

Hansgrohe fejrer 125 års virksomhedshistorie

I år er det 125 år siden, at Hans Grohe etablerede sit lille værksted i Schiltach i Schwarzwald. Her specialiserede han sig i sanitetsprodukter og var tidligt opmærksom på udviklingen mod private badeværelser. Siden da har virksomheden solgt millioner af produkter, der både øger komforten og sparer på vandet

Af Hansgrohe

Det, der begyndte i et lille værksted i Schwarzwald, præger i dag bruseoplevelser fra Miami til Shanghai. I 125 år har Hansgrohe gjort teknik til en sanselig oplevelse og været frontløber for bæredygtige innovationer, der både øger komforten og sparer vand.

- 125 år med Hansgrohe handler ikke kun om millioner af solgte produkter eller design- og innovationspriser. Det handler først og fremmest om menneskene bag dem, der skaber løsninger med kunden i centrum og som har vist loyalitet gennem generationer, siger CEO Hans Jürgen Kalmbach.

- Selv om Klaus Grohe-familien ikke længere er aktiv i driften, bygger vores kultur fortsat på dens værdier: respekt for mennesker, passion og en fremadskuende iværksætterånd.

Fra værksted til en af verdens markedsledere

Grundlaget blev lagt i 1901, da Hans



1920'erne: Hansgrohe-medarbejdernes vandredag.

Foto: Hansgrohe SE, Historisches Archiv.



1960: Første fase af udvidelsen af hovedbygningen på Aue-værket i Schiltach.

Foto: Hansgrohe SE, Historisches Archiv.

Grohe etablerede sit lille værksted i Schiltach i Schwarzwald. Her specialiserede han sig i sanitetsprodukter og var tidligt opmærksom på udviklingen mod private badeværelser. Hans opfindelser satte varige spor i brusekulturen: I 1928 lancerede han håndbruseren i serieproduktion, og i 1953 opfandt han som 82-årig den højdejusterbare brusestang – i dag standard i europæiske badeværelser.

Sønnen Klaus Grohe trådte ind i virksomheden i 1968 og overtog ledelsen i 1975. Han udviklede Hansgrohe Group til en international premiumproducent, introducerede mærket Hansgrohe, grundlagde designmærket Axor i 1993 og gjorde bæredygtighed til en del af virksomhedens dna. I 1992 fik han installeret Tysklands dengang største tagintegrerede solcelleanlæg på fabrikken i Offenburg, og i 1995 blev Hansgrohe som den første virksomhed i sanitetsbranchen certificeret efter EU's øko-audit-forordning.

Innovation som tradition

Hansgrohes innovationskraft ses tydeligt i produkter som Selecta-bruseren fra 1968 med justerbare stråletyper, der er solgt over 30 millioner gange, og Select-teknologien fra 2011, som gør vandstyring enkel med et tryk på en knap. Virksomheden står også bag produktionstekniske nybrud, blandt andet en genanvendelsesproces for galvaniseret plast introduceret i 2023. Med teknologier som EcoSmart, AirPower og CoolStart hjælper Hansgrohe både bygherrer og private med at nå deres bæredygtighedsmål. Frem mod 2030 vil alle vandførende produkter være udstyret med vandbesparende teknologi som led i initiativet "ECO 2030".

Alene inden for forskning og udvikling samt innovationsledelse arbejder et team på omkring 200 personer. Prototyperne til alle nye Axor- og Hansgrohe-produkter skabes i innovationscentret i Schwarzwald og siden 2023 også i Shanghai. Dermed accelererer Hansgrohe lokaliseringen af sine produkter og mærker i Kina og

Foto: Rec.Tec/Hansgrohe SE.



1987: Den første vandbesparende bruser.

Simply Compresso

Kompressorstyret trykholdeanlæg



Climate
Control

En kompakt, plug & play løsning til vedligeholdelse af tryk, designet til små og mellemstore varmesystemer op til 400 kW. Den kombinerer fordelene ved statiske beholdere og kompressorsystemer og giver præcis styring, pladsbesparelse og minimal vedligeholdelse.

- ✓ Én løsning, mange anvendelsesmuligheder
Én størrelse passer til alle og gør valget nemt
- ✓ Plug & play installation
Hurtig idriftsættelse i tre simple trin
- ✓ Kompakt og let
Op til 38% mindre end traditionelle statiske beholdere
- ✓ Ekstremt støjsvag drift
En af de mest støjsvage kompressorer på markedet
- ✓ Fjernopkobling
Overvåg og fejlfind via BrainCube

Pålidelig ydeevne

- Præcis trykstyring ($\pm 0,1$ bar)
- Kan udvides fra 80L til 160L for større systemkapacitet
- Lufttæt butylbælg i beholder med 5 års garanti
- Opretholder driften, selv under strømafbrydelser





2023: Hansgrohe green vision.

► Fortsat

Stillehavsområdet. En forudsætning for vellykket produktdesign er at forstå kundernes behov. Nyheder – dvs. design- og formgivningskoncepter, der er yngre end tre år – udgør omkring 30 procent af den samlede omsætning.

Succesfuld tomærkestrategi

I 1977 bliver virksomhedens daværende navn Hans Grohe til varemærket og logoet "hansgrohe". Mærket står i dag for helhedsorienterede badeværelsesoplevelser, der forener vand- og energibesparende teknologier, intelligente funktioner og langtidsholdbar kvalitet. Et eksempel er Hansgrohe-serien Raindance Alive, lanceret i 2025, som skaber en enestående bruseoplevelse med stråletyperne Rain-Air og PowderRain, udviklet i virksomhedens eget strålelaboratorium. Siden 1993 har mærket Axor udvidet porteføljen med eksklusive designkollektioner. I et samarbejde gennem over 30 år med stjernedesigneren Philippe Starck og andre designere som Antonio Citterio, Patricia Urquiola, Jean-Marie Massaud og Barber Osgerby opstår ikoniske armaturer og bruseobjekter. De præger luksushoteller som The Bulgari Resort i De Forenede Arabiske Emirater, yachts og eksklusive private badeværelser verden over.

Prisbelønnet bæredygtighed

Allerede i slutningen af 1980'erne ansatte Hansgrohe en miljøansvarlig. Siden 2020 har et ekspertteam i Corporate Sustainabi-

lity arbejdet målrettet med at udvikle og implementere virksomhedens bæredygtighedsmål i tråd med FN's SDG'er, mens Public Affairs-teamet bidrager på EU-niveau til beskyttelsen af vandressourcen. I 2024 modtog Hansgrohe Group den tyske bæredygtighedspris i kategorien energi, vand og sanitærteknik. Med EcoVadis' Platin-medalje hører virksomheden til blandt top 1 procent af de 130.000 vurderede virksomheder globalt. Udmærkelserne anerkender en konsekvent strategi baseret på ressourcebesparende produktion, vandbesparende teknologier og "local for

local"-produktion i Tyskland, Frankrig, Kina, USA og siden 2023 også Serbien.

Høj medarbejderloyalitet

Medarbejderne er hjertede i virksomheden. - Jeg bliver altid rørt, når vi tager afsked med pensionister efter 45 eller 50 år hos Hansgrohe – samtidig med at så mange unge vælger en uddannelse i vores talentfabrik, siger Sandra Richter, chief people officer i Hansgrohe Group. Siden 1924 har virksomheden uddannet over 1000 faglærte. Virksomhedens egen læringsplatform Campus gennemførte i 2024 flere hundrede arrangementer med samlet set 16.000 deltagere. Dette engagement i medarbejderne betaler sig: Hansgrohe er kendetegnet ved høj medarbejderloyalitet og lav personaleomsætning internationalt såvel som i det danske datterselskab.

Jubilæumsåret 2026: En fest for alle

125-års jubilæet står under mottoet "Setting the Beat of Water. Since 1901". For Hansgrohe står for teknologisk og designmæssig innovation inden for brugen af vand og forbinder ingeniørkunst med oplevelse og livsstil.

- Vi har været retningsgivende for brugen af vand i 125 år. Og det stopper vi ikke med i de kommende årtier, siger Hans Jürgen Kalmbach.

- Som pioner inden for udformningen af badeværelset er vi innovative – fra tidssvarende design over teknologiske og digitale løsninger til bæredygtige materialer. Vores mål er igen og igen at definere badeværelset på ny: med maksimal brugerkomfort og en ansvarlig brug af ressourcer ■



Hansgrohes fabrik i Offenburg.