

Presseinformation

Welttag der Kreativität und Innovation am 21. April 2019

Innovationsschmiede Hansgrohe: Mit Kreativität Menschen erreichen



RainTunes_03

Copyright: Hansgrohe SE

Die jüngste Innovation aus dem Hause Hansgrohe ist RainTunes. Angetrieben durch die Frage, welche Bedeutung Digitalisierung für seine Kunden hat, erarbeitete ein interdisziplinäres Innovationsteam jenes Produkt, welches das Duscherlebnis grundlegend verändert. Das digitale System vernetzt Wasser, Licht, Ton sowie Geruch und spricht mit verschiedenen Dusch-Szenarien alle Sinne an. Gesteuert wird RainTunes entweder über RainButton oder über das RainPad.

Schiltach, im April 2019. Der Welttag der Kreativität und Innovation, gefeiert wird er jährlich am 21. April, soll Menschen ermutigen, ihren Ideen freien Lauf zu lassen, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen. Dass Kreativität und Innovationsgeist dazu führen, den Alltag der Menschen zu verbessern, bewies die Hansgrohe Group in ihrer 118-jährigen Geschichte immer wieder aufs Neue. Ob die erste Handbrause mit unterschiedlichen Strahlarten, die erste ausziehbare Küchenarmatur oder gar die erste Duschstange mit höhenverstellbarem Duschkopf – Hansgrohe hält derzeit über 15.000 aktive Schutzrechte. Ein Beweis für die hohe Innovationsfreude des Unternehmens.

Innovative Ideen brauchen Freiraum

Damit auch in Zukunft Menschen in Bad und Küche von der Kreativität und dem Erfindergeist der Hansgrohe Group profitieren, investiert das Unternehmen fortlaufend in die eigene Innovationskraft. So steht dem Entwicklerteam seit 2017 das InnoLab zur Verfügung, um frei von Vorgaben neue Produkte zu entwickeln.

„Kreativität muss fließen, unsere Innovationsteams sollen in einen Flow-Modus kommen. Wir kennen das von Kindern: Sie können sich so intensiv mit einer Sache beschäftigen, dass sie alles andere ausblenden“, kommentiert Steffen Erath, Head of Innovation bei der Hansgrohe Group. „Kreativität wird dann zur Innovation, wenn Mut, das richtige Maß an Risikofreudigkeit sowie ein gutes Bauchgefühl zusammenpassen.“ Die jüngste Innovation aus dem Hause Hansgrohe ist RainTunes. Angetrieben durch die Frage, welche Bedeutung Digitalisierung für seine Kunden hat, erarbeitete ein interdisziplinäres Innovationsteam jenes Produkt, welches das Duscherlebnis grundlegend verändert. Das digitale System vernetzt Wasser, Licht, Ton sowie Geruch und spricht mit verschiedenen Dusch-Szenarien alle Sinne an.

Innovationen zum Wohle des Menschen und der Umwelt

Hansgrohe stellt bei der Produktentwicklung konsequent die Interessen der Menschen in den Fokus. „Innovationen werden bei uns nicht um ihrer selbst willen umgesetzt. So werden zum Beispiel digitale Anwendungen nur realisiert, wenn sie einen konkreten Nutzen für die Einzelperson darstellen“, erklärt Steffen Erath weiter. Neben dem Fokus auf die Lebensqualität der Kunden beschäftigt Hansgrohe bei Innovationen auch kontinuierlich die Nachhaltigkeit seiner Produkte: Sowohl der Wasser- als auch Energieverbrauch seiner Brausen und Armaturen konnten in der Vergangenheit konsequent gesenkt werden – ohne Abstriche beim Design oder Bedienkomfort.

Über die Hansgrohe Group – das Original aus dem Schwarzwald

Die Hansgrohe Group mit Sitz in Schiltach/Baden-Württemberg ist mit ihren Marken AXOR und hansgrohe ein in Innovation, Design und Qualität führendes Unternehmen der Bad- und Küchenbranche. Mit ihren Armaturen, Brausen und Duschsystemen gibt die Hansgrohe Group dem Wasser Form und Funktion. Die 118-jährige Firmengeschichte ist geprägt von Erfindungen wie der ersten Handbrause mit unterschiedlichen Strahlarten, der ersten ausziehbaren Küchenarmatur oder gar der ersten Duschstange. Das Unternehmen hält über 15.000 aktive Schutzrechte. Die Hansgrohe Group steht für langlebige Qualitätsprodukte. Mit 33 Gesellschaften, 22 Verkaufsbüros und Vertrieb in über 140 Ländern ist das Unternehmen seinen Kunden weltweit ein verlässlicher Partner. Die Hansgrohe Group, ihre Marken und Produkte wurden mit zahlreichen Auszeichnungen prämiert, darunter über 600 Designpreise seit 1974. Die nachhaltige Herstellung ressourcenschonender Produkte ist international im unternehmerischen Handeln verankert. Die Produkte der Hansgrohe Group sind weltweit präsent, beispielsweise auf dem Luxusliner Queen Mary 2 oder im höchsten Bauwerk der Welt, dem Burj Khalifa. Ihre hohen Qualitätsstandards gewährleistet die Hansgrohe Group durch die Produktion an fünf eigenen Produktionsstandorten, von denen sich zwei in Deutschland, sowie je einer in Frankreich, in den USA und in China befinden. 2018 erwirtschaftete die Hansgrohe Group einen Umsatz von 1,081 Milliarden Euro. Weltweit beschäftigt das Unternehmen rund 4.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon über 60 Prozent in Deutschland.



Mehr zur Hansgrohe SE und ihren Marken AXOR und hansgrohe erfahren Sie auch unter:

www.facebook.com/axor.design

www.facebook.com/hansgrohe

www.twitter.com/Hansgrohe_PR

www.instagram.com/axordesign

www.instagram.com/hansgrohe



iF Designführer der Sanitärbranche

Im aktuellen Ranking 2019 des weltweit renommierten International Forum Design (iF) der besten Unternehmen der Welt in Sachen Design belegt die Hansgrohe Group mit ihren Marken AXOR und hansgrohe einen TOP10 Platz* unter 4.215 Unternehmen.

Somit lässt der Schiltacher Armaturen- und Brausenspezialist nicht nur namhafte Marken wie Apple, Audi oder Daimler hinter sich, sondern belegt erneut den Spitzenplatz* in der Sanitärbranche.

Bei den iF DESIGN AWARDS 2019 wurden acht Produkte der Marken AXOR und hansgrohe mit einem iF DESIGN AWARD 2019 ausgezeichnet.

Weitere Auszeichnungen finden Sie auf www.hansgrohe-group.com/de/ueber-uns/anspruch/design.

*www.ifworlddesignguide.com

Weitere Informationen:

Hansgrohe SE
- Pressestelle -
Astrid Bachmann
T +49 78 36 51 1297
E-Mail: public.relations@hansgrohe.com
www.hansgrohe-group.com
www.axor-design.com
www.hansgrohe.de

Bildübersicht

Innovationsschmiede Hansgrohe: Mit Kreativität Menschen erreichen



Hansgrohe-Group_Innolab.JPG

Copyright: Hansgrohe SE

In Schramberg, dem Zentrum des Schwarzwälder Tüftlertums, hat die Hansgrohe Group für ihr Innolab ein neues Zuhause gefunden.



Hansgrohe_SE_WSA_002.jpg

Copyright: Hansgrohe SE

Hansgrohe SE - Stammsitz
Schiltach / Baden-Württemberg,



Steffen_Erath.JPG

Copyright: Hansgrohe SE

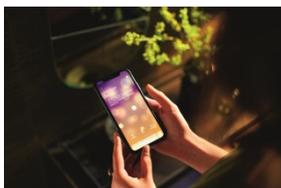
Steffen Erath, Head of Innovation,
Hansgrohe SE.



Raintunes_Relaxation_210.tif

Copyright: Hansgrohe SE

Die zunächst sieben multisensorischen Duschszenarien von RainTunes holen den Nutzer in seiner individuellen Tagesstimmung ab und bieten ihm ein dazu passendes Duscherlebnis. Entwickelt wurden sie mit Unterstützung zahlreicher Experten, u. a. mit Dermatologen, Sportmedizinerinnen, Physiotherapeuten und Aromatherapie-Spezialisten. Ausgewählt werden kann derzeit zwischen „Guten Morgen“, „Erholung“, „Vitalität“, „Entspannung“, „Schönheit“, „Natur“ sowie „Gute Nacht“.



RainTunes_Good_Night_095.tif

Copyright: Hansgrohe SE

Die dafür entwickelte hansgrohe home App verbindet sich über das heimische WLAN-Netzwerk mit den hansgrohe Duschprodukten.

Copyright: Wir müssen darauf aufmerksam machen, dass wir für die zur Verfügung gestellten Bilder lediglich eingeschränkte Nutzungsrechte besitzen, alle weitergehenden Rechte jedoch beim jeweiligen Fotografen liegen. Die Bilder mit Copyright der Hansgrohe SE können daher nur honorarfrei veröffentlicht werden, wenn sie eindeutig und ausdrücklich der Darstellung oder Bewerbung von Leistungen, Produkten oder Projekten des Unternehmens Hansgrohe SE und/oder einer seiner Marken (AXOR, hansgrohe) dienen. Alle anderen Bilder können nur im unmittelbaren Zusammenhang mit der dazugehörigen Pressemitteilung verwendet werden. Jede andere Nutzung bedarf der Genehmigung des jeweiligen Rechteinhabers/der jeweiligen Rechteinhaberin und ist in Absprache mit ihm/ihr zu vergüten.