

Positionspapier

„Klimaschutz beginnt beim Duschen“

Fünf Thesen der Hansgrohe AG zum Energie- und Wassersparen im Haushalt

Nach dem Verbot der Glühbirne im letzten Jahr plant die Europäische Union (EU) im Rahmen der Neufassung ihrer Ökodesign-Richtlinie weitere Vorschriften zur Reduktion des Energieverbrauchs. Dabei nimmt sie nun Produkte unter die Lupe, die nur mittelbar Energie konsumieren. Dazu zählen auch Armaturen und Brausen, da sie in der Regel mit Warmwasser betrieben werden, für dessen Erwärmung Energie eingesetzt wird.

Als führender Hersteller von Armaturen, Brausen und Duschsystemen begrüßt die Hansgrohe AG (www.hansgrohe.com) grundsätzlich das Anliegen der Politik, für einen nachhaltigen, effizienten Umgang mit der Ressource Wasser und damit auch für eine Reduzierung des Energieverbrauchs sorgen zu wollen. Denn die Beeinflussung des Warmwasserverbrauchs privater Haushalte ist ohne Zweifel ein wichtiger Hebel zur Reduzierung des Energieverbrauchs und damit zur Verbesserung des Klimaschutzes. Wir sehen das Vorpreschen der EU auch deswegen positiv, weil das Thema Wasser- und Energiesparen insgesamt eine Riesenchance für SHK-Handel und -Handwerk bietet.

Die Hansgrohe AG entwickelt seit über 30 Jahren erfolgreich wasser- und energiesparende Technologien. Darüber hinaus hat es sich das Unternehmen im Rahmen seines gesellschaftlichen Engagements zur Aufgabe gemacht, in der Öffentlichkeit für einen bewussten und nachhaltigen Umgang mit der kostbaren Ressource Wasser zu werben.

Mit folgenden Thesen bezieht die Hansgrohe AG zum Thema „Energie- und Wassersparen im Haushalt“ Position:

Thesen

1. Der Schlüssel zu einem effizienteren Umgang mit Wasser im Privathaushalt liegt in einer intensiven Aufklärungsarbeit: Es ist an der Politik, gesellschaftlichen Organisationen und Unternehmen der Sanitärbranche und Wasserwirtschaft, im Rahmen von Nachhaltigkeitsstrategien ein gesellschaftliches Umdenken zu fördern. Dabei kommt es, speziell mit Blick auf den Umgang mit dem Lebelement Wasser auf eine frühzeitige und wirksame Sensibilisierung breiter Bevölkerungsschichten an.
2. Klimaschutz beginnt beim täglichen Brausebad und Händewaschen. Unternehmen – insbesondere der Sanitärbranche – sind gefragt, Innovationen voranzutreiben, die beispielsweise beim Händewaschen und Duschen signifikante Wasser- und

Energieeinsparungen möglich machen, ohne Komfort und Lebensqualität einzuschränken.

3. Politische Rahmenbedingungen, Aufklärungsmaßnahmen und technologische Innovationen müssen ineinander greifen, um einen ökologisch nachhaltigen Umgang mit der Ressource Wasser zu befördern.
4. Vorschriften zur bloßen Durchflussbegrenzung bei Armaturen und Brausen hinken hinter dem heutigen Stand der Technologie her und tragen daher nicht wirksam zur Reduzierung des Warmwasser- und Energieverbrauchs privater Haushalte bei, weil sie mit einem Komfortverlust einhergehen können. Zudem würde eine Vorschrift zur simplen Durchflussbegrenzung eine Schwemme nicht ausgereifter Produkte auf den Markt bringen, die weder den Ansprüchen der Verbraucher noch dem Anliegen der Politik gerecht würden.
 - Es ist keine Lösung, einfach nur auf immer weniger Wasserdurchfluss zu setzen. Bei Brausen etwa geht es um die richtige Balance aus Wassersparen und Duschkomfort. Anders formuliert: Wenn nur noch ein dünnes Rinnsal aus der Brause tröpfelt, wird man länger duschen müssen, um zum Beispiel das Shampoo aus den Haaren auszuwaschen. Es ist nichts erreicht, wenn Menschen länger duschen müssen, um sauber zu werden.
 - In den USA, wo bereits bei Brausen eine Durchflussbegrenzung auf 2,5 Gallonen/9,5 Liter pro Minute vorgeschrieben ist, liegt der durchschnittliche Wasserverbrauch bei ca. 340 Litern pro Tag und pro Person und damit deutlich höher als in Deutschland (ca. 125 Liter pro Tag und Person).
5. Tatsächlich gehen die technologischen Möglichkeiten bereits heute weit über die von der EU vorgesehene Durchflussbegrenzung hinaus, wenn man Wasser effizient und energiesparend nutzen möchte.
 - Hansgrohe hat 2010 mit einem innovativen Luftsprudler einen neuen Standard für alle Waschtischarmaturen eingeführt, der den Wasserdurchfluss um weitere 30 Prozent auf fünf Liter pro Minute reduziert. Damit liegt der Wasserdurchfluss bei diesen Armaturen um rund 65 Prozent unter dem herkömmlicher Waschtischmischer, die nicht mit einem Luftsprudler ausgestattet sind.
 - Die EcoSmart-Technologie von Hansgrohe reduziert den Wasserverbrauch von Hand- und Kopfbrausen durch die ausgeklügelte Kombination von Durchflussbegrenzung, spezieller Strahldüsen und der Anreicherung des Wassers mit Luft (AirPower-Technologie) bei gleich bleibendem Komfort um bis zu 60 Prozent im Vergleich zu herkömmlichen Produkten. Die Showerpipe „Raindance Connect EcoSmart“ von Hansgrohe erhielt auch deswegen 2010 den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland.
 - Mit der Pontos AquaCycle-Technologie bietet die Hansgrohe AG als weltweit einziger Armaturen- und Brausenhersteller eine in der Praxis erprobte Technologie an, die Abwasser aus Duschen, Badewannen und Handwaschbecken – so genanntes Grauwasser – für eine zweite Nutzung, etwa zur Toilettenspülung, wieder aufbereitet. Die zweite Generation der Pontos-Anlagen, die in der zweiten Jahreshälfte 2010 verfügbar sein wird, kombiniert darüber hinaus Wasserrecycling mit einer effektiven Wärmerückgewinnung, indem die Abwärme des Duschabwassers genutzt wird, um das ins Haus eingespeiste Frischwasser zu erwärmen und derart den Energiebedarf für die Wassererwärmung zu senken.

Über Hansgrohe – das Original aus dem Schwarzwald

Das Unternehmen Hansgrohe (www.hansgrohe.com) mit Stammsitz in Schiltach/Schwarzwald hat sich in seiner bald 109jährigen 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 Deutschen Reichstag und im Bundeskanzleramt in Berlin, in den Yoo Luxusapartments in New York oder in der Universität von „Masdar City“ in Abu Dhabi. 2008 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen Marken Axor, Hansgrohe, Pharo und Pontos einen Umsatz von rund 668 Mio. Euro (2007: 661 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.



Deutschlands schönste Dusche 2010: Die Showerpipe Hansgrohe Raindance Connect EcoSmart erhielt den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland in Silber. Mehr unter: www.hansgrohe.com/designpreis

Weitere Informationen:

Hansgrohe AG
 - Pressestelle -
 Dr. Carsten Tessmer/Heike Kronenbitter
 Tel.: +49 (0)7836/51-3009/-1297
 Fax: +49 (0) 7836/51-1170
 E-Mail: public.relations@hansgrohe.com
www.hansgrohe.com