

Presseinformation

„Hoch hinaus“

Die Hansgrohe AG stattet das höchste Hotel der Welt in Shenzhen aus und entwickelt China zum wichtigsten Auslandsmarkt

Schiltach/Shanghai, 3. Juni 2011. Der gerade im Bau befindliche „Kinkey Finance Tower“ im südchinesischen Shenzhen ist mit seiner Höhe von knapp 442 Metern Symbol für die boomende Wirtschaft im „Reich der Mitte“. Zugleich steht er aber auch für den Markterfolg der Hansgrohe AG (www.hansgrohe.com) in China. Denn der Schwarzwälder Armaturen- und Brausenspezialist hat Ende Mai den Auftrag zur Ausstattung des Luxushotels „St. Regis“ bekommen, das in dem hundertstöckigen Wolkenkratzer die Etagen 75 bis 98 belegt und damit vermutlich das höchste Hotel der Welt ist. „Wir wollen hoch hinaus im chinesischen Markt“, erläutert Siegfried Gänßlen, Vorstandsvorsitzender der Hansgrohe AG. „Dafür haben wir durch eine systematische Erschließung des Markts und den sukzessiven Aufbau einer eigenen hochmodernen Produktion vor Ort ganz ohne Beteiligung lokaler Kooperationspartner seit Ende der 1990er Jahre die Grundlage geschaffen. Es ist absehbar, dass China mit Wachstumsraten im dreistelligen Bereich bereits im laufenden Jahr zum wichtigsten Auslandsmarkt für die Hansgrohe AG wird.“

„Aus eigener Kraft zur deutschen Nummer 1 im Markt“

Bis 2013 will das Unternehmen seinen Umsatz zwischen Shanghai und Urumchi auf über € 100 Mio. nach oben schrauben. „Die Chancen stehen gut, dass wir dieses Ziel sogar früher erreichen“, so der Hansgrohe CEO. „Denn es ist uns gelungen, nicht nur im gehobenen Projektgeschäft Fuß zu fassen, sondern auch unsere Distribution auf eine breite Basis zu stellen und ein dichtes Händlernetz zu schaffen.“ Mehr als 200 eigene Points of Sale, darunter drei große Flagship Stores in Shanghai, Hangzhou, und Guangzhou, unterhält das Unternehmen in chinesischen Großstädten. Weitere 500 sollen bis 2015 entstehen. „Wir haben dabei davon profitiert“, betonen der für China zuständige Sales Director, Julian Henco, und Business Developer Mario Fuchs, „dass wir in Vertrieb und Marketing, aber auch in der Produktion nicht auf chinesische Partner angewiesen sind. Alles, was wir in China tun, richtet sich nach unseren eigenen, sehr rigiden Standards und muss die hohen Qualitätsansprüche erfüllen, die wir und vor allem unsere Kunden mit der Marke Hansgrohe verbinden.“ Darüber hinaus habe man durch diesen eigenständigen Weg auch dafür gesorgt, dass kein Know-how abfließen und Wettbewerber vor Ort stark machen könne. „Außerdem können wir durch unsere Armaturenfertigung in Shanghai, die die komplette Wertschöpfungskette abdeckt, auch eigene Produkte anbieten, die den

besonderen Designvorlieben der Chinesinnen und Chinesen Rechnung tragen“, so Henco und Fuchs. Derart ist es dem Schiltacher Unternehmen gelungen, sich breite Käufergruppen auch in der wachsenden chinesischen Mittelschicht zu erschließen.

„Unsere Kunden haben uns auf der gerade in Shanghai zu Ende gegangenen Messe ‚Kitchen and Bath China‘ bestätigt, dass die Marke Hansgrohe in China angekommen ist und eine hohe Reputation genießt. Die Abschlüsse, die wir während der Messe tätigen konnten, haben dies bestätigt“, resümiert Hansgrohe-Chef Gänßlen. „Zu unserem guten Ruf trägt bei, dass wir uns aus eigener Kraft zur deutschen Nummer 1 im Markt entwickelt haben. Und diese Position wollen wir jetzt weiter ausbauen.“



Bildunterschrift:

Hoch hinaus: Die Hansgrohe AG stattet die 289 Zimmer und Präsidentensuiten des Luxushotels „St. Regis“ (Starwood Hotels & Resorts) im 442 hohen „Kinkey Finance Tower“ in Shenzen mit der Designerkollektion Axor Citterio und Raindance Brausen aus.

Über Hansgrohe – das Original aus dem Schwarzwald

Das Unternehmen Hansgrohe (www.hansgrohe.com) mit Stammsitz in Schiltach/Schwarzwald hat sich in seiner 110jährigen Firmengeschichte innerhalb der Sanitärbranche den Ruf als einer der Innovationsführer in Technologie und Design 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 Kreuzfahrtriesen „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. 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 3.200 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.



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