

Presseinformation

„Charity for Namibia“

Hansgrohe mobilisiert seine Facebook-Freunde, sich für ein namibisches Schulprojekt und für mehr Wasserwissen im südlichen Afrika stark zu machen.

Schiltach, im März 2012. Mit einer Spendenaktion auf ihrer Facebook-Seite (www.facebook.com/hansgrohe) unterstützt die Hansgrohe AG das Projekt „Integriertes Wasserressourcen-Management im Cuvelai-Etosha Becken“. Ziel ist es, die Wasserversorgung und die gerechte Wasserverteilung im Norden Namibias sicherzustellen. Zusätzlich leistet das Projekt in dieser wasserarmen Region durch Engagement in lokalen Schulen viel Bildungsarbeit. Beim Schwarzwälder Bad- und Sanitärspezialisten Hansgrohe ist man besonders von diesem Aspekt begeistert: „Es ist vorbildlich, dass diese Art der Aufklärung frühestmöglich ansetzt“, betont Richard Grohe, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Hansgrohe AG. „Denn solch eine spielerische Sensibilisierung von Schulkindern wirkt meist sehr nachhaltig. Zudem tragen die Kinder das Thema nachhaltiges Wassermanagement nach Hause und bewegen so auch die Eltern, sich damit zu befassen.“

Jeder Daumen zählt: So funktioniert die Hilfe zur Selbsthilfe

Aber nicht nur in Namibia möchte Hansgrohe für die Bedeutung des nachhaltigen Umgangs mit der Ressource Wasser ein breiteres Bewusstsein schaffen. Im Rahmen der Social Media Kampagne „Charity for Namibia“, die am 14. März 2012 startete, bittet Hansgrohe auch seine Facebook-Fans aus allen Teilen der Welt, sich mit einem eigenen Statement zu einem verantwortungsvollen Umgang mit dem Lebelement zu bekennen. Die Hansgrohe Facebook-Gemeinde ist dazu aufgerufen, den Satz „**Wasser ist ...**“ zu vervollständigen – und dabei die persönliche Wertschätzung zum Element Wasser zum Ausdruck zu bringen. Für jeden Wortbeitrag in diesem Sinn spendet Hansgrohe 5 Namibia-Dollar - dies entspricht in etwa 0,50 Euro – an das Wassermanagement-Projekt. 50.000 Namibia-Dollar oder 10.000 „Wasser-Bekenntnisse“ – so lautet das Ziel der Kampagne.

Wassermanagement spielerisch begreifen

Mit der über Facebook gesammelten Spendensumme wird der „Awareness Raising Day“, ein wichtiger Bestandteil des Projekts „Integriertes Wasserressourcen-Management im Cuvelai-Etosha Becken“, finanziert. So heißt ein regionales Schulprojekt, das namibischen Kindern die Bedeutung und die Chancen eines nachhaltigen Wassermanagements zeigen möchte. Wasserquellen, Wasserverbrauch, Wassersparen: Dieser Thementag gibt Schülern die Möglichkeit, Wasserkreisläufe spielerisch zu begreifen.

Anschließend bekommen sie die Aufgabe, ihre Aktivitäten bei sich zu Hause in Bild und Text zu dokumentieren. Und so wird der nachhaltige Umgang mit den wertvollen Ressourcen direkt in die Familien und Haushalte hineingetragen.

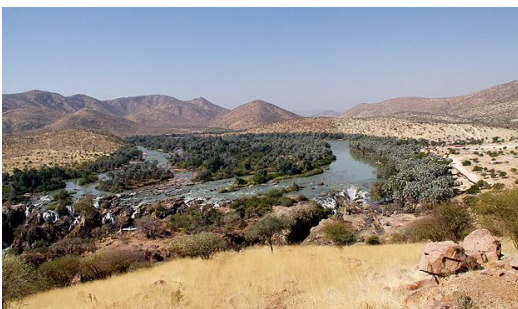
Das „Integrierte Wasserressourcen-Management im Cuvelai-Etoshia Becken“ ist ein Verbundprojekt, das von mehreren Partnern gefördert wird: von der Europäischen Union (Projekt: African Caribbean and Pacific Water Facility), vom Namibischen Ministerium für Landwirtschaft, Wasser und Forstwesen MAWF, von der Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe BGR und von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

Wassermanagement in Namibia

Tatsächlich zählt Namibia zu den trockensten Ländern der Erde. Besonders im Norden des Landes, wo die Mehrheit der Bevölkerung lebt, führt die Wasserknappheit zu Not, sozial-politischen Konflikten und wirtschaftlicher Instabilität. Damit der Staat im südlichen Afrika gedeihen kann, muss seine Wasserversorgung gesichert sein. Wo über 80 Prozent des Regens verdunsten, wo Flüsse austrocknen und Grundwasser versiegt, kommt es auf jeden Tropfen an – und auf Wasserwissen. „Das Know-how für einen nachhaltigen Umgang mit der kostbaren Ressource Wasser und entsprechende Projekte zu unterstützen, ist der Hansgrohe AG ein großes Anliegen“, betont Richard Grohe. „Mit der GIZ haben wir einen erfahrenen und anerkannten Partner vor Ort, der uns über den Einsatz der Spendengelder und die Projektfortschritte auf dem Laufenden hält.“

Die Hansgrohe Aktion „Charity for Namibia“ finden Sie auf www.facebook.com/hansgrohe.

Mehr Hintergründe zum Projekt gibt es auf der Website der GIZ: <http://www.giz.de/themen/de/8368.htm>.



Bildunterschrift: Flusspanorama bei den Epupa Falls in Namibia.

Über Hansgrohe – das Original aus dem Schwarzwald

Das Unternehmen Hansgrohe (www.hansgrohe.com) mit Stammsitz in Schiltach/Schwarzwald hat sich in seiner 111jährigen Firmengeschichte innerhalb der Sanitärbranche den Ruf als einer der Innovationsführer in Technologie, Design und Nachhaltigkeit erworben. Mit seinen Armaturen, Brausen und Duschsystemen schafft die Hansgrohe AG die Originale, die das Bad funktionaler, komfortabler und schöner machen. Nicht von ungefähr finden sie sich in prominenten Prestigeprojekten wie im Kreuzfahrriesen „Queen Mary II“, im Terminal 5 des Heathrow Airports in London, im derzeit höchsten Bauwerk der Welt, dem Burj Khalifa in Dubai, sowie im Bundeskanzleramt in Berlin, in den Yoo Luxusapartments in New York oder in der Universität von „Masdar City“ in Abu Dhabi. Das Unternehmen und seine Produkte wurden mit zahlreichen Auszeichnungen prämiert, zuletzt unter anderem mit dem „Umsicht Wissenschaftspreis“, dem „German Design Award“ in Gold und dem „iF Gold Award 2012“. 2010 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen Marken Axor, Hansgrohe, Pharo und Pontos einen Umsatz von rund 693 Mio. Euro (2009: 610 Mio. Euro). Weltweit beschäftigt die Hansgrohe Gruppe heute rund 3.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon etwa zwei Drittel im Inland. Das Unternehmen, das intensiv gegen Plagiate und Ideenklau vorgeht, produziert in sechs deutschen Werken, in Frankreich, in den Niederlanden, in den USA und in China.



Mehr zur Hansgrohe AG und ihren Marken Hansgrohe und Axor erfahren Sie jetzt auch unter:

www.facebook.com/hansgrohe

www.twitter.com/hansgrohe_pr



Designführer der Sanitärbranche

Im aktuellen Ranking des International Forum Design (iF) der besten Unternehmen der Welt in Sachen Design belegt die Hansgrohe AG Rang 6 unter rund 2.000 gelisteten Firmen. Mit 1.080 Punkten lässt der Schiltacher Armaturen- und Brausenspezialist sogar Unternehmen wie BMW, Daimler, Audi, Hewlett Packard, Loewe und Porsche hinter sich und führt die Design-Hitliste der Sanitärbranche an.

www.hansgrohe.com/design



Wohltat nach dem Wettkampf: Die Hansgrohe AG ist offizieller Ausstatter der deutschen Olympiamannschaft und des Deutschen Hauses London 2012.

Weitere Informationen: Hansgrohe AG
- Pressestelle -
Dr. Carsten Tessmer/Franziska Moschke
Tel.: +49 (0) 7836/51-3009/-1226
Fax: +49 (0) 7836/51-1170
E-Mail: public.relations@hansgrohe.com
www.hansgrohe.com