emissionen & Klimawandel
- Produktportfolio & Langlebigkeit
- Kundengesundheit & -sicherheit
- Korruption & wettbewerbswidriges Verhalten
- Arbeitssicherheit & -gesundheit.

Die Nachhaltigkeitsziele von GROHE umfassen die gesamte GROHE Wertschöpfungskette. Die Themen Wasserverbrauch, Energieverbrauch, Produktportfolio und -langlebigkeit, Emissionen und Klimawandel sowie Kundengesundheit und -sicherheit sind besonders wichtig im Hinblick auf die Auswirkungen der GROHE Produkte, da sie eng mit der Nutzung durch die Kunden verbunden sind. Die Themen Rohstoff- und Materialverbrauch, Aus- und Weiterbildung, Arbeitsgesundheit und -sicherheit sowie Korruption und wettbewerbswidriges Verhalten hingegen sind sowohl innerhalb der GROHE Produktion als auch bei GROHE Lieferanten relevant.

Im Anschluss an den Wesentlichkeitsworkshop wurden die Informationen gemäß des Berichterstattungsleitfadens GRI 4 in Form eines Fragebogens durch die GROHE Organisation zur Verfügung gestellt, ausgewertet und inhaltlich in dem Nachhaltigkeitsbericht verarbeitet.

**G4-18, G4-19  
G4-20, G4-21**

**G4-18, G4-19  
G4-20, G4-21**

## WESENTLICHE THEMEN GROHE



Grafik 10: Wesentlichkeitsmatrix

## Stakeholder/Auswahl und Definition der relevanten Stakeholder

G4-24, G4-25,  
G4-26, G4-27

Auf Grundlage der gegebenen ökonomischen, ökologischen oder gesellschaftlichen Beziehungen steht GROHE mit seinen Stakeholdern regelmäßig im Dialog, um Vorgaben, Anforderungen, Meinungen, Veränderungen in den Einstellungen und sonstige Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, aber auch um proaktiv zu informieren sowie Fehlinformationen und unzutreffende Einschätzungen durch Dritte frühzeitig auszuräumen und zu vermeiden.

Zu seinen wichtigsten Stakeholder-Gruppen zählt GROHE folgende Gruppierungen:

- Kunden
- Mitarbeiter & Mitarbeitervertretungen
- Lieferanten
- Gesetzgeber
- Aufsichtsbehörden
- Standortgemeinden und ihre Anwohner
- Geschäftspartner
- „Öffentlichkeit“
- Medien
- Zertifizierungsgesellschaften
- Forschungsinstitute
- NGOs
- Gewerkschaften
- Banken
- Eigentümer
- politische Organisationen

Die Art und Weise, wie Mitarbeiter des Unternehmens GROHE untereinander und gegenüber anderen Personen außerhalb des Unternehmens agieren, hat direkten Einfluss auf den Ruf von GROHE bei allen am Unternehmen interessierten Anspruchsgruppen. Deshalb hat GROHE bereits frühzeitig ein vollständiges Compliance Management System implementiert, das den ursprünglichen GROHE Code of Conduct (2015 ersetzt durch den LIXIL Group Code of Conduct) und den Supplier Code of Conduct ebenso einbezieht wie die Funktion der zentralen und regionalen Compliance Officer.

Der ständige Dialog mit den Stakeholdern auf allen Ebenen gibt GROHE jederzeit einen Überblick über die Anforderungen an das Unternehmen.

Der permanente Dialog mit den Kunden (Großhändler, Installateure, Planer, Architekten, Objektplaner, Küchenstudios und - indirekt - Endverbraucher) macht deutlich, welche Anforderungen an GROHE Produkte gestellt werden: Eine GROHE Armatur ist energie- und wassersparend und zeugt von nachhaltiger Qualität.

Nur über einen kontinuierlichen Austausch mit den Mitarbeitern und ihren Interessenvertretungen kann GROHE auch seiner Verantwortung als Arbeitgeber effektiv gerecht werden. Dabei sind für die Mitarbeiter ein sicherer Arbeitsplatz mit fairer Entlohnung, Aus- und Weiterbildung sowie ein guter Umgang untereinander von besonderer Bedeutung.

Ein abwechslungsreiches Produktportfolio und langlebige Produkte sind auch möglich durch technische Entwicklungen, die unter der Federführung von GROHE in Zusammenarbeit mit seinen

Lieferanten entstehen. Dabei sind Aspekte wie Kundensicherheit und -gesundheit sowie Arbeitssicherheit und -gesundheit besonders wichtig. Gleichzeitig werden nachhaltige Themen wie Materialersparnis und Rohstoffminimierung in der Entwicklungsphase berücksichtigt.

GROHE verfolgt einen Dialog mit Forschungsinstituten und pflegt einen offenen Austausch mit den relevanten Behörden und Zertifizierungsgesellschaften z. B. im Zusammenhang mit Zulassungs- und Zertifizierungsprozessen. Besonderes Augenmerk liegt hierbei auf den Themen Compliance (Einhaltung von Rechtsvorschriften), Emissionen und Klimawandel, Kundengesundheit und -sicherheit, Arbeitssicherheit und -gesundheit sowie Energie- und Wasserverbrauch. Nur so können regelmäßig die neuesten Erkenntnisse in die künftige Entwicklung von neuen Produkten und Technologien einfließen.

Die eingeführten und regelmäßig von externen Zertifizierungsgesellschaften überprüften Managementsysteme (gemäß der auf Seite 21 genannten Managementnormen) sind dabei ein wesentlicher Bestandteil im Dialog mit Stakeholdern.

Jährlich stattfindende Round Table Gespräche mit lokalen Interessenvertretern, Politikern und Medien geben die Möglichkeit, Meinungen, Fragen oder Erkenntnisse in das eigene Handeln und in die eigenen Überlegungen einzubinden, aber auch proaktiv zu informieren. Nur mit starken Beziehungen zu allen Beteiligten kann GROHE ökonomisch, ökologisch und gesellschaftlich nachhaltig erfolgreich sein.

### Round Table:

GROHE sucht den direkten Austausch mit seinen Stakeholdern. Als wichtiger Arbeitgeber in den Regionen trägt GROHE auch eine lokale Verantwortung und lädt regelmäßig Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Presse zu den „Round Table Gesprächen“ an den deutschen Produktionsstandorten ein. Bei diesen Veranstaltungen stellt GROHE aktuelle Entwicklungen und neue Projekte vor, gibt Geschäftszahlen bekannt und berichtet über anstehende Investitionen vor Ort.

Im April 2015 empfing Michael Rauterkus, Vorstandsvorsitzender der Grohe AG, an drei Tagen die Gäste zusammen mit der jeweiligen Werksleitung und Mitgliedern des Vorstandes in Porta Westfalica, Hemer und Lahr. Themen waren unter anderem die laufende Markenkampagne, jüngste Produktinnovationen und aktuelle Investitionen, wie u. a. das Blockheizkraftwerk in Hemer.

Dazu erläuterten Michael Rauterkus und die Werksleiter, welche Funktion der jeweilige Standort im GROHE Fertigungsverbund einnimmt. Hemer ist das Kompetenzzentrum für Armaturen und Kartuschen, Lahr für Brausen, Duschsysteme und Premiumprodukte und Porta Westfalica für Sanitärssysteme. Zudem spielen die Produktionsstätten für die Region auch eine Rolle als Anbieter von Ausbildungsplätzen.

Im Anschluss an die Gesprächsrunden hatten die Teilnehmer Gelegenheit, an einer Werksführung teilzunehmen und sich die verschiedenen Fertigungsschritte vor Ort selbst anzusehen.



**G4-24, G4-25,  
G4-26, G4-27**

### Ethik und Integrität

**G4-56**

Die GROHE Unternehmenswerte entsprechen den LIXIL VALUES der LIXIL Gruppe und lauten:

- **Respekt** leben
- **Leistung** erbringen
- **Qualität** sichern
- **Leidenschaft** entfachen
- **Wachstum** realisieren

Die Werte beschreiben die Einstellung und Motivation von GROHE. Sie bilden eine klare Leitlinie und zeigen auf, warum GROHE erfolgreich ist.

### GROHE SustainAbility Policy

Die Grundlagen, auf denen die Nachhaltigkeitspolitik von GROHE und damit alle Nachhaltigkeitsaktivitäten basieren, umfassen:

- die 16 Prinzipien für Nachhaltiges Wirtschaften der Internationalen Handelskammer (ICC – Charta for Sustainable Development)
- die Anforderungen aus der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001:2009
- die Anforderungen aus der international führenden Norm für Arbeits- und Gesundheitsschutz managementsysteme, OHSAS 18001:2007
- sowie Best Practice aus anderen Unternehmen

Nachhaltigkeit bei GROHE ist nicht nur ein Manifest, sondern wird täglich gelebt. In der Umsetzung bedeuten die verschiedenen Anforderungen für GROHE, dass die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und behördlicher Auflagen eine selbstverständliche Verpflichtung ist. Diese Vorgaben werden maßgeblich übertroffen. Das Unternehmen optimiert Produkte und Prozesse kontinuierlich und stellt sich dabei den Anforderungen des Umweltschutzes, der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes von morgen. GROHE informiert und schult die Mitarbeiter und fördert umwelt-, arbeitssicherheits- und gesundheitsbewusstes Handeln.

Die Unternehmensführung hat in Form der GROHE SustainAbility Policy umfassende Grundsätze und Leitlinien zum nachhaltigen Handeln definiert, die auf jeder Ebene und in jedem Bereich umgesetzt werden. Die ökologischen Schwerpunkte in der Produktion von GROHE Produkten sind die Erhöhung der Energie- und Ressourceneffizienz in der Produktion, Abfallreduktion, Einkauf von nachhaltigen Rohstoffen sowie Klimaschutz.

Zudem treibt GROHE die Entwicklung von umweltschonenden, d.h. wasser- und energiesparenden Produkten voran, da in der Produktnutzungsphase die größten Umweltpotenziale liegen.

### **Korruption und wettbewerbswidriges Verhalten:**

GROHE ist ein weltweiter Marktführer und führende Marke in der Sanitärbranche. Deshalb ist es wichtig, das Organisationsverhalten den immer höheren Anforderungen der globalen Kapitalmärkte und den internationalen Corporate Compliance Standards anzupassen. Das geschieht nicht zuletzt deshalb, weil Verstöße hohe Kosten und Reputationschäden nach sich ziehen und eine nachhaltige gesellschaftliche Entwicklung hemmen.

GROHE definiert die wichtigsten ethischen Standards innerhalb des Unternehmenskodexes: Dieser dient als Leitfaden für die verbindlichen Verhaltensweisen und leitet die Aktivitäten eines jeden, der für GROHE arbeitet. Ob im Kontakt zu den lokalen Entscheidungsträgern, Landes- und Staatsregierungen, der Europäischen Kommission, Investoren oder Finanzinstitutionen, Kunden oder Lieferanten, Mitarbeitern oder Verbrauchern – jeder bei GROHE befolgt die gleichen Unternehmensgrundsätze. Der Kodex spiegelt die Verpflichtung aller Mitarbeiter wider, jede Art von Geschäft im Einklang mit den Werten, unter Einhaltung aller geltenden Gesetze und Vorschriften und unter Einsatz sinnvoller Kontrollsysteme zu führen.

GROHE hat vor Jahren ein umfängliches Compliance-System aufgebaut, das u. a. sicherstellen soll, dass alle Mitarbeiter(innen) des Unternehmens im In- und Ausland nach den gleichen ethischen Grundsätzen handeln und die geltenden Gesetze, Regelungen und Richtlinien in angemessener Weise anwenden und befolgen.

Vor diesem Hintergrund wurde im Jahre 2007, gemeinsam von Aufsichtsrat und Vorstand, der Unternehmenskodex erarbeitet und herausgegeben, der seither einen zentralen Bestandteil in der Unternehmenskultur darstellt und auch vor Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten schützen soll.

Eine ganz wesentliche Zielsetzung des Compliance-Systems besteht darin, das Unternehmen vor Schäden zu schützen. Hier können jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter dazu beitragen, indem beispielsweise über Probleme oder (potenzielle) Zuwiderhandlungen gegen den Kodex berichtet wird.

GROHE hat ein weltweites Hinweisgeber-System aufgebaut, bei dem sich Mitarbeiter und Dritte unter Wahrung ihrer Anonymität an externe Ombudsmänner (auch in ihrer jeweiligen Landessprache) wenden können. Die Ansprechpartner sind weltweit bekannt und im Compliance-Intranet-Auftritt ermittelbar.

Das GROHE eigene Compliance Committee besteht aus folgenden Mitgliedern:

- Chief Compliance Officer/Ombudsman (externer Rechtsanwalt)
- General Counsel
- Vier Regional Compliance Officer (Russland/Asia Pacific/Amerika/Mittlerer Osten)
- Vorstand für Personal und Organisation
- Leiter Konzern-Revision
- Trade Compliance Officer

Das Compliance Committee tagt mindestens einmal im Quartal.

Der Chief Compliance Officer berichtet quartalsweise im Audit Committee. Kritische Anliegen werden auch außerhalb von Sitzungen fortlaufend an den Aufsichtsratsvorsitzenden berichtet. Sämtliche Führungskräfte und Mitarbeiter werden mindestens einmal pro Jahr durch Präsenzschulungen sowie durch jährliche Online-Trainings zu den wesentlichen Compliance-relevanten

### **G4-S04, G4-S07**

Themen (Code of Business Conduct, Kartellrecht, Anti-Korruption und Datenschutz) geschult. Dort erfahren die Mitarbeiter, an wen sie sich bei Fragen, Hinweisen oder Verstößen wenden können und bekommen ein vertieftes Bewusstsein für kritische Situationen und das richtige Verhalten. Alle Mitarbeiter haben die Möglichkeit, Verstöße gegen den Code of Conduct an die Compliance Organisation, bei Wunsch anonym, zu melden. Jährlich stattfindende Audits und Prüfungen werden durch die Audit Abteilung sowie die Compliance Organisationen an allen Standorten durchgeführt. Im Rahmen der Risikoanalyse wurden keine erheblichen Korruptionsrisiken ermittelt. Dieses umfängliche Compliance-System führt zu einer guten und frühzeitigen Erkennung vorgefallener Verstöße. So wurden im Zeitraum 2013 keine, im Jahr 2014 vier Compliance-Verstöße gemeldet. Im Jahr 2014 gab es in einer ausländischen Niederlassung den Verdacht eines Verstoßes: GROHE trennte sich daraufhin von den betroffenen Mitarbeitern.

Mit dem GROHE Supplier Code of Conduct verpflichtet GROHE jeden seiner weltweiten Lieferanten zur Einhaltung von ökologischen und sozialen Standards.

## HANDLUNGSFELDER, WESENTLICHE THEMEN UND KPI'S

| Handlungsfeld      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Compliance                                |           |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------|
| Wesentliche Themen | Korruption & wettbewerbswidriges Verhalten                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                           |           |
| Strategische Ziele | „Die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und behördlicher Auflagen ist für uns selbstverständliche Verpflichtung. Wir wollen darüber hinaus unsere Produkte und Prozesse ständig verbessern und stellen uns dabei auch den Anforderungen des Umweltschutzes, der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes von morgen.“ GROHE SustainAbility Policy                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                           |           |
| Maßnahmen          | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ GROHE Code of Conduct (2015 ersetzt durch den LIXIL Group Code of Conduct)</li> <li>➤ GROHE Leitfaden Kartellrecht</li> <li>➤ GROHE Chief Compliance Officer</li> <li>➤ GROHE Ombudsmann</li> <li>➤ GROHE Compliance Committee</li> <li>➤ GROHE Compliance Audit Programm</li> <li>➤ GROHE GEHSIS Rechts- und Pflichtendelegation, Umwelt- und Arbeitsschutz</li> <li>➤ GROHE EHS Legal Compliance &amp; System Audit Programm</li> <li>➤ GROHE Global Data Protection Officer (Datenschutzbeauftragter)</li> <li>➤ GROHE Trade Compliance Officer</li> <li>➤ GROHE REACH Radar</li> </ul> |                                           | seit 2014 |
| KPI                | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 0 Compliance Fälle in 2013,</li> <li>➤ 4 Compliance Fälle in 2014, bei rd. 5.800 MA.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Ziel</b> ist es, 0 Fälle zu erreichen. |           |
|                    | Es gilt im Hause GROHE eine 0-Tolerance-Policy => Keiner der Verstöße bleibt ungeahndet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                           |           |

| Handlungsfeld      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Produkte                                                                                                                                           |                                    |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Wesentliche Themen | Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Rohstoff- & Materialverbrauch, Produktportfolio & Langlebigkeit                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                    |                                    |
| Strategische Ziele | „Unsere Produkte sollen den Nutzern einen sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit den Ressourcen Wasser und Energie ermöglichen. Darüber hinaus wird schon bei der Gestaltung und Entwicklung der gesamte Produktlebenszyklus berücksichtigt, indem unsere Produkte sicher, ressourcenschonend und langlebig konstruiert werden.“<br>GROHE SustainAbility Policy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                    |                                    |
| Maßnahmen          | <p><b>Produktqualität:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Qualitätsmanagement nach ISO 9001</li> <li>▪ Langlebigkeit (Garantiezeiten, Ersatzteilversorgung)</li> </ul> <p><b>Produktentwicklung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ GROHE „EcoJoy®“ Produktlinien (Einsatz Durchflussmengenbegrenzer)</li> <li>➤ GROHE Infrarot- und Selbstschlussarmaturen (wasser- &amp; energiesparend)</li> <li>➤ GROHE „Weight Watcher“ Programm (Reduzierung von Messing)</li> <li>➤ GROHE „EcoIndicator 99“ (Nutzung ökologisch vorteilhafter Materialien)</li> <li>➤ GROHE Blue® (Küchensystem, welches Leitungswasser filtern, kühlen und mit Kohlensäure versetzen kann)</li> <li>➤ GROHE Powerbox® (energieautarke Elektronikarmatur)</li> <li>➤ GROHE „Light“ Programm (Messinglegierung, die weniger Blei enthält)</li> <li>➤ GROHE „GreenGo“ Programm (Umstellung auf EcoJoy®/ Durchflussmengenbegrenzer)</li> <li>➤ GROHE „M-Cool“ Programm (SilkMove ES®): Einhandmischer-Armaturen mit „Hebelmittelstellung kalt“</li> </ul> |                                                                                                                                                    | seit 1992                          |
| KPI                | ➤ GROHE „GreenGo“ Programm:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Ziel:</b> 70 Mio. m <sup>3</sup> Wassereinsparung/Jahr<br>(Zielerreichung bis 2014 ca. 25 %:<br>17,5 Mio. m <sup>3</sup> Wassereinsparung/Jahr) | Zielerreichung bis:<br>2013 – 2016 |
|                    | ➤ GROHE „M-Cool“ Programm:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Ziel:</b> 9.000 t CO <sub>2</sub> Einsparung / Jahr<br>(Zielerreichung bis 2014 ca. 30 %:<br>3.000 t CO <sub>2</sub> Einsparung / Jahr)         | 2013 - 2016                        |

| Handlungsfeld      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Prozesse                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                  |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wesentliche Themen | Emissionen & Klimawandel, Rohstoff- & Materialverbrauch, Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Arbeitssicherheit & -gesundheit                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                  |
| Strategische Ziele | <p>„Es ist unser Ziel, alle Prozesse unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Gesichtspunkte so umwelt-, arbeits-, sicherheits- und gesundheitsverträglich wie möglich zu gestalten. Bestehende und geplante Prozesse werden daher systematisch hinsichtlich ihrer Umwelt-, Arbeitssicherheits- und Gesundheitsverträglichkeit beurteilt, um entsprechende Belastungen zu minimieren. Darüber hinaus ergreifen wir Maßnahmen zur Prävention von schweren Unfällen, um ein hohes Sicherheitsniveau für Mensch und Umwelt zu gewährleisten.“</p> <p>GROHE SustainAbility Policy</p> |                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                  |
| Maßnahmen          | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ GROHE Umweltmanagement – Zertifizierung nach ISO 14001</li> <li>➤ Stetige Steigerung der Ressourcen- und Energieeffizienz</li> <li>➤ GROHE Chemical Risk Assessment Audits</li> <li>➤ GROHE Arbeitsschutzmanagement – Zertifizierung nach OHSAS 18001</li> <li>➤ Stetige Verbesserung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</li> <li>➤ GROHE „Slim Design“ Programm - Ressourceneffiziente Produktverpackungen</li> <li>➤ GROHE Energiemanagement – Zertifizierung nach ISO 50001</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>seit 2003</li> <li>laufend</li> <li>seit 2009</li> <li>seit 2011</li> <li>laufend</li> <li>laufend</li> <li>bis 2016</li> </ul>                                                                                 |                                                                                                                                                  |
| KPI                | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Abfallmanagement – Recyclingquote</li> <li>➤ Wasserverbrauch</li> <li>➤ Energieeffizienz</li> <li>➤ Carbon Footprint</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p><b>Ziel:</b> +5 %<br/>(Zielerreichung bis 2014: +1 %)</p> <p><b>Ziel:</b> -20 %<br/>(Zielerreichung bis 2014: -3 %)</p> <p><b>Ziel:</b> +20 %<br/>(Zielerreichung bis 2014: +4 %)</p> <p><b>Ziel:</b> -20 %<br/>(Zielerreichung bis 2014: -3 %)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Zielerreichung bis: 2013 – 2020</li> <li>2013 – 2020</li> <li>2013 – 2020</li> <li>2013 – 2020</li> </ul> |

| Handlungsfeld      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Mitarbeiter                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                             |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wesentliche Themen | Arbeitssicherheit & -gesundheit, Aus- & Weiterbildung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                             |
| Strategische Ziele | <p>„Wir informieren und schulen unsere Mitarbeiter ausführlich über Umwelt-, Arbeitssicherheits- und Gesundheitsaspekte und fördern ihre aktive Mitarbeit zur Verbesserung von Umweltschutz, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.“</p> <p>GROHE SustainAbility Policy</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                             |
| Maßnahmen          | <p><b>Mitarbeiterentwicklung / Mitarbeiterbeteiligung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ GROHE Excellence Schulungsprogramm („Mitarbeiter schulen Mitarbeiter“)</li> <li>➤ GROHE „Azubi On Tour“ Programm</li> <li>➤ Ausbildung über Bedarf hinaus</li> <li>➤ GROHE Betriebliches Vorschlagswesen</li> <li>➤ GROHE SustainAbility Trophy</li> </ul> <p><b>Arbeitssicherheit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Zertifiziertes Arbeitsschutzmanagement nach OHSAS 18001</li> <li>➤ GROHE Gefährdungsbeurteilungen am Arbeitsplatz</li> <li>➤ GROHE Safety Alert</li> <li>➤ GROHE Global EHS Checklist Audits</li> <li>➤ GROHE „EHSy“ Programm</li> </ul> <p><b>Gesundheitsschutz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ GROHE Gesundheitstage</li> <li>➤ GROHE Betriebssport (u.a. Radfahren, Volleyball, Laufgruppen)</li> <li>➤ GROHE Sport-Events (u.a. Fußballturnier, Düsseldorf Marathon, Radio MK Lauf)</li> <li>➤ GROHE Betriebsvereinbarung Gesundheitsmanagement</li> <li>➤ GROHE Betriebsvereinbarung Psychische Belastungen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>seit 2011</li> <li>laufend</li> <li>seit 2012</li> <li>seit 2013</li> <li>seit 2014</li> </ul>                                                           |                                                                                                                             |
| KPI                | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lost Time Days</li> <li>➤ Gesundheitsquote</li> <li>➤ Fluktuation</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p><b>Ziel:</b> - 60,0 %<br/>(Zielerreichung bis 2014: -42 %)</p> <p><b>Ziel:</b> 97,0 %<br/>(Zielerreichung bis 2014: 95,5 %)</p> <p><b>Ziel:</b> 1,5 %<br/>(Zielerreichung bis 2014: 2 %)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Zielerreichung bis: 2013 – 2020</li> <li>2013 – 2020</li> <li>2013 – 2020</li> </ul> |

| Handlungsfeld Kunden |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wesentliche Themen   | Produktportfolio & Langlebigkeit, Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Kundengesundheit & -sicherheit                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Strategische Ziele   | „Wir berücksichtigen Umwelt-, Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzanforderungen unserer Kunden und unterstützen sie bei entsprechenden Fragestellungen.“<br>GROHE SustainAbility Policy                                                                                                                                                                                               |
| Maßnahmen            | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ GROHE Qualitätsversprechen / Long Life Garantie</li> <li>▶ GROHE Ersatzteil-Nachkaufgarantie (&gt; 15 Jahre)</li> <li>▶ GROHE Organisation/Beteiligung von/an Wassersparkonferenzen etc.</li> <li>▶ GROHE Wassersparrechner Online</li> <li>▶ GROHE Product „Ecoprofiles“ (EcoIndicator 99)</li> <li>▶ GROHE Water &amp; Energy Audits</li> </ul> |
| KPI                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ GROHE Water &amp; Energy Audits</li> </ul> <b>Ziel:</b> 50 Audits/Jahr<br>(Zielerreichung in 2014: 25 Audits)                                                                                                                                                                                                                                     |

| Handlungsfeld Gesellschaftliche Verantwortung |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wesentliche Themen                            | Aus- & Weiterbildung, Emissionen & Klimawandel, Korruption & wettbewerbswidriges Verhalten, Arbeitssicherheit & -gesundheit                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Strategische Ziele                            | „Gesellschaftliche Verantwortung hört für uns nicht am Werkstor auf. Wir führen daher mit allen interessierten Teilen der Öffentlichkeit einen offenen Dialog und fördern an unseren Standorten Aktivitäten, die dem Umweltschutz sowie der Verbesserung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz auch über das Werksgelände hinaus dienen.“<br>GROHE SustainAbility Policy |
| Maßnahmen                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ GROHE Ausbildung „über Bedarf“</li> <li>▶ GROHE „Dual Tech“ Programm (GROHE Jal Academy), Mumbai, Indien</li> <li>▶ GROHE „Dual Tech“ Programm (GROHE Jal Academy), Neu Delhi, Indien</li> <li>▶ GROHE „Dual Tech“ Programm (GROHE Jal Academy), Manila-Tondo, Philippinen</li> </ul>                                                 |
| KPI                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ GROHE Ausbildung „über Bedarf“</li> </ul> <b>Ziel:</b> > 20 %<br>(Zielerreichung in 2014: 15 %)                                                                                                                                                                                                                                       |

| Handlungsfeld Lieferanten |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wesentliche Themen        | Emissionen & Klimawandel, Rohstoff- & Materialverbrauch, Arbeitssicherheit & -gesundheit, Korruption & wettbewerbswidriges Verhalten                                                                                                                                                                                                                  |
| Strategische Ziele        | „Unsere Lieferanten sehen wir als unsere Partner. Wir berücksichtigen und unterstützen deshalb auch ihre Aktivitäten zur Verbesserung von Umweltschutz, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.“<br>GROHE SustainAbility Policy                                                                                                                      |
| Maßnahmen                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ GROHE Supplier Code of Conduct</li> <li>▶ GROHE Verpflichtungserklärung für Fremdfirmen und Dienstleister</li> <li>▶ GROHE Lieferantenbewertung</li> <li>▶ GROHE Lieferantenaudits</li> <li>▶ GROHE Lieferantentag</li> <li>▶ Supply Integrated Value Engineering – Effizienz &amp; Sparmaßnahmen</li> </ul> |
| KPI                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ GROHE Lieferantenaudits</li> </ul> <b>Ziel:</b> 60 Audits/Jahr<br>(Zielerreichung in 2014: 40 Audits)                                                                                                                                                                                                        |

# KUNDEN UND PRODUKTE



# KUNDEN UND PRODUKTE

## Chancen/Herausforderungen, Produkte und Kunden

GROHE muss sich tagtäglich den Themen Ressourceneffizienz (vor allem Wasser und Energie), globaler Wettbewerb, Emissionen und Klimawandel sowie Rohstoff- und Materialverbrauch stellen. Das Unternehmen entwickelt und fertigt bereits seit vielen Jahrzehnten Produkte, die besonders langlebig und wassersparend sind und das weltweit in über 130 Märkten. Nicht überall herrscht eine positive Wasserbilanz, so z. B. in Südeuropa oder Nahost, und in vielen Regionen der Welt ist sauberes Trinkwasser knapp: 770 Millionen Menschen haben keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser.

Unabhängige Ökobilanz-Untersuchungen der EU Kommission zur Energieeffizienzrichtlinie zeigen, dass etwa 99 % aller Umweltauswirkungen von Sanitärarmaturen, -brausen und -spülsystemen in der Nutzungsphase liegen. Es ist daher von größter Wichtigkeit, Produkte in den Markt zu liefern, mit denen GROHE Kunden wasser- und energiesparend umgehen können.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, hat sich GROHE zum Ziel gesetzt, dass seine Produkte den Nutzern einen sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit den Ressourcen Wasser und Energie ermöglichen sollen. Schon bei der Gestaltung und Entwicklung wird der gesamte Produktlebenszyklus berücksichtigt, indem GROHE Produkte sicher, ressourcenschonend und langlebig konstruiert werden. Beispiele für die Umsetzung unserer Ambition sind:

### GROHE EcoJoy®

Durch den Einsatz von GROHE EcoJoy®-Produkten wird ein um bis zu 50 % reduzierter Wasserverbrauch möglich: Die GROHE EcoJoy® Wasserspartechnologie beinhaltet einen Mousseur mit Durchflussmengenbegrenzer und Luftsprudler, der die Reduzierung des Wasserverbrauchs bewirkt.



Grafik 11: Einsparung Wasser für einen einen 4-Personen-Haushalt in Kalifornien

## G4-EN27

Welchen Einfluss die GROHE EcoJoy® Technologie nehmen kann, zeigt ein Beispiel im Wasserstressgebiet Kalifornien. Hier waren die Jahre 2012 bis 2014 die trockensten seit 1.200 Jahren. Durch Einsatz der GROHE EcoJoy® Technologie könnten hier 38.325 Liter Wasser pro Jahr und Familie eingespart werden:

- Wasserverbrauch pro Person pro Tag in Kalifornien: 340 Liter <sup>i</sup>
- Die Nutzung des Waschtisches im Badezimmer („indoor use“) entspricht dabei 18 % <sup>ii</sup>.
- => Demnach entfielen auf den Waschtisch-Bereich pro Person 61,20 Liter
- Für eine 4-köpfige Familie bedeutet dies: 245 Liter/Tag.

Verbrauchen normale Armaturen bis zu 10 Liter Wasser pro Minute, so erlaubt eine GROHE EcoJoy® Armatur nur einen Verbrauch von 5,7 Litern pro Minute. Damit können bis zu 105 Liter Wasser pro Tag und Familie eingespart werden (- 43 %). Bezogen auf ein Jahr summiert sich diese Einsparung auf 38.325 Liter Wasser. Das entspricht 4.300 Kisten Mineralwasser.



**GROHE EcoJoy®**  
Diese Technologie reduziert den Wasserverbrauch im Vergleich zum Standard um bis zu 50 % und garantiert dabei denselben perfekten Fluss.

Grafik 12: GROHE EcoJoy®

<sup>i</sup>: <http://www.lebensraumwasser.com/2015/04/05/wie-die-kalifornier-lernen-muessen-mit-dem-wassermangel-umzugehen/>  
<sup>ii</sup>: American Water Works Association Research Foundation, Denver

#### GROHE SilkMove® ES

Durch die GROHE SilkMove® ES Technologie fließt in der Hebel-Mittelstellung einer Armatur ausschließlich Kaltwasser. Damit wird unnötiger Verbrauch von Warmwasser vermieden und es werden Energie und CO2 eingespart.



#### GROHE SilkMove® ES

In der Mittelstellung des Hebels gibt eine Armatur mit der GROHE SilkMove® ES Kartusche nur Kaltwasser ab. Das verhindert die Verschwendung von Wasser und Energie.

**Grafik 13:** GROHE SilkMove® ES

#### Berührungslos gesteuerte GROHE Armaturen

Berührungslos gesteuerte GROHE Armaturen tragen ebenfalls zum Wasser- und Energiesparen bei. Der Wasserfluss stoppt, sobald man sich von der Armatur entfernt.

#### GROHE Powerbox

Die GROHE Powerbox ist eine energieautarke Elektronikarmatur. Sie ist in der Lage, Energie für den Betrieb des integrierten Magnetventils aus dem fließenden Wasser zu generieren, so dass der Einsatz einer Batterie überflüssig wird. Dabei treibt der Wasserfluss bei jeder Nutzung eine Turbine in der Box an, die unter dem Waschtisch installiert wird. Sie wandelt die Strömungsenergie in elektrische Energie um und speichert diese für den Betrieb der Infrarot-Elektronik. Schon 60 Sekunden Tätigkeit des Generators liefern genug Energie, um die Armatur für 24 Stunden zu versorgen.

#### GROHE Weight Watcher

Auch Rohstoffe spielen eine wichtige Rolle und beeinflussen die Entwicklung von ressourcenschonenden Produkten. So konnte z.B. über das „GROHE Weight Watcher“ Programm, das dem Ersatz energieintensiver Grundwerkstoffe (wie Messing) beziehungsweise dem Downgrading/Downsizing von Bauteilen wie Armaturenkörpern dient, das Gewicht eines Waschtisch-Einhandmischers um 30 % gesenkt werden. Diese Produktlösungen unterstützen Endkunden, Planer, Architekten und Objektentwickler darin, Gebäude besonders ressourceneffizient auszustatten.

#### Garantien und Produktsicherheit:

Rund 17 Jahre beträgt die durchschnittliche Lebensdauer von GROHE Armaturen beim Kunden. Beim Austausch ist in der Regel nicht die mangelnde Funktionsfähigkeit maßgeblich, sondern der Kundenwunsch nach einem neuen Design in Bad, Küche oder WC. Alle GROHE Produkte weisen bei sachgemäßer Installation und Nutzung ein geringes Risiko bei der Kundengesundheit und der Kundensicherheit auf. Produktrelevante Gesundheits- und Sicherheitsaspekte haben direkten Einfluss auf die Produkte und werden im GROHE Innovationprozess in der Konzept- und Entwicklungsphase durch definierte Maßnahmen unter Einhaltung von Vorschriften untersucht und bewertet. Um eine besonders hohe Produktsicherheit erreichen zu können, wird bereits innerhalb des Entwicklungsprozesses eine Fehler- und Risikoanalyse durchgeführt. Zudem wird die Einhaltung der hohen Produktstandards von GROHE durch aufwändige Versuche in den eigenen Labs sowohl im Entwicklungsprozess als auch in der Produktion gewährleistet. Hierbei setzt sich GROHE oft höhere Ziele als z. B. Normen es einfordern. So testet GROHE im eigenen Labor 220.000 Lastwechsel von Warm- zu Kaltwasser, während nach DIN EN 817 Lastwechsel in Höhe von 140.000 Zyklen vorgesehen sind.

GROHE wendet standardisierte Verfahren zur Erfüllung der Produktbeobachtungspflicht nach § 823 BGB und des Produkthaftungsgesetzes an. Produkte unterliegen grundsätzlich der Sorgfalts- und Sicherungspflicht. Die oben genannten standardisierten Verfahren versetzen GROHE in die Lage, die Kundenzufriedenheit nachhaltig sicherzustellen und über den Stand von Wissenschaft und Technik auf dem Laufenden zu sein.

Zudem werden die Qualitätsmanagementsysteme nach ISO 9001 zertifiziert. Um dem Kunden eine sichere sowie langjährige Nutzungsdauer gewährleisten zu können, gibt GROHE für alle Produkte eine 5-jährige Herstellergarantie und verlängert für Unterputzprodukte diese Garantie sogar auf 10 Jahre. GROHE Ersatzteile sind mindestens 15 Jahre erhältlich.

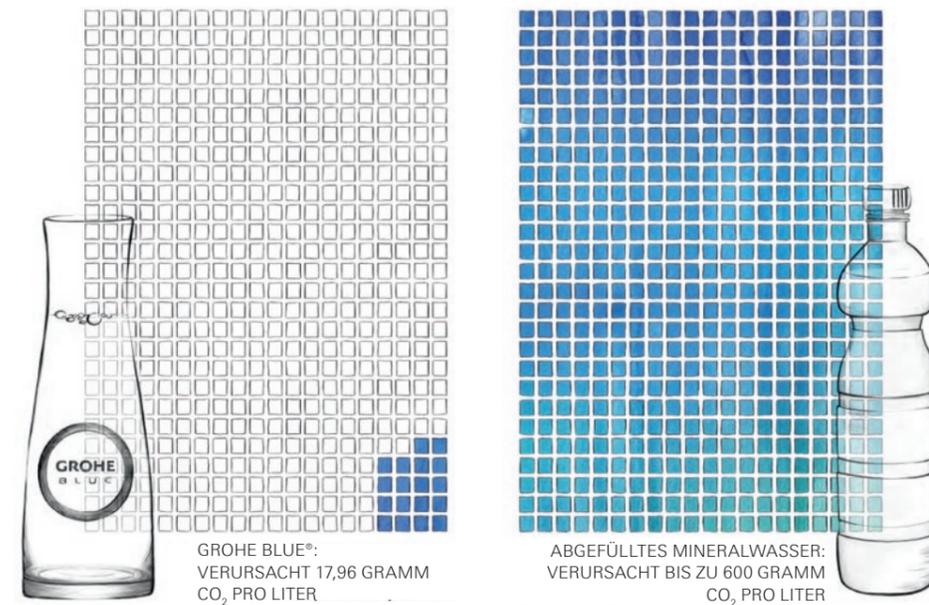
## GROHE Blue®

Die Einführung von GROHE Blue®, ein mit einem Hochleistungsfilter und einem Karbonisator ausgestattetes Küchensystem, das Leitungswasser filtern, kühlen und mit Kohlensäure (sprudelnd, medium, still) versetzen kann, war ein besonderes Highlight in der Geschichte der Produkteinführungen von GROHE. Dieses Produkt wurde nach den Nutzen-Faktoren Geschmack, Komfort und Nachhaltigkeit ausgerichtet und positioniert: GROHE Blue® wurde von Beginn an als „nachhaltiges Produkt“ konzipiert.

Eine Carbon Footprint Studie der Georg-August-Universität Göttingen in 2013 zeigt, dass durch die Nutzung einer GROHE Blue® Armatur 61,3 % CO<sub>2</sub> gegenüber herkömmlichem Flaschen-Wasser eingespart werden können. Während für die Abfüllung und Bereitstellung einer 1-Liter-Flasche Mineralwasser sieben Liter Wasser benötigt werden, verbraucht GROHE Blue® nur die der Armatur tatsächlich entnommene Wassermenge.



### GROHE BLUE® VERURSACHT DEUTLICH KLEINEREN CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK ALS WASSER IN FLASCHEN



### ALLE EINZELNEN PHASEN DES LEBENSZYKLUS SIND IN DIE BERECHNUNGEN EINGEFLOSSEN:



Quelle: Grohe AG und Lehrstuhl für Produktion und Logistik der Georg-August-Universität in Göttingen

**Grafik 14:** Carbon footprint GROHE Blue®

GROHE-Produkte mit einem nachweislich nachhaltigen Nutzen haben einen kontinuierlich wachsenden Anteil am Gesamtumsatz. So wurden z.B. die Stückzahlen von Armaturen mit GROHE SilkMove® ES Technologie, bei der in der Hebel-Mittelstellung ausschließlich Kaltwasser fließt, seit Beginn der Produkteinführung in 2013 bis 2014 verachtstfacht. Der Ausblick für 2015 zeigt eine weitere Steigerung um das Dreifache. Auch bei GROHE Blue® kann das Unternehmen ein signifikantes Wachstum vorweisen. Seit Markteinführung in 2009 konnte der Umsatz verzwanzigfacht werden. Für die folgenden Jahre rechnet GROHE mit weiterem signifikantem Wachstum der aktuellen Umsatzzahlen.

PROZESSE



# PROZESSE

## Produktion, Materialeinsatz

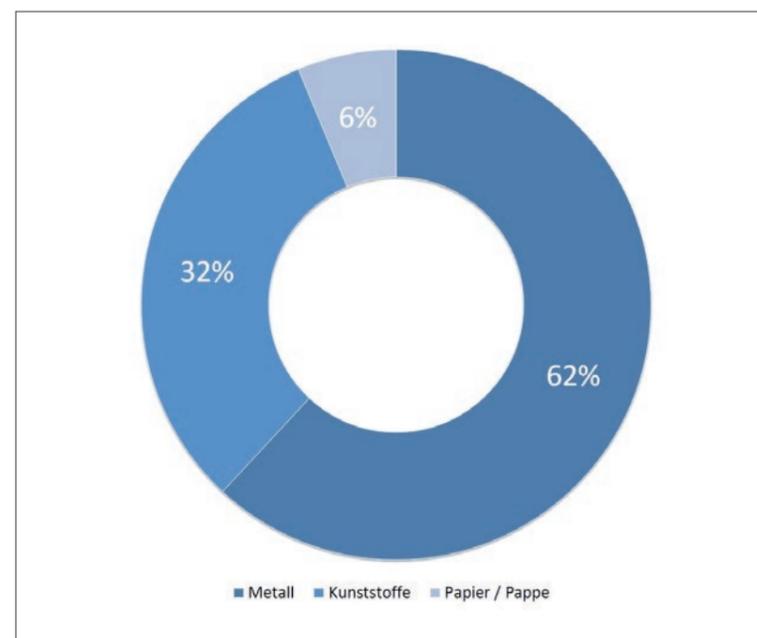
Der für GROHE wesentliche Ressourcen- und Energieverbrauch liegt im Bereich der Produktionsprozesse: Messinggießerei, mechanische Bearbeitung, Schleifen und Polieren, Kunststoffspritzerei, Galvanik, Montage. Die eingesetzten Materialien teilen sich hauptsächlich in Metalle für eigene Schmelzen, Kunststoffgranulate und Verpackungen auf.

Durch den Betrieb eigener Schmelzöfen kann GROHE die Zusammensetzung von Legierungen zu 100 % selbst steuern: So enthält die neue GROHE Light Legierung 35 % weniger Blei. Der Recyclinganteil des GROHE-Messings beträgt ca. 80 %. Zurzeit werden bereits 73 % der Verpackungen aus Pappe und Papier aus erneuertem Material hergestellt. Produktbeschreibungen werden zu 100 % auf PEFC-zertifiziertem Papier gedruckt.

Detailliert untergliederte Daten liegen derzeit nur für die deutschen Produktionswerke von GROHE für das Jahr 2014 vor. Die Ermittlung aktueller, detaillierter Kennzahlen für GROHE ist eingeleitet. Diese werden im nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht, der für das Jahr 2016 vorgesehen ist, veröffentlicht.

Aufteilung eingesetztes Material nach Gewicht in 2014:

| Material     | Mengen   |
|--------------|----------|
| Metall       | 12.728 t |
| Kunststoffe  | 6.538 t  |
| Papier/Pappe | 1.289 t  |



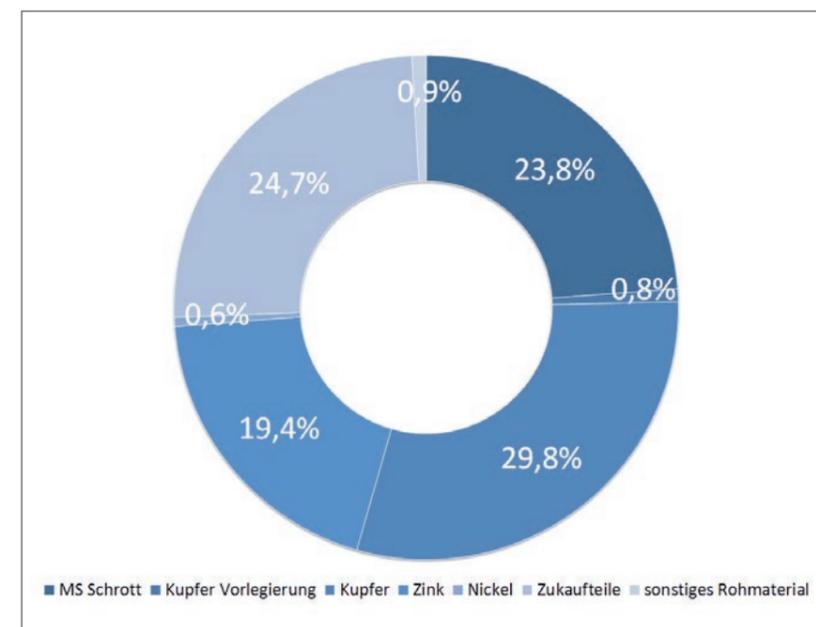
Grafik 15 : Aufteilung eingesetztes Material nach Gewicht in %

## G4- EN1, G4- EN2, G4-EN28

Die wichtigsten zugekauften Metalle sind Messing (MS), Kupfer, Zink und Nickel. Rund 24 % des gesamten Bedarfs werden durch Sekundärrohstoffe (Schrotte) abgedeckt.

Aufteilung eingesetzter Metalle nach Gewicht in 2014:

| Material              | Mengen  |
|-----------------------|---------|
| MS Schrott            | 3.031 t |
| Kupfer                | 3.794 t |
| Zink                  | 2.464 t |
| Nickel                | 72 t    |
| Zukaufteile           | 3.147 t |
| Kupfer Vorlegierung   | 104 t   |
| sonstiges Rohmaterial | 116 t   |

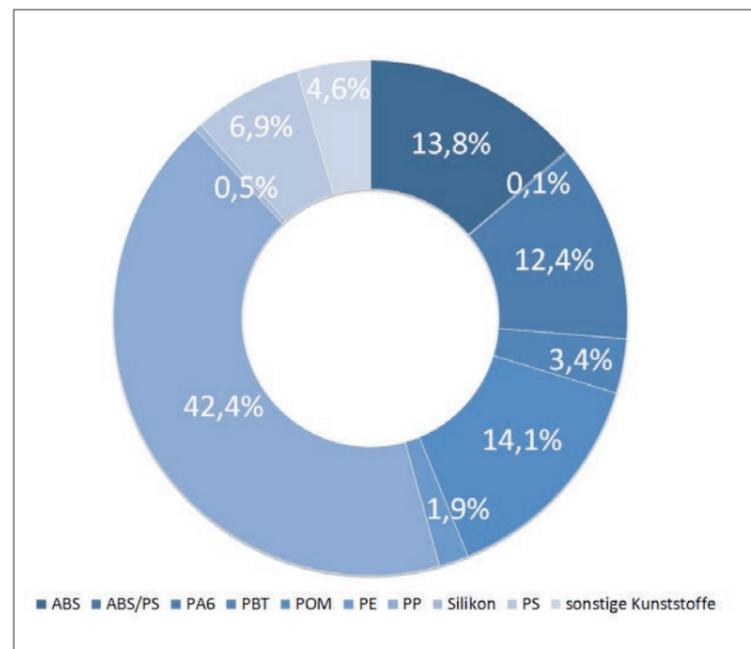


Grafik 16: Aufteilung eingesetzter Metalle nach Gewicht in %

Von den in 2014 eingesetzten Kunststoffgranulaten werden 100 % des ABS Materials, welches in der GROHE eigenen Produktion als Abfall anfällt, im laufenden Prozess aufbereitet und erneut eingesetzt.

Aufteilung eingesetzter Kunststoffgranulate nach Gewicht in 2014

| Material             | Mengen  |
|----------------------|---------|
| ABS                  | 901 t   |
| ABS/PS               | 8 t     |
| PA6                  | 811 t   |
| PBT                  | 223 t   |
| PE                   | 122 t   |
| POM                  | 921 t   |
| PP                   | 2.771 t |
| PS                   | 450 t   |
| Sonstige Kunststoffe | 301 t   |
| Silikon              | 30 t    |

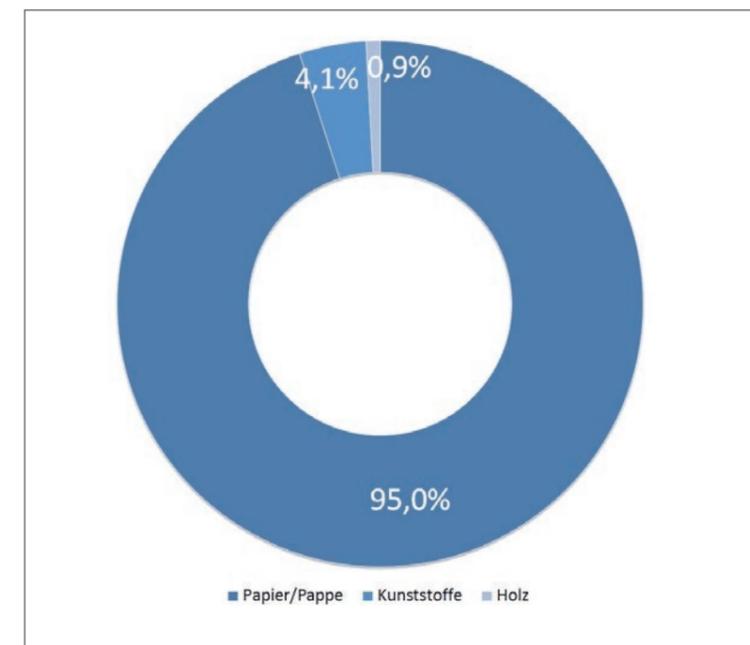


**Grafik 17:** Aufteilung eingesetzter Kunststoffgranulate nach Gewicht in %:

GROHE Verpackungen müssen Anforderungen erfüllen, die einen weiten Bereich funktioneller Ansprüche und Rechtsvorschriften umfassen. Was Umweltauswirkungen von Verpackungen und Verpackungsabfälle innerhalb der Europäischen Gemeinschaft angeht, ist die am 31. Dezember 1994 in Kraft getretene EG-Richtlinie 94/62/EG über Verpackungen und Verpackungsabfälle von zentraler Bedeutung. Sie regelt unter anderem die Rücknahme- und Verwertungspflichten für Verpackungen. Den Anforderungen an die Rücknahme- und Verwertungspflicht von Verpackungen kommt GROHE durch die länderspezifische Teilnahme an nationalen Rücknahme- und Verwertungssystemen nach. Diese nationalen Lösungen haben zur Folge, dass derzeit keine analysierbaren Material- und Mengenanalysen zur Verpackungsentsorgung in den einzelnen Ländern möglich sind. Es liegt keine gemeinsame Datenbasis vor. GROHE untersucht derzeit, inwieweit dies für den nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht möglich ist. Bei den eingesetzten Verpackungen nutzt GROHE hauptsächlich Papier, Holz und Kunststoffe. Das größte Volumen weisen Papier und Pappe auf.

Aufteilung eingesetzter Packstoffe nach Gewicht in 2014

| Material     | Mengen  |
|--------------|---------|
| Papier/Pappe | 1.225 t |
| Holz         | 11 t    |
| Kunststoffe  | 53 t    |

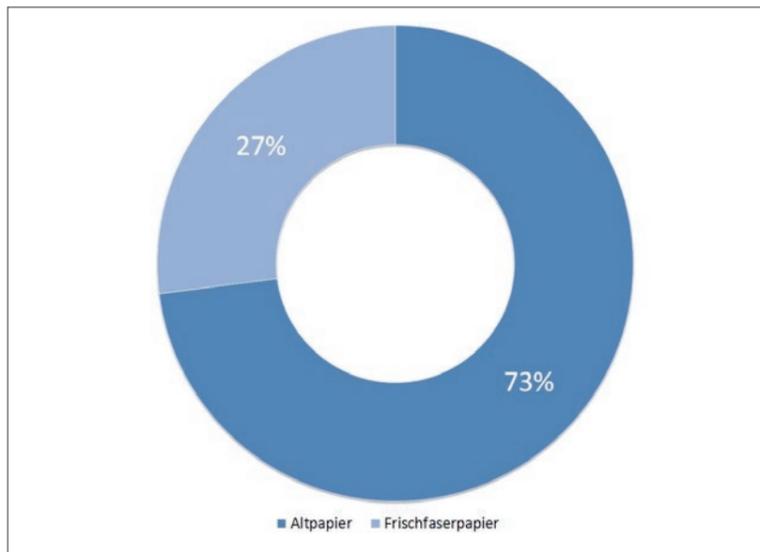


**Grafik 18:** Aufteilung eingesetzter Packstoffe nach Gewicht in %

Dabei bestehen die eingesetzten Verpackungspapiere zu ca. zwei Dritteln aus Altpapier.

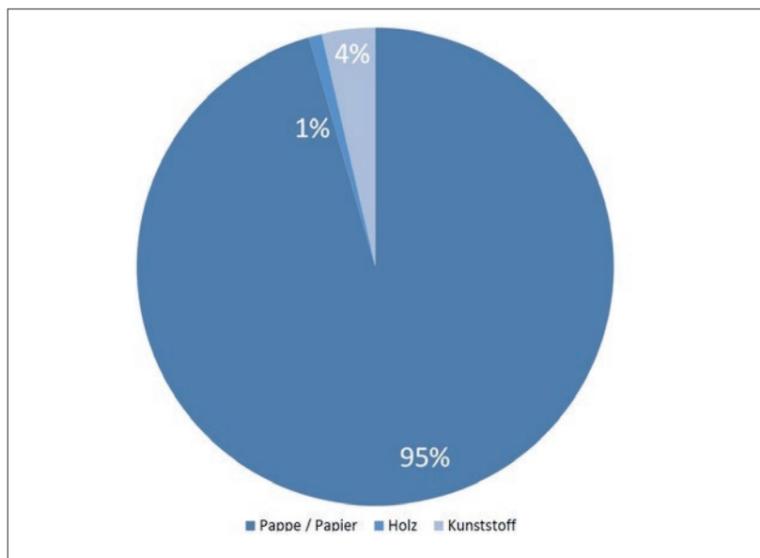
Aufteilung eingesetztes Papier nach Gewicht in 2014:

| Material     | Menge gesamt | Altpapier | Frischfaserpapier |
|--------------|--------------|-----------|-------------------|
| Papier/Pappe | 1.225 t      | 894 t     | 331 t             |



**Grafik 19:** Aufteilung eingesetztes Papier nach Gewicht in %

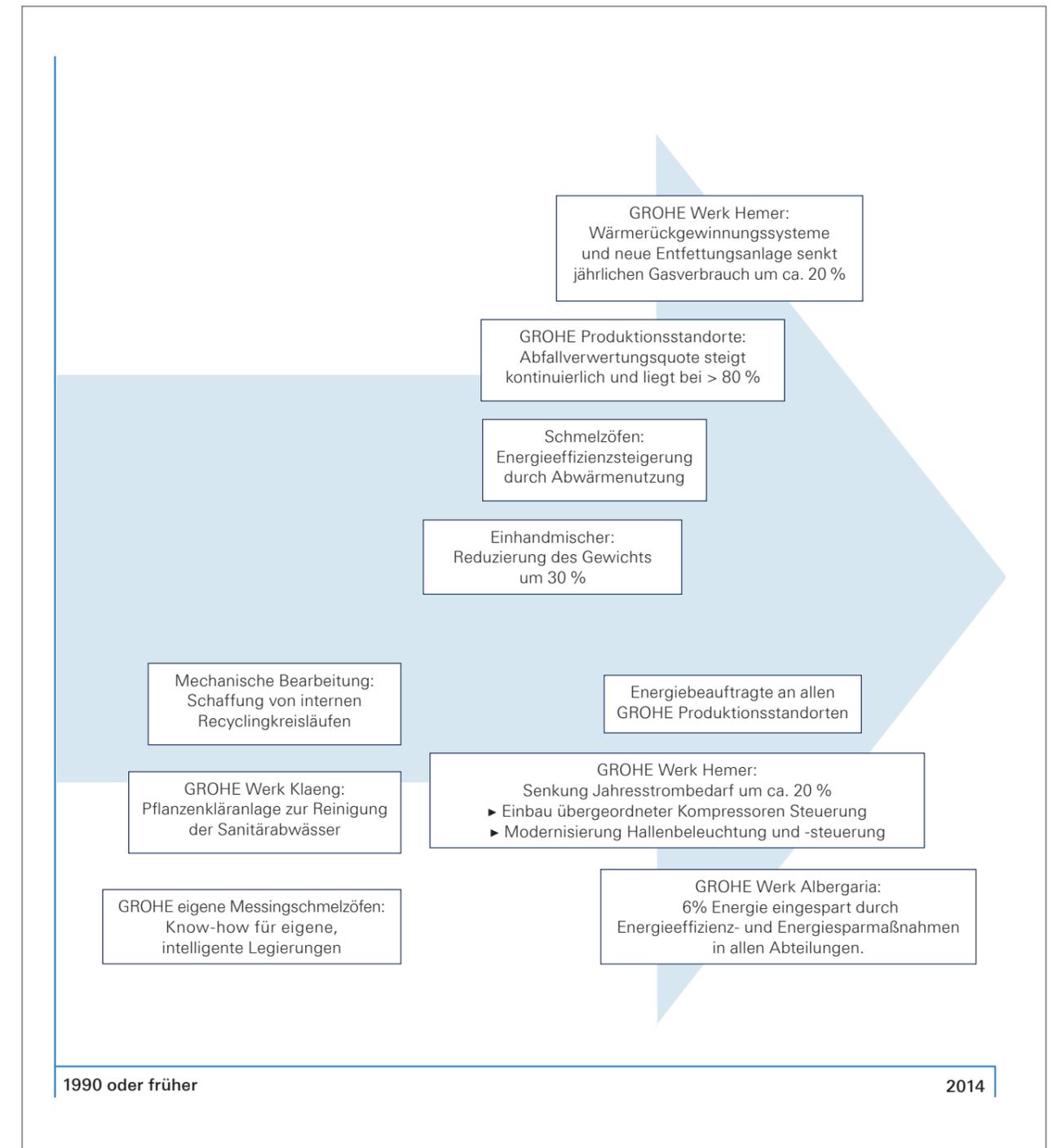
Die in Deutschland erhobenen Daten zur Entsorgung (Abrechnung mit dem Entsorgungsunternehmen) basieren auf den Verkaufszahlen und den für die Produkte eingesetzten Verpackungsmaterialien. Bei diesen Zahlen zeigt sich, dass die der Entsorgung zugeführten Materialien analog zu den eingekauften Verpackungsmaterialien aufgeteilt sind:



**Grafik 20:** Aufteilung der dem Entsorgungsprozess zugeführten Packstoffe nach Gewicht in % in 2014

### Projekte zur Ressourcen- und Energieeffizienz

Zur Verbesserung der Ressourcen- und Energieeffizienz hat GROHE zahlreiche Projekte durchgeführt:



**Grafik 21:** Zeitstrahl Projekte Ressourcen- und Energieeffizienz

- Bei der mechanischen Bearbeitung fallen Metallreste (Anguss und Steiger), Bohremulsionen und Metallspäne an. Anguss und Steiger werden wieder eingeschmolzen, Bohremulsionen im Kreislauf geführt, Messingspäne getrocknet und ebenfalls wieder eingeschmolzen. Minimalmengenschmierung bzw. Trockenbearbeitung verbessert die Umweltbilanz der Anlagen zunehmend. Auch Abfälle aus den Schleif- und Polierprozessen werden in den Kreislauf zurückgeführt.
- Der Recyclinganteil des GROHE-Messings beträgt insgesamt ca. 80 %.
- Durch konstruktive Änderungen im Produktkonzept sowie durch Prozessoptimierungen konnte das Gewicht von Waschtisch-Einhandmischern um 30 % gesenkt werden.
- Durch den Betrieb eigener Schmelzöfen kann GROHE die Zusammensetzung von Legierungen zu 100 % selbst steuern: So enthält die neue GROHE Light Legierung 35 % weniger Blei als zuvor.
- Bei der Herstellung der GROHE Armaturenkörper ist der Energieeinsatz zum Schmelzen der Messinglegierungen auf knapp über 1.000°C von maßgeblicher Umweltrelevanz. Durch Abwärmenutzung wird die Energieeffizienz deutlich gesteigert.
- Alle GROHE Werke betreiben eigene Abwasseraufbereitungsanlagen zur Reinigung der Abwässer aus den Galvaniken: Das GROHE Werk Thailand betreibt zudem eine Pflanzenkläranlage zur Reinigung der Sanitärabwässer.
- Die Abfallverwertungsquote aller GROHE Produktionsstandorte steigt seit Jahren kontinuierlich an und liegt bei > 80 %.
- An allen Produktionsstandorten sorgen Energiebeauftragte für die systematische Analyse von Energieverbräuchen und den sparsamen Umgang mit Energie.
- Im Werk Hemer wurde der jährliche Gasverbrauch durch Einbau von Wärmerückgewinnungssystemen sowie einer neuen Entfettungsanlage um ca. 20 % reduziert. Der Jahresstrombedarf konnte durch eine übergeordnete Kompressorensteuerung sowie die Modernisierung der Hallenbeleuchtung und -steuerung um ca. 20 % gesenkt werden. Mit diesen Projekten war das GROHE Werk Hemer Gewinner der GROHE SustainAbility Trophy 2011 im Bereich Energiemanagement.
- Im Jahr 2014 konnte das GROHE Werk Albergaria, Portugal, durch Energieeffizienz- und Energiesparmaßnahmen in allen Abteilungen 6 % an Energie einsparen. Mit diesen systematischen Strukturen war das GROHE Werk Albergaria Gewinner der GROHE SustainAbility Trophy 2015 im Bereich Energiemanagement.

Ausblick über 2014 hinaus:

- Im Jahr 2015 wurde im GROHE Werk Hemer ein neues Blockheizkraftwerk (BHKW) in Betrieb genommen, das die Energieeffizienz des Standortes signifikant steigert. Mit diesem BHKW deckt Hemer ca. 13 % des eigenen Strombedarfs ab. Die CO2 Emissionen verringern sich um ca. 10 % auf ca. 15.000 Tonnen.
- Ab 2016: GROHE bereitet die Einführung von systematischen Aufbau- und Ablaufstrukturen im Energiemanagement weltweit an allen Standorten vor. Eine Zertifizierung nach ISO 50001 „Energiemanagementsysteme“ ist für 2016 geplant.

## Energieverbrauch, Emissionen und Klimawandel

**G4-EN15, G4-EN16,  
G4-EN17, G4-EN19**

Basierend auf dem Jahr 2013 hat GROHE sich das Ziel gesetzt, bis 2020 die Energieeffizienz um 20 % zu erhöhen sowie den Carbon Footprint um 20 % zu senken. Bis zum Jahr 2014 wurde die Energieeffizienz bereits um 3 % verbessert, der CO2 Ausstoß um 3 % verringert.

Die Berechnung der Treibhausgasemissionen bei GROHE erfolgt nach den internationalen Standards GHG Protokoll/ISO 14064.

Die hier genannten Treibhausgasberechnungen (2010) unterscheiden sich nach a) direkten Emissionen („Scope 1“) sowie b) indirekten Emissionen („Scope 2“ und „Scope 3“) gemäß dem GHG (Green House Gases)-Protokoll.

**Scope 1**-Emissionen machen etwa rund 14 % vom Gesamt-Carbon Footprint des Unternehmens aus. Hauptquelle ist der Erdgasverbrauch in den Produktionsstätten (ca. 78 %). Weitere Quellen sind der Verbrauch von LPG – Liquefied Petroleum Gas, Heizöl, Diesel und Kühlmittelverluste an den GROHE Standorten.

**Scope 2**-Emissionen, d. h. der Strombezug von Energiedienstleistern, entsprechen rund 64 % des Carbon Footprints des Unternehmens.

Die Energie zum Betrieb der Herstellungsprozesse besteht zum überwiegenden Teil aus Strom, den GROHE in den einzelnen Produktionsländern von extern bezieht. Der jeweilige Energiemix variiert und ist abhängig von den Produktionsbedingungen in den einzelnen Ländern. So steigt in Deutschland die Bedeutung der staatlich geförderten alternativen Energiequellen, in Portugal hingegen wächst die Relevanz der Wasserkraftnutzung (aus spanischen Wasserkraftwerken bezogen). In Thailand hingegen werden noch viele Kohlekraftwerke betrieben.

**Scope 3**-Emissionen machen etwa 22 % vom Gesamt-Carbon Footprint des Unternehmens aus. Hauptquelle hierfür ist die Transportlogistik zwischen den GROHE Werken, den Zulieferern und den Logistikzentren in Deutschland (ca. 95 %). Flugreisen von Mitarbeitern (ca. 4 %) sowie die weitere Nutzung von Dienstfahrzeugen bzw. Leihfahrzeugen, Nutzung von Bahn und anderem ÖPNV (Mobilität) etc. spielt eine untergeordnete Rolle (ca. 1 %).

Der Gesamt-Carbon Footprint summiert sich auf etwa 81.000 Tonnen Kohlendioxidäquivalente pro Jahr CO2e (= 100 %).

In diese Bilanzierung aus dem Jahre 2013 sind alle GROHE Produktionsstandorte sowie die Aktivitäten der Zentralstellen und der deutschen Vertriebsgesellschaft eingegangen. Hierbei wurde der Schwerpunkt auf die CO2 Emissionen gelegt, da hier der signifikant größte Anteil vermutet wurde (siehe Erläuterungen zu den Berechnungen sowie Scope 1, Scope 2 und Scope 3 auf Seite 54).

| Scope               | Aktivität                       | CO2 Emissionen     | Anteil         |
|---------------------|---------------------------------|--------------------|----------------|
| Scope 1             | Erdgas                          | 8.372,50 t         | 10,3 %         |
|                     | LPG – Liquid Petroleum Gas      | 254,07 t           | 0,3 %          |
|                     | Diesel, Heizölverbrauch         | 419,46 t           | 0,5 %          |
|                     | Fuhrpark Brennstoffverbrauch    | 51,45 t            | 0,1 %          |
|                     | Fahrzeuge Brennstoffverbrauch   | 1.906,68 t         | 2,4 %          |
|                     | Kühlmittelverluste              | 214,38 t           | 0,3 %          |
|                     | <b>SUMME</b>                    | <b>11.218,54 t</b> | <b>13,9 %</b>  |
| Scope 2             | Elektrizität                    | 52.089,62 t        | 64,4 %         |
|                     | <b>SUMME</b>                    | <b>52.089,62 t</b> | <b>64,4 %</b>  |
| Scope 3             | Leihwagen                       | 104,36 t           | 0,1 %          |
|                     | Geschäftsflüge                  | 694,66 t           | 0,9 %          |
|                     | Bahnreisen                      | 33,38 t            | 0,04 %         |
|                     | Reisen (Portugal und Kanada)    | 1.231,91 t         | 0,2 %          |
|                     | Alle Frachten/Transportlogistik | 16.674,47 t        | 20,6 %         |
|                     | <b>SUMME</b>                    | <b>17.638,78 t</b> | <b>21,84 %</b> |
| <b>SUMME GESAMT</b> |                                 | <b>80.946,94 t</b> |                |

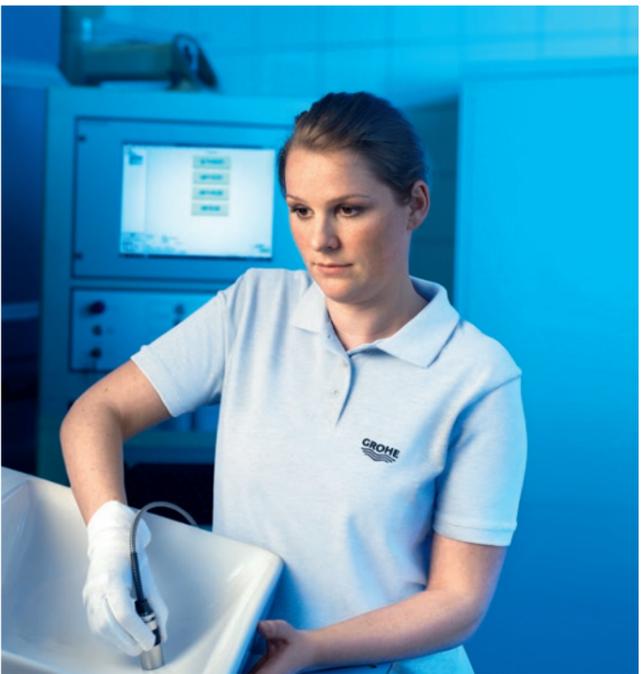
Die hier verwendeten Standards, Methoden und Annahmen sind:

1. 2012 Guidelines To Defra/DECC's GHG Conversion Factors for Company Reporting
2. Guidelines to Defra's Greenhouse Gas (GHG) Conversion Factors for Company Reporting – annexes
3. The Greenhouse Gas Protocol: A corporate Accounting and Reporting Standard, Revised edition
4. Chris Goodall, Low Carbon Life [www.lowcarbonlife.net](http://www.lowcarbonlife.net)

Die in der Berechnung einbezogenen Gase sind:

- Erdgas, LPG – Liquefied Petroleum Gas (Scope 1)
- CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFC's, PFC,s and SF<sub>6</sub> (Scope 1) => Kühlanlagen

MITARBEITER



# MITARBEITER

## Aus- & Weiterbildung

Ausbildung und Nachwuchsförderung sind seit Jahren zentrale Themen der GROHE Unternehmenskultur, als Teil der sozialen Verantwortung des Unternehmens, aber auch, um dem demographischen Wandel entgegenzuwirken.

### Ausbildung von Fachkräften

- GROHE bildet in > 25 verschiedenen Berufen aus
- Die Anzahl der Auszubildenden übersteigt den üblichen Bedarf, aber mit Blick auf effiziente Nachwuchsförderung wird GROHE dies auch in Zukunft tun
- In 2014 wurden insgesamt rund 80 Nachwuchskräfte in Deutschland ausgebildet
- Die Qualität der Ausbildung bei GROHE wird auch von externer Seite kontinuierlich anerkannt:
  - Seit 2007 4 Azubis als bundesbeste Azubis ausgezeichnet - seit 2012 jedes Jahr in Folge
  - Seit 2010 7 GROHE Azubis als Landesbeste
- GROHE bietet seinen Auszubildenden einen vollständigen Blick auf das Unternehmen: Im Rahmen des „Azubi On Tour“ Programms erhalten Auszubildende ein Vertriebspraktikum innerhalb der Ausbildung

### Weiterbildung

Die Förderung der professionellen Aus- und Weiterbildung findet bei GROHE hohe Beachtung und hilft dem Unternehmen dabei, auch zukünftig sehr gut aufgestellt zu sein. So können sich junge Mitarbeiter, die bei GROHE ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen haben, bei der seit mehr als 15 Jahren existierenden GROHE Treuhandstiftung bewerben, um Fördergelder für staatlich bzw. öffentlich rechtlich anerkannte Abschlüsse zu erhalten.



DEINE CHANCE  
IM GROHE TEAM



**Grafik 22:** GROHE Auszubildende „Deine Chance im GROHE Team“

## G4-LA9

Darüber hinaus ist es ein Anliegen von GROHE, das existierende Fort- und Weiterbildungsprogramm den Anforderungen des Unternehmens sowie den Anforderungen der Mitarbeiter stetig anzupassen. In 2014 nutzten die Mitarbeiter/innen im Durchschnitt diese Angebote für rund 10 Zeitstunden in den verschiedenen Programmen.

Dabei wurden Aufwand für An- und Abreise oder Übernachtungen nicht berücksichtigt. Die Schulungen werden nach einem zuvor ermittelten Bedarfsplan festgelegt. Es gibt keine geschlechterspezifische Statistik zur Buchung der unterschiedlichen Programme. Um in Zukunft die Weiterbildungsstunden nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie aufschlüsseln zu können, plant GROHE den Aufbau nicht detaillierter Kennzahlen. Diese sollen im nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht, der für das Jahr 2016 vorgesehen ist, veröffentlicht werden. Die Zuteilung der Schulungen ist unterschiedlich für alle Mitarbeitergruppen und variiert von Jahr zu Jahr.

Wichtige Weiterbildungsprogramme bei GROHE sind:

- GROHE Excellence
- interne und externe Seminare
- Online-Schulungen z. B. zum Thema Kartellrecht
- GROHE Potential Programm
- Onboarding-Programm für neue Mitarbeiter/-innen (Einführungsschulung)

Ein besonderes Programm zur Qualifizierung und Vernetzung der Mitarbeiter/-innen unterschiedlicher Bereiche und Standorte ist GROHE Excellence. Es handelt sich um eine interne Lernplattform zur Erhaltung und Vermittlung von Wissen sowie zur Verbesserung der eigenen Handlungskompetenz. Die GROHE Führungskräfte und Experten agieren als Trainer/innen und geben ihr Wissen sowie ihre Erfahrungen in Form von Workshops, Referaten, Diskussionsrunden etc. an die Mitarbeiter/-innen weiter. Fachwissen, Methodik und Professionalität stehen dabei im Vordergrund.

Das GROHE Potential System, kurz GPS, beschreibt ein internes Programm für Nachwuchsführungskräfte. Im Rahmen dieses Programms werden weltweit potentielle Führungskräfte aller Fachbereiche übergreifend gefördert und in mehreren Modulen auf zukünftige (Führungs-)Aufgaben vorbereitet. Unter der Leitung eines erfahrenen Trainers erlernen die Teilnehmer Inhalte wie Führungs- und Problemlösungsverhalten sowie Projektmanagement. Darüber hinaus werden in interdisziplinären Teams spannende Projekte für GROHE bearbeitet und die Ergebnisse am Ende des Programms präsentiert. Den Abschluss des Programms bildet die Vorstellung der Projekte vor einem breiten Auditorium, bestehend aus Vorstand, Projektspensoren, unterschiedlichen Fachbereichen und Alumni.

Weitere Anreizprogramme bei GROHE:

- GROHE Betriebliches Vorschlagswesen

GROHE betreibt seit vielen Jahren ein Betriebliches Vorschlagswesen (BVW). Hier können Mitarbeiter Verbesserungsvorschläge einreichen. Dabei partizipieren sie unter anderem auch finanziell an Einsparungen zu Gunsten des Unternehmens.

Im Jahr 2014 gab es eine Sonderaktion zum Thema „Qualität“. Die Sieger wurden mit GROHE-eigenen, nachhaltigen Produkten prämiert (u. a. GROHE Blue®, GROHE EcoJoy® Armaturen).

- GROHE SustainAbility Trophy

Um besondere Leistungen und Projekte zu honorieren, verleiht GROHE seit 2011 intern Nachhaltigkeitspreise in den Kategorien Umwelt, Wasser, Energie und Arbeitssicherheit.

## Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutzmanagement

Für GROHE hat das Thema Arbeitssicherheit und -gesundheit primäre Bedeutung. Das Unternehmen unternimmt viel zum Schutz seiner Mitarbeiter. Zudem unterstützt und erhält Arbeitssicherheit und -gesundheit die Produktivität der Mitarbeiter und GROHE kennt die potentielle Gefahr von Reputationsschäden im Fall von entsprechenden Unfällen.

Die Aufbau- und Ablaufstrukturen im GROHE Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmanagement sind seit 2011 nach der international führenden Norm für Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmanagementsysteme, OHSAS 18001, zertifiziert.

| 2014 – Verletzungen bei GROHE Beschäftigten *   |      |                  |       |
|-------------------------------------------------|------|------------------|-------|
| Anzahl Verletzungen nach Werk                   | Lahr | Porta Westfalica | Hemer |
| männlich                                        | 9    | 4                | 32    |
| weiblich                                        | 4    | 4                | 5     |
| Gesamt                                          | 13   | 8                | 37    |
|                                                 |      |                  |       |
| Ausfalltage nach Werk                           | Lahr | Porta Westfalica | Hemer |
| männlich                                        | 97   | 40               | 730   |
| weiblich                                        | 40   | 37               | 42    |
| Ausfalltage gesamt                              | 137  | 77               | 772   |
| Art Verletzung nach Werk                        | Lahr | Porta Westfalica | Hemer |
| 1. Schnittverletzungen                          | 7    | 2                | 6     |
| 2. Prellungen/Quetschungen                      | 2    | 3                | 18    |
| 3. Brüche                                       |      | 1                | 3     |
| 4. Verbrennungen                                |      |                  |       |
| 5. Stürze                                       | 2    |                  | 3     |
| 6. Sinnesorgane (Ohren, Auge, Nase, Mund, Haut) |      |                  | 3     |
| 7. Wegefälle                                    | 4    | 3                | 5     |

\*Bei den aufgeführten Verletzungen sind Mehrfachverletzungen je aufgeführtem Mitarbeiter möglich.

## G4-LA6

Gesundheit und Arbeitssicherheit sind feste Bestandteile der Unternehmensphilosophie und u. a. Kernaufgaben des Managements. GROHE arbeitet hierfür länderbezogen mit den Behörden, Gewerkschaften und Berufsgenossenschaften zusammen. An allen GROHE Standorten existieren Fachkräfte, die sich vorwiegend um Gesundheit und Arbeitssicherheit kümmern und sicherstellen, dass sowohl gesetzliche Vorgaben als auch die darüber hinausgehenden internen Bestimmungen eingehalten werden. Hierbei kommt den einzelnen Verantwortlichen eine besondere Rolle zu. In den GROHE-Standorten werden unter Leitung dieser Fachkräfte regelmäßige Begehungen, Arbeitskreise, Schulungen und entsprechende Audits durchgeführt. Gesundheits- und Sicherheitsthemen sind in Deutschland weniger in gewerkschaftlichen Vereinbarungen geregelt. Eine Ausnahme bildet der Tarifvertrag zur Altersteilzeit. Dieser beschäftigt sich zu 100 % mit der Möglichkeit, älteren Arbeitnehmern/innen innerhalb von vereinbarten Quoten einen Vorruhestand zu ermöglichen.

| 2014 – Verletzungen GROHE extern Beschäftigte * |      |                  |       |
|-------------------------------------------------|------|------------------|-------|
| Verletzungen nach Werk                          | Lahr | Porta Westfalica | Hemer |
| 1. Schnittverletzungen                          |      |                  | 3     |
| 2. Prellungen/Quetschungen                      | 2    | 2                |       |
| 3. Brüche                                       | 1    |                  | 1     |
| 4. Verbrennungen                                |      |                  |       |
| 5. Stürze                                       | 1    |                  | 1     |
| 6. Sinnesorgane (Ohren, Auge, Nase, Mund, Haut) |      | 1                |       |
| 7. Wegefälle                                    | 1    |                  | 1     |

\*Bei den aufgeführten Verletzungen sind Mehrfachverletzungen je aufgeführtem Mitarbeiter möglich.

Die Daten basieren auf internen Erhebungen der drei deutschen GROHE Produktionswerke und berücksichtigen im Wesentlichen die Vorgaben der Berufsgenossenschaft (siehe z. B. meldepflichtige Unfälle). Eine Erhebung für alle GROHE Standorte ist in Vorbereitung und wird im nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht.

Vor Ort tätige Vertragspartner wie Dienstleister, die an einem der weltweiten Standorte tätig werden, müssen die GROHE Verpflichtungserklärung für Lieferanten und Dienstleister akzeptieren. Damit entsprechen sie unter anderem den Vorgaben zur Einhaltung von Sozialstandards, Arbeitssicherheit sowie Gesundheits- und Umweltschutz. Weitere Gesundheitskennzahlen werden derzeit nicht erhoben. Um in Zukunft die Gesundheitskennzahlen auch für vor Ort tätige Vertragspartner aufschlüsseln zu können, plant GROHE den Aufbau detaillierter Kennzahlen. Diese sollen im nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht, der für das Jahr 2016 vorgesehen ist, veröffentlicht werden.

Dank eines nachhaltigen Arbeitssicherheitsmanagements sind keine Todesfälle und nur selten schwere Unfälle zu verzeichnen. Die meisten Unfallereignisse sind leichter Natur. Alle Ereignisse werden systematisch erfasst und analysiert. Falls erforderlich, werden weitere Schutzmaßnahmen eingeleitet. Für alle Arbeitsplätze werden Gefährdungsbeurteilungen erstellt, die regelmäßig aktualisiert werden und dabei helfen, Gefahrenpotentiale frühzeitig zu identifizieren und zu beseitigen. GROHE hat den Anspruch, deutlich mehr zum Schutz der Beschäftigten zu tun, als es der Gesetzgeber verlangt. Zu den proaktiven Maßnahmen im Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutz zählen unter anderem:

- GROHE „Global EHS Checklist-Audits“ – weltweite monatliche Audits
- GROHE „Safety Alert“ – weltweiter Austausch bei Unfällen
- GROHE „EHSy“ Programm – Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz „einfach“ erklärt

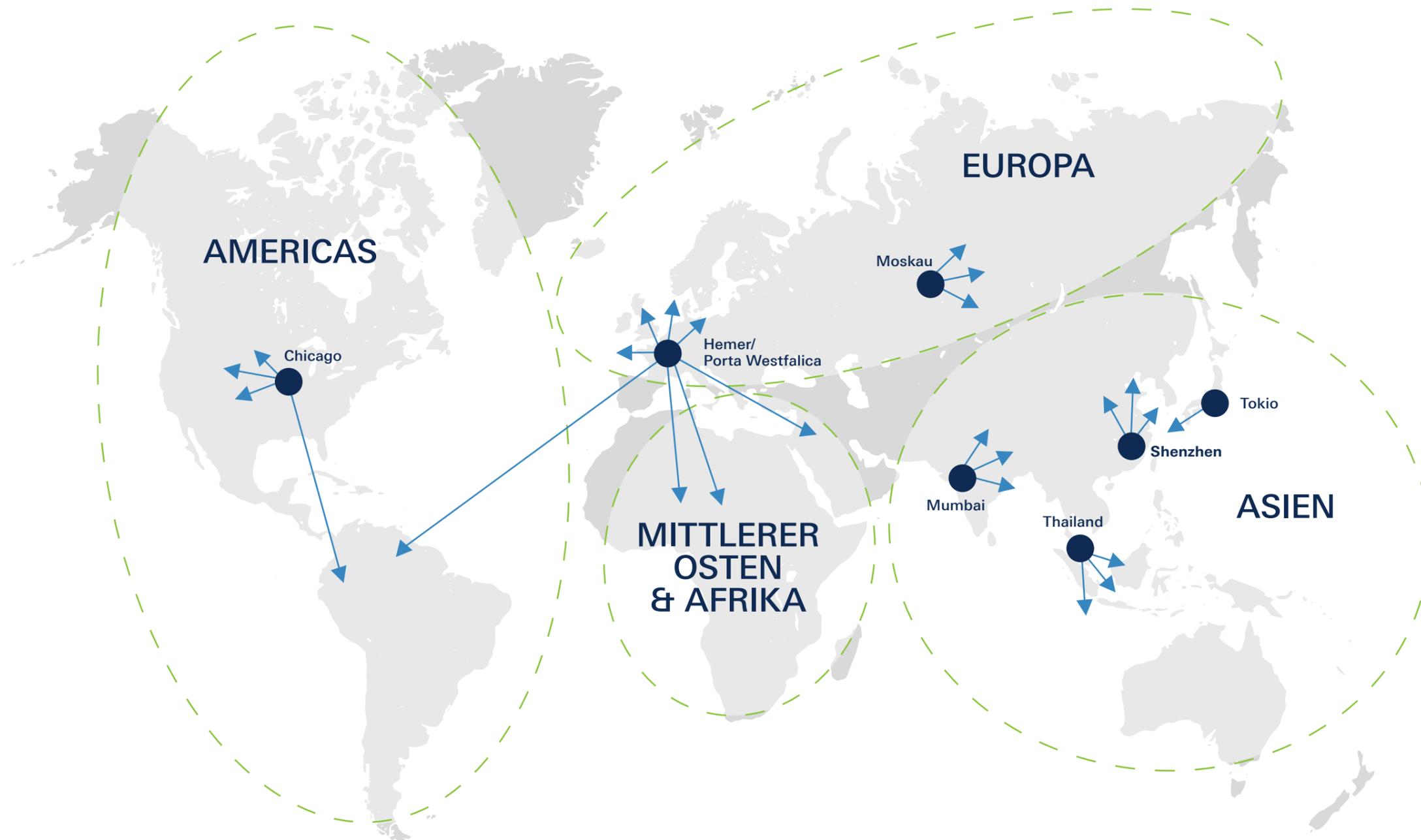
Um die Gesundheit aller Mitarbeiter zu fördern, unterstützt GROHE unterschiedliche Projekte im Rahmen des Gesundheitsschutzes:

- Standortgebundene Gesundheitszirkel/-initiativen
- Gesundheitsmanagement
- GROHE Gesundheitstage
- Ergonomieprojekte in den Fertigungsstätten
- Jährliche Gesundheitstage an allen Standorten (z. B. 3D-Wirbelsäulenscreening)
- Betriebssportgruppen (u. a. Wandern, Radfahren, Volleyball)
- Sportevents (GROHE Fußballturnier, Düsseldorf Marathon, Radio MK Lauf, etc.)
- Fitness-Studio in Düsseldorf

Zu den Themen Gesundheitsmanagement und psychische Belastung haben die Tarifparteien verschiedene Betriebsvereinbarungen getroffen, die an allen GROHE Standorten in Deutschland Gültigkeit haben.

# LIEFERANTEN

80 % des weltweiten Produktionsvolumens werden in den Zentrallägern in Deutschland zusammengeführt



## WERKE

- Hemer (Deutschland)
- Lahr (Deutschland)
- Porta Westfalica (Deutschland)
- Albergaria (Portugal)
- Klaeng (Thailand)

 Lieferung an den Kunden

 GROHE Bestandskonsolidierungspunkte

- 80 % des weltweiten Produktionsvolumens werden in den beiden Logistikzentren in Hemer und Porta Westfalica zusammengeführt, wobei Hemer mit einer Kapazität von fast 20.000 Paletten das größte Lager ist.
- Außerhalb Deutschlands wird die GROHE Lieferkette durch vier größere von Logistikdienstleistern betriebene Lager unterstützt.
- Über die GROHE Wertschöpfungskette werden jährlich weltweit über 50.000 Tonnen Ware an GROHE Kunden geliefert.

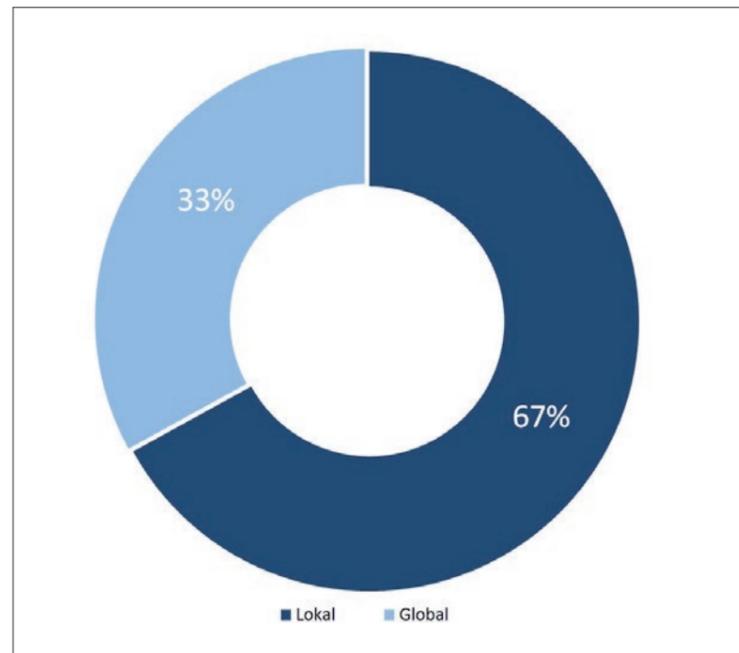
# LIEFERANTEN

## Lieferkette der Organisation:

Die GROHE Beschaffung erwirbt neben allen nicht selbst erzeugten Gütern, die über die vorgelagerten Lieferketten bezogen werden, also Produktionsmaterialien, Hilfs- und Betriebsstoffe, Fertigteile, Investitionsgüter, Handelswaren, auch Energie und Dienstleistungen. Für die Beschaffungsaktivitäten bei GROHE existieren zahlreiche, intern festgelegte Regeln und Vorgaben.

Dazu gehören verhaltensorientierte Vorgaben, wie der GROHE Supplier Code of Conduct oder die GROHE Verpflichtungserklärung für Lieferanten und Dienstleister, prozessorientierte Vorgaben, wie Anforderungen an die Qualität von Produktionsprozessen (z. B. dokumentiert in Zertifizierungen nach ISO 9001 (Qualität), ISO 14001 (Umwelt), OHSAS 18001 (Arbeits- und Gesundheitsschutz) und produkt- sowie dienstleistungsorientierte Vorgaben, wie Bauteil- und Materialspezifikationen, Lieferqualität, Liefertreue, Umwelt- und Arbeitssicherheit, Wettbewerbsfähigkeit.

Die Einhaltung der vereinbarten Anforderungen/Leistungen wird auch bei der Bestellabwicklung und Warenannahme systematisch einbezogen. Die Lieferantenauswahl orientiert sich in der Regel an der Verfügbarkeit, der Qualität und dem Preis von Produkten und Dienstleistungen. Bei der Auswahl der Lieferanten definiert GROHE den Begriff „lokal“ mit dem Land, in dem das jeweilige produzierende Werk angesiedelt ist.



**Grafik 23:** GROHE Einkaufsvolumen Anteil Global / Lokal in %

## Direktes Material:

Ca. 700 Lieferanten weltweit

## Indirektes Material:

Ca. 3.000 Lieferanten weltweit

## G4-12

## Direktes Material (Produktionsmaterialien)

Direktes Material ist Material, das direkt für die Herstellung von Produkten verwendet wird und als Herstellungskosten den Wert des fertigen Produkts beeinflusst (z. B.: Rohstoffe und Komponenten).

Produktionsmaterialien werden normalerweise weltweit ausgeschrieben, Chemikalien können auf Grund der Verwendungsorte nur national ausgeschrieben werden.

Da GROHE-Produkte weltweit Zulassungen nationaler Trinkwasservorschriften unterliegen, kann es sein, dass die Verfügbarkeit von bestimmten Bauteilen und Materialien, wie beispielsweise Kunststoffe mit Trinkwasserzulassung, von speziellen Zulassungs- bzw. Zertifizierungskriterien von Produktionsstätten oder Anlagen abhängt, die bei unseren Lieferanten nur in bestimmten Produktionsstätten in der Welt erreicht werden.

## Indirektes Material (Dienstleistungen)

Indirektes Material ist Material, das für Produkte, für die Instandhaltung, die Wartung und den Betrieb von Maschinen sowie für den administrativen Bereich gebraucht wird, z. B. Papier, Büromöbel und PCs oder auch Dienstleistungen.

Ein Großteil der Dienstleistungen wird an allen GROHE Produktionsstandorten lokal bzw. regional beschafft, üblicherweise Dienstleistungen, die mit der Errichtung, Reparatur, Instandhaltung und Wartung von Gebäuden, Maschinen, Anlagen und entsprechenden Einrichtungen zu tun haben.

Bei besonderen Anforderungen, wie beispielsweise Spezialmaschinen, die möglicherweise aus dem Ausland stammen, kann es notwendig sein, auch Wartungen, Reparaturen, Umbauten über nationale Grenzen hinweg beauftragen zu müssen, da es lokal, regional und ggf. national keine Verfügbarkeit geeigneter Dienstleister gibt.



**Grafik 24:** GROHE Dienstleister innerhalb der Supply Chain

### **GROHE Supplier Code of Conduct & GROHE Leitfaden Kartellrecht sowie GROHE Verpflichtungserklärung für Lieferanten und Dienstleister**

Mit dem GROHE Supplier Code of Conduct sowie dem GROHE Leitfaden Kartellrecht verpflichtet GROHE sowohl seine weltweiten Lieferanten zur Einhaltung von ökologischen und sozialen Standards als auch seine eigenen Mitarbeiter, sich ethisch richtig zu verhalten. Seit 2010 arbeitet GROHE nur noch mit Zulieferern zusammen, die sich schriftlich dazu bekannt haben, die Forderungen des GROHE Supplier Code of Conduct einzuhalten. Damit verpflichtet GROHE seine Lieferanten Sozialstandards, Menschen- und Mitarbeiterrechte zu respektieren, Mitarbeiter mit Respekt und Würde zu behandeln und die Arbeitsbedingungen in den Zulieferbetrieben vertretbar zu gestalten.

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

### **GROHE Anforderungen bei der Abfallentsorgung**

Um illegalen Praktiken bei der (Sonder-)Abfallentsorgung Vorschub zu leisten, wurden eigenständige Verfahren zur weltweiten Auditierung und Freigabe von Entsorgungsdienstleistern entwickelt. Bei der Vermarktung der Recyclingstoffe arbeitet der Bereich Beschaffung systematisch und eng mit den Betriebsbeauftragten für Abfall und Gefahrgut zusammen, um alle relevanten Rechtsvorschriften einzuhalten.

### **GROHE Anforderungen bei der Beschaffung von Maschinen, Anlagen und Arbeitsmitteln**

Die Beschaffung umwelt- und arbeitsschutzrelevanter Maschinen, Anlagen und Arbeitsmittel erfolgt ebenfalls in enger und systematischer Abstimmung mit den Umwelt-, Arbeitssicherheits- und Energiebeauftragten. Als wesentliche Kriterien werden hier Umweltverträglichkeit, Verbrauch an Hilfs- und Betriebsstoffen, Energie- und Wasserverbrauch, Menge und Verwertbarkeit von Abfällen sowie Emissionen berücksichtigt.

### **GROHE Anforderungen bei der Beschaffung von Gefahrstoffen**

Auch die Beschaffung von Gefahrstoffen erfolgt in systematischer Zusammenarbeit mit den Umwelt- und Arbeitsschutzfunktionen der einzelnen GROHE Standorte, um sicherzustellen, dass Gefahrstoffkataster geführt, Gefährdungsbeurteilungen und Betriebsanweisungen erstellt, Umgangs- und Lagervorschriften eingehalten und Mitarbeiter vor dem Einsatz entsprechend geschult werden.

### **GROHE Produktspezifikationen, Lieferantenbewertungen, Lieferantenaudits**

Umwelt- und Arbeitsschutzaspekte sind darüber hinaus Bestandteil von GROHE Produktspezifikationen, GROHE Lieferantenbewertungen und GROHE Lieferantenaudits, in denen die GROHE Vorgaben vor Ort überprüft werden. GROHE hat im Jahr 2014 40 Lieferantenaudits durchgeführt und sich das Ziel gesetzt, diese auf 60 Audits/Jahr zu erhöhen. Diese Anforderungen an Lieferanten werden zudem auf dem GROHE Lieferantenportal Pool4Tool und auch auf jährlich stattfindenden Lieferantentagen vermittelt.

### **Supply Integrated Value Engineering**

GROHE arbeitet im Rahmen von „Supply Integrated Value Engineering“ eng mit Lieferanten an Effizienz- und Sparmaßnahmen und gemeinsamen Prozessen, die die Effizienz sowohl der Lieferanten als auch von GROHE erhöhen.

### **GROHE Trade Compliance Zertifizierung (AEO-F)**

Unter dem Begriff Trade Compliance fasst GROHE die Einhaltung aller gesetzlichen Regularien und interne Unternehmensrichtlinien zusammen, die im Zusammenhang mit der Beförderung von Waren im internationalen Handel stehen.

Nach Benennung eines Trade Compliance Officers im Jahr 2012 und der Implementierung weltweiter Aufbau- und Ablaufstrukturen, strebt GROHE für das vierte Quartal 2015 eine Zertifizierung nach AEO-F an.

### **Nachhaltige Logistikkooperation**

Der Transport von GROHE Produkten (> 20.000 Trucks im Jahr) wird unter anderem von „Müller - Die lila Logistik AG“ durchgeführt. Bereits 1997 haben GROHE und „Müller“ den Commerzbank-Umweltpreis für ein intelligentes und nachhaltiges Routenmanagement bekommen, das Leerfahrten minimiert. 2011 wurde „Müller“ mit dem Preis „Deutschlands nachhaltigste Zukunftsstrategie (KMU)“ prämiert.

# GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG



# GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

Die Marke GROHE steht für Qualität, Technologie, Design und Nachhaltigkeit. Dabei steht Nachhaltigkeit auch für Verantwortung – Verantwortung für Umwelt und Menschen. Die unterschiedlichen Facetten der Verantwortung reichen vom Kundenservice, energiesparende Technologien und Produktionsprozesse über Ressourceneffizienz bis hin zur sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung. Das Unternehmen und seine Mitarbeiter engagieren sich hier in unterschiedlichen Projekten, und das weltweit.

## GROHE Dual Tech

GROHE Dual Tech ist ein herausragendes Programm im Sinne von Mitarbeiter-Engagement und gesellschaftlicher Verantwortung. Gestartet wurde es im Jahr 2009 mit der Eröffnung der GROHE JAL Academy (dt. GROHE Wasser Akademie) in partnerschaftlicher Allianz mit Don Bosco Mondo e.V. in Mumbai, Indien.

Diese Akademie bietet jungen Menschen die Chance, den Beruf des Installateurs zu erlernen und anschließend eine Anstellung zu bekommen, die ihnen ermöglicht, ihr Leben in Eigenverantwortung und Selbstbestimmung zu führen. Die ursprüngliche Idee für ein Engagement in Indien wurde von jungen GROHE Nachwuchsführungskräften während ihrer Fortbildung entwickelt. Von Anfang an stand fest, dass sich das Unternehmen nicht nur mit Spenden einbringen will. Es war das Ziel der Mitarbeiter, auch persönlich zu helfen und so entstand der Plan, Jugendlichen aus ärmsten Familien oder ganz ohne familiäre Bindung eine landesspezifische Ausbildung zum Installateur anzubieten, die mit einem anerkannten Zertifikat abschließt. GROHE-Mitarbeiter, die sich in der Kick-Off-Phase aktiv engagierten, investierten einen Teil ihres Urlaubs und reisten nach Indien, um ihr Know-how vor Ort weiterzugeben. Bis heute konnten bereits 700 Jugendliche aus ärmeren Familien eine Installateur-Ausbildung abschließen.

Das Unternehmen verfolgt das Ziel, 1.700 Jugendliche bis 2017 ausgebildet zu haben. Das Projekt hat 2012 im „Innovationswettbewerb für Vorhaben der beruflichen Bildung in Entwicklungsländern“ vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) den ersten Preis gewonnen.

In 2015 wurde die Entscheidung getroffen, das Projekt nach gleichem Muster gemeinsam mit Don Bosco Mondo e.V. auf Neu Delhi, Indien und Manila-Tondo auf den Philippinen auszuweiten. Die neue Ausbildungsstätte in Manila-Tondo wurde im Oktober 2015 eröffnet.

## GROHE Team in Jodhpur/Indien

Ein weiteres Engagement im Sinne gesellschaftlicher Verantwortung zeigten zehn Kollegen des GROHE Teams in Jodhpur/Indien. Sie unterstützten die Stadtsäuberungsaktion „Clean India Movement“. Diese Initiative wurde im Oktober 2014 von der indischen Regierung ins Leben gerufen, um Straßen und andere öffentlich genutzte Bereiche des Landes zu reinigen. Das Team reinigte öffentliche Toilettenanlagen und unterstützte dabei eine der größten Stadtsäuberungsaktionen, die bisher in Indien stattgefunden haben. Auch in diesem Jahr wird das Team die Stadtsäuberungsaktion unterstützen.

## GROHE Team in Jeddah/Saudi Arabien

In 2014 stattete GROHE die Al Sharbatly Moschee in Jeddah mit wassersparenden Selbstschlussarmaturen aus. Das auf diese Weise eingesparte Wasser verwandelte GROHE in Saudi Arabien in 2015 in Lebensmittel für Bedürftige. „Turn Water into Food“ hieß die Initiative, die GROHE gemeinsam mit der HA Sharbatly Foundation während des Ramadans ins Leben rief. 346 Kartons mit Lebensmitteln – 1 Karton pro zehn Liter gesparten Wassers – konnten so an Menschen aus den ärmsten Vierteln der Stadt verteilt werden. GROHE möchte nicht nur durch seine Produkte seinen Wasserverbrauch reduzieren, sondern auch durch solche Initiativen Denkweisen und Gewohnheiten der Menschen ändern. Das gilt besonders in Saudi Arabien, wo der Frischwasserverbrauch pro Kopf doppelt so hoch ist wie der weltweite Durchschnitt, während das Land gleichzeitig zu einer der trockensten Regionen der Welt gehört.

## Lokales Engagement

Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen z. B. in lokalen Vereinen wie der Wirtschaftsinitiative Hemer e.V., dem Förderverein Gewerbliche Schulen Lahr und ist aktives Mitglied in zahlreichen Ausschüssen und Arbeitsgruppen der Industrie und Handelskammern IHK Südlicher Oberrhein und SIHK Hagen.



**Grafik 25:** Urkunde 1. Preis Innovationswettbewerb BMZ Innovationswettbewerb für Vorhaben der beruflichen Bildung in Entwicklungsländern vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

# ANHANG

## Über diesen Bericht:

In diesem Nachhaltigkeitsbericht nennt GROHE die ökonomischen, ökologischen sowie sozialen Auswirkungen der Jahre 2013/2014 (1. Januar 2013 bis 31. Dezember 2014). Für eine umfassendere Information wurden einige Kriterien um Angaben aus früheren Jahren ergänzt.

Da dies der erste Bericht seiner Art ist, existiert kein vorhergehender Bericht. Auf Basis des vorliegenden Berichtes soll zukünftig alle 2 Jahre eine Berichterstattung erfolgen. Eine externe Prüfung der Inhalte hat nicht stattgefunden, wird aber bei späteren Überarbeitungen nicht ausgeschlossen.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde für den GRI Materiality Disclosure Service eingereicht. GRI bestätigt mit dem Logo auf Seiten 76-77 die Richtigkeit der Verweise der GRI Wesentlichkeitsangaben (G4-17 bis G4-27).

Um seine Nachhaltigkeitsleistungen ein weiteres Mal sichtbar zu machen, hat GROHE darüber hinaus im September 2015 zum ersten Mal eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex abgegeben.

**G4-22, G4-23,  
G4-28 bis G4-30,  
G4-33**

# GRI G4 CONTENT INDEX

## FÜR "IN ÜBEREINSTIMMUNG" – KERN



Der GRI G4 Content Index zeigt auf, an welcher Stelle im GROHE Nachhaltigkeitsbericht 2013/2014 die GRI-Standardangaben gefunden werden können.

| ALLGEMEINE STANDARDANGABEN                        |          |                 |
|---------------------------------------------------|----------|-----------------|
| Allgemeine Standardangaben                        | Seite    | Externe Prüfung |
| <b>STRATEGIE UND ANALYSE</b>                      |          |                 |
| G4-1                                              | 7, 8-9   | -               |
| <b>ORGANISATIONSPROFIL</b>                        |          |                 |
| G4-3                                              | 12       | -               |
| G4-4                                              | 12       | -               |
| G4-5                                              | 10       | -               |
| G4-6                                              | 12-14    | -               |
| G4-7                                              | 12-14    | -               |
| G4-8                                              | 12-14    | -               |
| G4-9                                              | 2, 12-14 | -               |
| G4-10                                             | 15-18    | -               |
| G4-11                                             | 19       | -               |
| G4-12                                             | 64-69    | -               |
| G4-13                                             | 12-14    | -               |
| G4-14                                             | 21       | -               |
| G4-15                                             | 21       | -               |
| G4-16                                             | 19-20    | -               |
| <b>ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN</b> |          |                 |
| G4-17                                             | 78-79    | -               |
| G4-18                                             | 22-23    | -               |
| G4-19                                             | 22-23    | -               |
| G4-20                                             | 22-23    | -               |
| G4-21                                             | 22-23    | -               |
| G4-22                                             | 74       | -               |
| G4-23                                             | 74       | -               |
| <b>EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN</b>                |          |                 |
| G4-24                                             | 25-26    | -               |
| G4-25                                             | 25-26    | -               |
| G4-26                                             | 25-26    | -               |
| G4-27                                             | 25-26    | -               |
| <b>BERICHTSPROFIL</b>                             |          |                 |
| G4-28                                             | 74       | -               |
| G4-29                                             | 74       | -               |
| G4-30                                             | 74       | -               |
| G4-31                                             | 80       | -               |
| G4-32                                             | 76-77    | -               |
| G4-33                                             | 74       | -               |
| <b>UNTERNEHMENSFÜHRUNG</b>                        |          |                 |
| G4-34                                             | 20-21    | -               |
| G4-35                                             | 20-21    | -               |
| G4-36                                             | 20-21    | -               |
| <b>ETHIK UND INTEGRITÄT</b>                       |          |                 |
| G4-56                                             | 27       | -               |

| SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN                                             |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                 |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Wesentliche Aspekte                                                     | DMA und Indikatoren                                                                       | Auslassungen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Externe Prüfung |
| <b>Wesentliches Thema: Rohstoff- und Materialverbrauch</b>              |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                 |
| Materialien                                                             | DMA: 46-52<br>G4-EN1: 46-52<br><br>G4-EN2: 46-52<br>G4-EN28: 46-52                        | Detailliert untergliederte Daten liegen derzeit nur für die deutschen GROHE Produktionswerke für das Jahr 2014 vor. Die Ermittlung aktueller, detaillierter Kennzahlen für GROHE ist eingeleitet. Diese werden im nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht, der für das Jahr 2016 vorgesehen ist, veröffentlicht.<br><br>Nationale Lösungen haben zur Folge, dass derzeit keine analysierbaren Material- und Mengenanalysen zur Verpackungsentsorgung in den einzelnen europäischen Ländern möglich sind. Es liegt keine gemeinsame Datenbasis vor. GROHE untersucht derzeit, in wie weit dies für den nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht möglich ist.                                                                                                                                                                  | -               |
| <b>Wesentliches Thema: Emissionen und Klimawandel</b>                   |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                 |
| Emissionen                                                              | DMA: 53-54<br>G4-EN15: 53-54<br>G4-EN16: 53-54<br>G4-EN17: 53-54<br>G4-EN19: 31-32, 53-54 | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -               |
| <b>Wesentliches Thema: Wasser- und Energieverbrauch (bei Produkten)</b> |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                 |
| Produkte und Dienstleistungen                                           | DMA: 38-43<br>G4-EN27: 38-43                                                              | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -               |
| <b>Wesentliches Thema: Arbeitsgesundheit und -sicherheit</b>            |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                 |
| Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz                                 | DMA: 60-62<br>G4-LA6: 60-62                                                               | Eine Erhebung für alle GROHE Standorte ist in Vorbereitung und wird im nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Vor Ort tätige Vertragspartner wie Dienstleister, die an einem der weltweiten Standorte tätig werden, müssen die GROHE Verpflichtungserklärung für Lieferanten und Dienstleister akzeptieren. Damit entsprechen sie unter anderem den Vorgaben zur Einhaltung von Sozialstandards, Arbeitssicherheit sowie Gesundheits- und Umweltschutz. Gesundheitskennzahlen werden darüber hinaus derzeit nicht erhoben. Um in Zukunft die Gesundheitskennzahlen auch für vor Ort tätige Vertragspartner aufschlüsseln zu können, plant GROHE den Aufbau detaillierter Kennzahlen. Diese sollen im nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht, der für das Jahr 2016 vorgesehen ist, veröffentlicht werden. | -               |
| <b>Wesentliches Thema: Aus- und Weiterbildung</b>                       |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                 |
| Aus- und Weiterbildung                                                  | DMA: 58-59<br>G4-LA9: 58-59                                                               | Es gibt keine geschlechterspezifische Statistik zur Buchung der unterschiedlichen Programme. Um in Zukunft die Weiterbildungsstunden nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie aufschlüsseln zu können, plant GROHE den Aufbau detaillierter Kennzahlen. Diese sollen im nachfolgenden Nachhaltigkeitsbericht, der für das Jahr 2016 vorgesehen ist, veröffentlicht werden.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | -               |
| <b>Wesentliches Thema: Korruption und wettbewerbswidriges Verhalten</b> |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                 |
| Korruptionsbekämpfung                                                   | DMA: 28-29<br>G4-SO4: 28-29                                                               | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -               |
| Wettbewerbswidriges Verhalten                                           | DMA: 28-29<br>G4-SO7: 28-29                                                               | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -               |
| <b>Wesentliches Thema: Kundengesundheit und -sicherheit</b>             |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                 |
| Kundengesundheit und -sicherheit                                        | DMA: 41<br>G4-PR1: 41                                                                     | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -               |



## Impressum und Kontakt

Herausgeber: Grohe Holding GmbH  
Industriepark Edelburg  
58675 Hemer

Verantwortlich: Norbert Lange

Beratung: BSD Consulting, Zürich

Fotos: GROHE Bildarchiv

Kontakt: Grohe AG  
Feldmühleplatz 15  
40545, Düsseldorf  
Tel: 0211-9130-3000

Web: <http://www.grohe.de/nachhaltigkeit/>

## Ansprechpartner:

Dr. Ulrike Heuser-Greipl  
Senior Vice President - Public & Investor Relations / Press Officer  
E-Mail: [Ulrike.Heuser-Greipl@grohe.com](mailto:Ulrike.Heuser-Greipl@grohe.com)

Norbert Lange  
Head of Corporate EHS & Sustainability Management  
E-Mail: [Norbert.Lange@grohe.com](mailto:Norbert.Lange@grohe.com)

Melanie Vrenegor  
Brand & Marketing Services  
E-Mail: [Melanie.Vrenegor@grohe.com](mailto:Melanie.Vrenegor@grohe.com)



GROHE.COM

Follow us

