

NAACH



Bericht 2010

HALT

IG

KEIT

BE

REICH

T

2010

Inhalt

2	CEO Albert M. Baehny im Gespräch
4	Die Geberit Gruppe
12	Ökonomie
16	Kunden
22	Mitarbeitende
28	Produktentwicklung
34	Produktion
40	Beschaffung und Logistik
44	Gesellschaft
48	Global Reporting Initiative (GRI)/ Über diesen Bericht

CEO Albert M. Baehny im Gespräch

Herr Baehny, ein offenes Wort in der Wirtschaftskrise: Muss in einer Krise das Thema Nachhaltigkeit nicht zurückgestellt werden?

Krise oder nicht: Die Menschen müssen heute über Nachhaltigkeit nachdenken und entsprechend handeln. Viele argumentieren, dass Nachhaltigkeit ein Kostentreiber sei. Dahinter steckt jedoch oft ein Missverständnis. Nachhaltig zu produzieren, kostet nur zu Beginn mehr. Unsere gute Position im Markt verdanken wir auch dem Bemühen, nachhaltige Produkte immer effizienter zu produzieren. Wir benötigen laufend weniger Energie und Wasser und sind sparsamer beim Rohmaterial. Das hat einen positiven Einfluss auf die Kostenstruktur.

Ressourceneffizienz ist also das Erfolgsrezept von Geberit?

Ganz so einfach ist es nicht. Erfolg beruht auf verschiedenen Faktoren. Zum Beispiel eine gesunde Firmenkultur, eine klare Strategie, die nicht bei jeder kleinen Veränderung in Frage gestellt wird, und eine stabile Struktur mit engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Um kompetente Menschen am richtigen Platz zu haben, muss man intern die Mitarbeitenden fördern und gleichzeitig extern geeignete Kandidaten für Geberit begeistern. Damit handelt man nachhaltig.

Und die Anforderungen von aussen? Was will der Markt, was braucht die Umwelt?

Da gibt es klare Trends. Einerseits ist zum Beispiel in Asien die Urbanisierung in vollem Gang. Wasserknappheit und Wasserqualität werden zu zentralen Themen. Bei den stetig wachsenden Bevölkerungszahlen wird einerseits die Wirkung von wassersparenden Systemen enorm sein. Andererseits möchten immer mehr Menschen schön gestaltete Badezimmer, und Wellness spielt eine zunehmend wichtige Rolle. Unsere Produkte sind ressourceneffizient und erfüllen die neuesten Standards zum nachhaltigen Bauen. Sie haben aber auch ein schönes Design – für uns eine logische Kombination.

Von Nachhaltigkeit reden viele. Was hat Geberit in den letzten Jahren geleistet?

Wir können unsere Verbesserungen systematisch messen – und tun dies auch: Die eingesetzte Energie pro Produktionseinheit ist zum Beispiel klar rückläufig. Es ist immer ein Mix aus breit angelegten und kleinen Massnahmen, der positiv wirkt. Inzwischen sind alle Werke nach ISO 14001 zertifiziert, und sämtliche Mitarbeitenden sind gemäss unserem Verhaltenskodex geschult. Auch Einzelinitiativen bewirken viel: In unserem Werk in Givisiez in der Schweiz ist der interne Wasserverbrauch dank



«Wir wollen neue Produkte auf den Markt bringen, die Massstäbe beim Wassersparen und bei der Wasserqualität setzen.»

Albert M. Baehny,
Vorsitzender der Konzernleitung (CEO)



den guten Idee eines Mitarbeiters praktisch halbiert worden. Stolz bin ich auch darauf, dass wir das Projekt Pangaea unterstützen. Damit werden junge Leute aufgerufen, Umweltprobleme zu erkennen und zu handeln. Gleichzeitig realisieren wir mit Pangaea soziale Projekte in Entwicklungsländern und helfen mit besseren sanitären Einrichtungen. Unsere Berichterstattung nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative zeigt die Verbesserungen in allen Bereichen auf.

«Nachhaltig zu produzieren, kostet nur zu Beginn mehr.»

Was können wir von Geberit in Zukunft erwarten?

Wir wollen neue Produkte auf den Markt bringen, die Masstäbe beim Wassersparen und bei der Wasserqualität setzen. Eine Reduktion der Wassermenge zum Spülen und der angestrebte Einsatz von Grauwasser sind wichtige Themen. Der Standard der Sanitärinstallationen muss weltweit steigen, denn gute sanitäre Einrichtungen verbessern das Leben der Menschen wesentlich. Allerdings gibt es in vielen Regionen zu wenig geschulte Installateure. Die Systeme müssen deshalb noch einfacher und sicherer werden. Was sich nicht ändern soll, ist die Geberit Kultur und die spürbare Begeisterung jedes Einzelnen.

MIA

SS

STÄ

BEE

Geberit setzt weltweit Maßstäbe – in der Sanitärtechnik ebenso wie im nachhaltigen unternehmerischen Handeln.

Die Geberit Gruppe

- Europäischer Marktführer in der Sanitärtechnik
- 2,2 Milliarden Schweizer Franken Umsatz im Jahr 2009 und betriebliche Cashflow-Marge von 28%
- 5608 Mitarbeitende in 67 Ländern

Die Geberit Gruppe mit Sitz in Rapperswil-Jona (CH) ist europäischer Marktführer in der Sanitärtechnik mit globaler Ausrichtung. Seit der Gründung 1874 zählt das Unternehmen zu den Pionieren der Branche und setzt mit seinen Produkten immer wieder neue Trends.

Im Jahr 2009 erwirtschaftete Geberit 2,2 Milliarden Schweizer Franken Umsatz. Die Gruppe beschäftigt weltweit rund 5600 Mitarbeitende. Seit 1999 ist das Unternehmen an der Schweizer Börse kotiert.

Marktführer in Europa – weltweit tätig

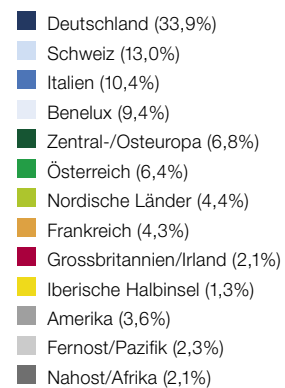
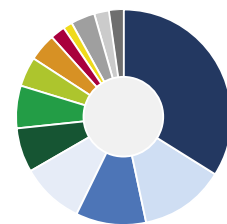
Geberit ist in 40 Ländern mit eigenen Vertretungen aktiv. Die Produkte werden weltweit in 106 Ländern verkauft. Der Umsatzschwerpunkt liegt in den europäischen Hauptmärkten. Gute langfristige Wachstumsperspektiven liegen in Zentral- und Osteuropa, Frankreich, Grossbritannien, der Iberischen Halbinsel, Nordamerika, China und Südostasien. Die Märkte in Asien und in Nordamerika werden mit Produkten bearbeitet, die den regionalen Bedürfnissen angepasst sind. Zu diesem Zweck bestehen lokale Kompetenzcenter in Schanghai (CN) und in Chicago (US).

Das Unternehmen besitzt 15 spezialisierte Produktionsstandorte in 7 Ländern nahe bei den wichtigsten Absatzmärkten. Die Hauptproduktionsstätten befinden sich in Deutschland, in Österreich und in der Schweiz. Die Gruppe betreibt auch Produktionswerke in den USA, in China, Italien und Slowenien.

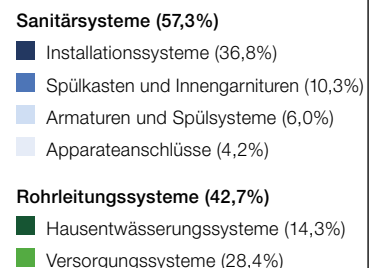
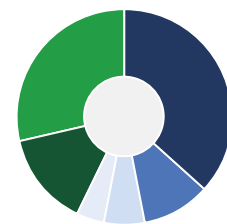
Umfassende Produktpalette

Die Produkte sind sowohl für Neubauten wie auch für Renovationen und Modernisierungen konzipiert. Das Produktspektrum umfasst sechs Produktlinien in den Bereichen Sanitärsysteme (Installationssysteme, Spülkasten und Innengarnituren, Armaturen und Spülsysteme, Apparatanschlüsse) und Rohrleitungssysteme (Hausentwässerungssysteme, Versorgungssysteme).

Umsatz 2009 nach Märkten



Umsatz 2009 nach Produktbereichen und Produktlinien



Nachhaltige Produkte

**Elektronische
Waschtischarmatur HyTronic**
Wassersparende und
energieeffiziente Armatur



Geberit AquaClean 8000plus
WC mit schonender und natürlicher
Wasserreinigung



**Duofix Rahmen mit
Unterputzspülkasten
und Zweimengen-
Betätigungsplatte Sigma20**
Werkzeuglose Montage,
wassersparende Zwei-
mengen-Spülung, flexibel
einsetzbares System



Geberit Silent-PP
Abwassersystem mit optimalem
Schallschutz, Gewinner eines
Designpreises



Dachentwässerung Pluvia
Schnelles und effizientes
Dachentwässerungssystem



**Badewannenablauf
Uniflex PushControl**

Strömungstechnisch optimal
geformter Badewannenablauf,
Gewinner eines Designpreises



Urinalsiphon

Wassersparender Siphon mit
optimaler Strömungstechnik



Geberit PushFit

Einfaches und sicheres Steck-
system, eignet sich sowohl
für Trinkwasser als auch für
Heizung, komplett recycelbar



Geberit Mepla

Trinkwasser-Mehrschichtverbundrohr,
das sich trennen und komplett
wiederverwerten lässt



Gelebte Nachhaltigkeit in allen Geschäftsbereichen

- Geberit nachweislich führend im Bereich Nachhaltigkeit
- Wassersparen, Ressourceneffizienz und nachhaltiges Bauen als Kernthemen
- Nachhaltigkeitsstrategie laufend aktualisiert und integriert

Geberit ist in der Sanitärbranche seit Jahrzehnten führend im Bereich Nachhaltigkeit und beweist, dass wirtschaftliches Wachstum und eine langfristig erfolgreiche Geschäftstätigkeit mit umweltfreundlichem und sozialem Handeln vereinbar sind.

Vorbildfunktion als Ziel

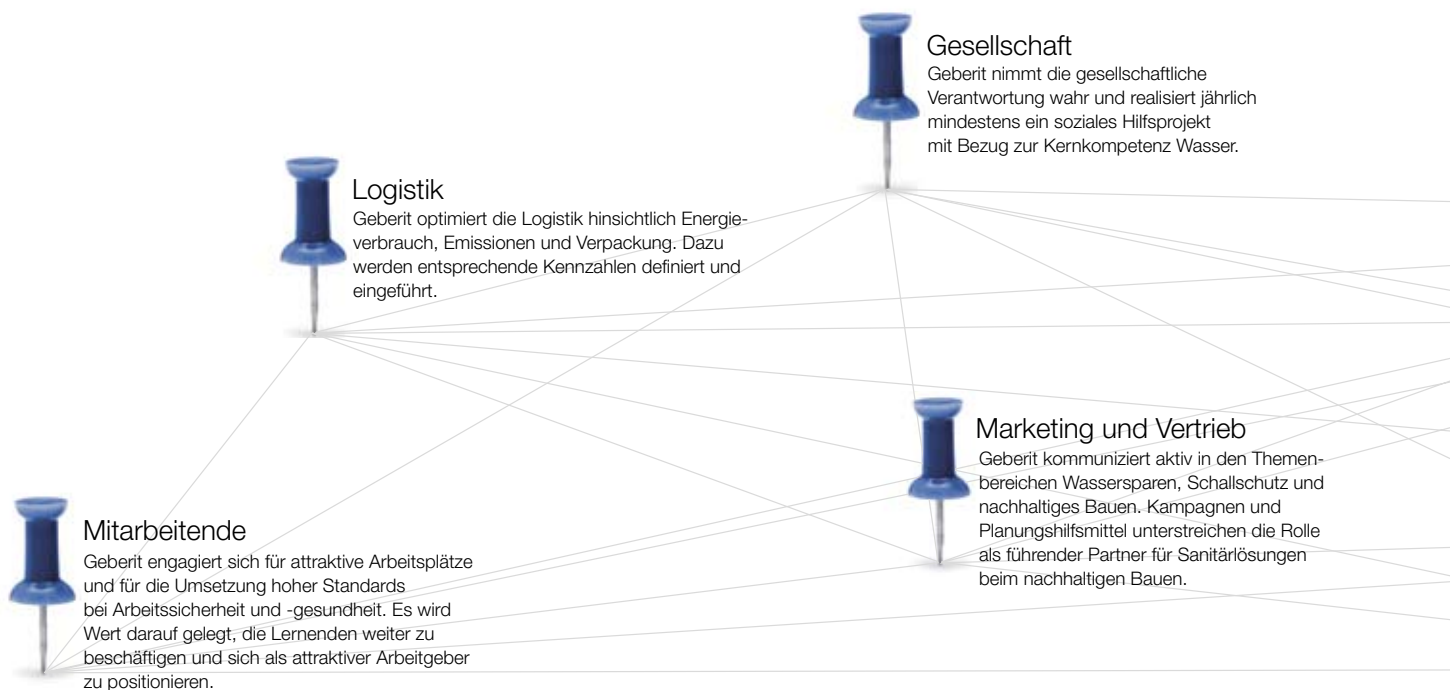
Nachhaltigkeit muss in allen Unternehmensbereichen gelebt werden. Geberit will für Partner, Kunden und Lieferanten Vorbild sein und Massstäbe setzen. Dazu gehören eine sichere, umweltfreundliche und ressourceneffiziente Produktion mit einem zunehmenden Anteil erneuerbarer Energien, eine Beschaffung

und Logistik mit hohen Umwelt- und Ethikstandards sowie gute Arbeitsbedingungen und ein hoher Ausbildungsstand der über 5600 Mitarbeitenden weltweit. Die gesellschaftliche Verantwortung nimmt Geberit auch bei der Förderung ausgesuchter sozialer Hilfsprojekte und Kooperationen für innovative Entwicklungen wahr.

Produkte mit grosser Hebelwirkung beim Wassersparen

Nachhaltigkeit bedeutet die Befriedigung der Bedürfnisse der heutigen Generation auf eine Art, die künftigen Generationen eine gute Lebensgrundlage sichert. Der steigende Energie- und Wasserverbrauch einer wachsen-

den Weltbevölkerung gehört zu den grössten Herausforderungen für eine nachhaltige Entwicklung – Ansporn für Geberit, bei den Produkten höchste Umweltfreundlichkeit, Ressourcenschonung und Langlebigkeit zu bieten. Wassersparende Geberit Produkte erzielen dabei eindruckliche Leistungen: Mit der gesamten 2-Mengen- und Spül-Stopp-«Spülkastenflotte», die seit 1998 produziert wurde, konnten gegenüber traditionellen Spülsystemen bis 2009 über 8800 Millionen Kubikmeter Wasser eingespart werden. Das ist zweieinhalb Mal so viel wie der gesamte Jahresverbrauch aller Haushalte Deutschlands.



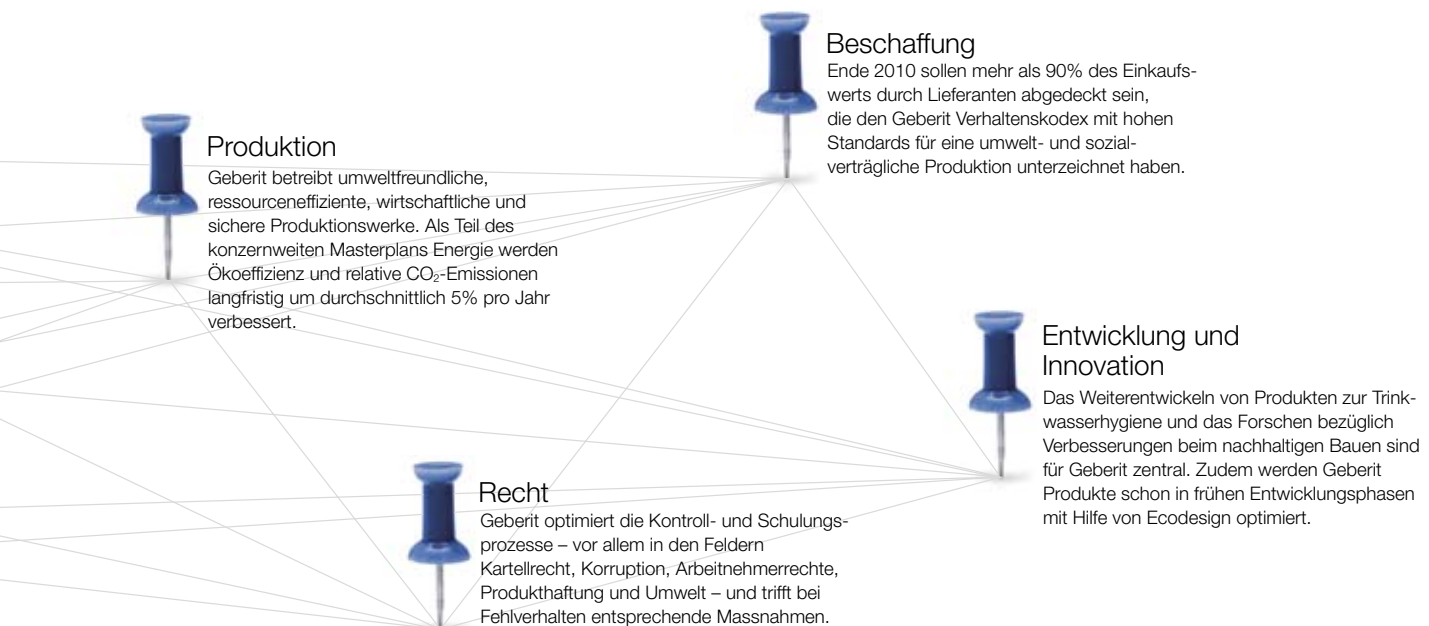
Intelligente Lösungen für nachhaltiges Bauen

Der weltweite Trend zum nachhaltigen Bauen («Green Building») stellt Investoren, Bauherren und Sanitär-fachleute vor neue Herausforderungen. Geberit bietet schon heute wasser- und energiesparende, geräuscharme und dauerhafte Produkte, die eine hohe Flexibilität ermöglichen und nachhaltigen Bau-standards genügen. Geberit setzt sich zum Ziel, führender Systemanbieter für intelligente Sanitär-lösungen im nachhaltigen Bauen zu sein.

Umsetzung verbindlich und transparent

Geberit bekennt sich zu international anerkannten Prinzipien der Nachhaltigkeit und ist seit 2008 Mitglied von United Nations Global Compact, einem weltweiten Abkommen zwischen Unternehmen und der Uno, das die Globalisierung sozialer und ökologischer gestalten soll. Das verpflichtet Geberit, jährlich einen Fortschrittsbericht zu zehn definierten Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeit-spraktiken, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung vorzulegen. Der erste Bericht zum Geschäftsjahr 2008 wird auf der Website von

United Nations Global Compact als vorbildlich aufgeführt (www.unglobalcompact.org/COP/notable_cops.html). Geberit versteht Nachhaltigkeit als strategische Aufgabe. Deshalb werden Ziele und Massnahmen in allen Geschäftsbereichen laufend aktualisiert und integriert. Ein umfassendes Monitoring stellt sicher, dass messbare Fortschritte erzielt werden. Diese werden jährlich gemäss den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) im GRI-Bericht dargestellt – seit drei Jahren mit dem höchstmöglichen Transparenzgrad A.



Im Dialog mit allen Seiten

- Kontinuierlicher Dialog an allen Standorten
- Wesentliche Themen vorausschauend planen
- Partnerschaftliche und faire Geschäftsbeziehungen

Erfolg im internationalen Massstab ist auch eine Frage des Dialogs. Die Ansprüche an Geberit sind vielfältig: Kunden, Lieferanten und Mitarbeitende haben ihre Anliegen; gesellschaftliche Fragen und die Umwelt spielen eine wichtige Rolle. Geberit setzt auf Partnerschaft in Geschäftsbeziehungen und Fairness im Umgang mit Wettbewerbern und Verbänden. Ein systematisch geführter Dialog hilft, mögliche Konfliktthemen oder Chancen für die Weiterentwicklung zu erkennen und frühzeitig aktiv zu werden. Auf nationaler wie internationaler Ebene werden in den jeweiligen Ländern oder von der Geberit Gruppe Beziehungen zu allen Organisationen und

Institutionen gepflegt, die Ansprüche, Wünsche oder Anregungen an das Unternehmen anmelden. Dabei kommt regelmässig ein weites Spektrum von Themen zur Sprache (siehe Graph).

Geberit setzt intern wie extern auf Dialog. Ein Beispiel ist das Europaforum: ein Gremium, in dem die Betriebsratsvorsitzenden der europäischen Standorte zusammenkommen und aktuelle Herausforderungen mit der Geschäftsleitung diskutieren. Dazu gehört unter anderem die zukünftige demografische Entwicklung der Mitarbeiterschaft. An allen Produktionsstandorten werden die Anregungen und Bedürf-

nisse lokaler Anspruchsgruppen im Rahmen des systematischen Umweltmanagements nach ISO 14001 erfasst. Probleme wie beispielsweise Lärmemissionen können so schon im Ansatz wirksam reduziert werden.

Weitere Beispiele, wie Geberit seine Anspruchsgruppen einbezieht, finden sich in den folgenden Kapiteln.





Richard Sykes ist Manager of Natural Resources beim kommunalen Versorgungsunternehmen in der East Bay. Das Unternehmen ist für Wasserversorgung und Abwasseraufbereitung für die rund 1,3 Millionen. Einwohner der Ostseite der San Francisco Bay (US) zuständig.

«Wir haben vor kurzem Gespräche mit leitenden Industrievertretern zur Erarbeitung einer neuen Gesetzesvorlage geführt. Die Vorlage will den Bleigehalt von Wasserleitungen und Armaturen deutlich reduzieren und soll ab 1. Januar 2010 für den Verkauf in Kalifornien gelten. Chicago Faucets (Geberit USA) hat uns dabei besonders unterstützt. Der Geschäftsführer kam persönlich, um über die Umsetzung zu reden, und Geberit war eines der ersten Unternehmen, das schon vor dem Termin entsprechende Produkte im Handel angeboten hat.»



Dr. Thomas Dyllick ist Professor für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung des Umweltmanagements am Institut für Wirtschaft und Ökologie (IWÖ-HSG) und Prorektor der Universität St. Gallen (CH).

«Stakeholderdialoge, die ein Unternehmen weiterbringen, sind sehr anspruchsvoll. Sie müssen von den ›richtigen‹ Firmenvertretern mit den ›richtigen‹ Anspruchsgruppen zum ›richtigen‹ Zeitpunkt geführt werden. Der Mehrwert für ein Unternehmen liegt darin, frühzeitige Informationen zu erhalten und Vertrauen in kritischen Bereichen zu schaffen. Dies ist gerade in einem so sensiblen Bereich wie dem Wasser wichtig, denn hier stehen wir global vor grossen Herausforderungen.»



Andreas Knörzer ist Leiter Sustainable Investment bei der Bank Sarasin in Basel (CH). Er entwickelte ein Konzept, Gelder ökologisch und sozial verträglich anzulegen. Mit seinen Ideen hat er den Bereich Sustainable Investment mitgeprägt.

«Transparenz ist für mich ein Schlüssel bei der Diskussion über Nachhaltigkeit. Mut zur Lücke darf sein, aber ein Unternehmen sollte über alle wesentlichen Themen berichten, gerade auch die nichtfinanziellen. Bei Geberit wünsche ich mir, dass der Beitrag zum Umgang mit Wasser klar dargestellt wird und die Anstrengungen, bei der Nachhaltigkeit Massstäbe zu setzen, fortgeführt werden.»

MO

Gesundes Wachstum und eine hohe Ertragskraft sind für Geberit mehr als nur kurzfristige Ziele. Der wirtschaftliche Erfolg von heute schafft für uns die Grundlage, damit wir die führende Stellung auch in den Märkten von morgen behaupten können.

R

GE

N

Führende Stellung weiter ausgebaut

- Marktposition gestärkt, herausragende Ergebnisse
- Infrastruktur weiter ausgebaut
- Nachhaltigkeitsbewusste Investoren setzen noch stärker auf Geberit

Die weltweite Wirtschaftskrise ist auch an der Geberit Gruppe nicht spurlos vorbeigezogen. Erstmals seit vielen Jahren mussten 2008 und 2009 Umsatzrückgänge hin-genommen werden. Trotzdem ist in den letzten zehn Jahren der Umsatz im Durchschnitt pro Jahr (CAGR) um 6,2% angestiegen. Gleichzeitig konnte die operative Profitabilität auf sehr hohem Niveau gehalten werden. Das Unternehmen erwirtschaftet jedes Jahr freie liquide Mittel in erheblicher Höhe. Damit wird weiter in die Zukunft investiert. Diese Mittel stehen aber auch zur Verfügung, um Schulden zurückzu-zahlen, Ausschüttungen vorzuneh-men, Aktien zurückzukaufen oder um zu akquirieren. Dank der gesunden finanziellen Situation ist Geberit ein verlässlicher Arbeitgeber und Partner für Kunden, Lieferanten und die interessierte Öffentlichkeit. Die Aktio-näre nehmen am Erfolg teil: durch einen steigenden Unternehmenswert und über erhöhte Ausschüttungen.

Ausschlaggebend für den anhalten- den Erfolg ist eine klare Strategie, verbunden mit einer konsequenten Umsetzung. Die bewährte und fokussierte Strategie basiert auf vier strategischen Säulen:

1. Fokus auf die Sanitärtechnik

Geberit wird sich weiterhin auf die Sanitärtechnik konzentrieren und setzt dabei auf den traditionellen dreistu-figen Absatzweg. Das Unternehmen fokussiert sich auf jene Geschäftsbe-reiche in der Sanitärbranche, in denen es profundes Know-how und Kern- kompetenzen besitzt. Im Vordergrund der Tätigkeit stehen Technologien für den Wassertransport in Gebäuden. Dafür wird qualitativ hochstehende, integrierte und wassersparende Sani- tärtechnik angeboten.

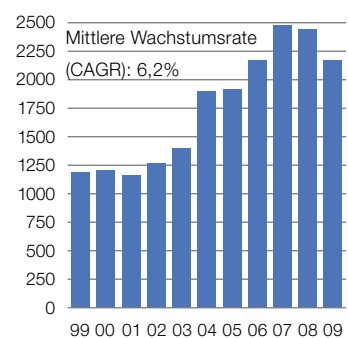
2. Bekenntnis zur Innovation

Für Geberit sind die laufende Opti- mierung und Ergänzung des Sortimentes entscheidend für den zukünftigen Erfolg. Die Innovations- kraft basiert auf der Grundlagen- forschung in Gebieten wie Hydraulik, Statik, Brandschutz, Hygiene oder Akustik. Die gewonnenen Erkennt- nisse werden in der Entwicklung von Produkten und Systemen zum Nutzen der Kunden systematisch umgesetzt.

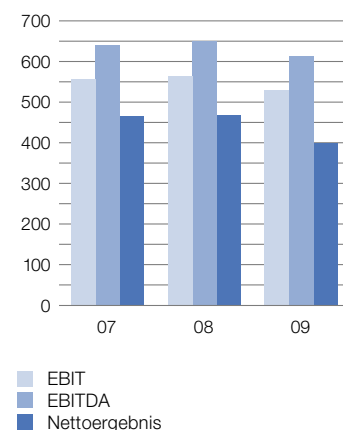
3. Selektives geografisches Wachstum

Die beschleunigte Durchdringung von Märkten wie Frankreich, Gross- britannien, der Iberischen Halbinsel, Osteuropa und den nordischen Ländern ist ein wichtiger Faktor des langfristigen Erfolgs. Ausserhalb Europas konzentriert sich Geberit auf die vielversprechendsten

Umsatzentwicklung 1999–2009
(in Mio. CHF)



EBIT, EBITDA, Nettoergebnis 2007–2009
(in Mio. CHF)



Märkte. Dazu gehören Nordamerika, China, Singapur, Australien und die Vereinigten Arabischen Emirate. Mit Ausnahme von Nordamerika ist das Unternehmen in diesen Regionen vornehmlich im Projektgeschäft tätig. Dabei hält Geberit stets an den bestehenden hohen Standards bezüglich Qualität und Profitabilität fest.

4. Kontinuierliche Optimierung der Geschäftsprozesse

Geberit will durch permanente Prozessoptimierung eine langfristig führende, wettbewerbsfähige Kostenstruktur sichern. Dies geschieht einerseits durch gruppenweite Projekte, andererseits erkennen die Mitarbeitenden im Rahmen ihrer täglichen Arbeit Verbesserungsmöglichkeiten und können so massgeblich zur positiven Entwicklung beitragen.

Hohe Reputation am Kapitalmarkt durch Anstrengungen im Bereich Nachhaltigkeit

Die Anstrengungen zur nachhaltigen Unternehmensführung werden auf dem Kapitalmarkt honoriert. Im stetig wachsenden Segment der Nachhaltigkeitsaktienindizes und Nachhaltigkeitsfonds ist Geberit gut vertreten. So ist die Geberit Aktie beispielsweise Bestandteil des Dow Jones Sustainability Index (DJSI) und der FTSE4Good Index Serie. Zudem halten namhafte Nachhaltigkeitsfonds die Geberit Titel in ihren Portfolios. In den laufend wachsen-

den Investmentsegmenten «Nachhaltigkeit» und «Wasser» will Geberit weiterhin eine bedeutende Rolle spielen.

Von einer langfristig erfolgreichen Strategieumsetzung zeugt auch die nachhaltig positive Entwicklung des Aktienkurses. Seit dem Börsengang im Juni 1999 bis Ende 2009 wuchs die Geberit Aktie im Durchschnitt pro Jahr um 17,7%.

Corporate Governance

Geberit pflegt klare Entscheidungsprozesse und eine transparente Information, insbesondere auch bezüglich Corporate Governance. Dies stellt sicher, dass das Unternehmen mit langfristiger Ausrichtung geführt wird und die Interessen der Aktionäre gewahrt werden.

Eine ausführliche Darstellung der Corporate Governance nach der entsprechenden Richtlinie der Schweizer Börse (SIX) ist jährlich im Geschäftsbericht enthalten.

Aktienkursentwicklung 22. Juni 1999 (IPO) bis 31. Dezember 2009
(in CHF)



— Geberit Aktie
— Swiss Performance Index (SPI)

(Quelle: Bloomberg)

Basis: Aktiensplit im Verhältnis 1:10 am 8. Mai 2007

Quantitative ökonomische Aspekte im Überblick

(in Mio. CHF)	2007	2008	2009
Direkte ökonomische Wertschöpfung			
Umsatz	2486,8	2455,1	2181,2
Betriebsergebnis (EBIT)	553,8	563,4	526,7
Weitergegebene ökonomische Werte			
Betriebsaufwand, netto exkl. Personalaufwands	1185,1	1155,4	958,1
Personalaufwand	467,4	460,2	446,2
Löhne und Gehälter	359,2	356,4	334,8
Pensionsbeiträge	18,3	17,2	24,5
Andere Sozialleistungen	64,0	62,4	60,3
Übriger Personalaufwand	25,9	24,2	26,6
Zahlungen an Kapitalgeber	172,1	217,7	220,0
Dividenden	159,0	206,9	210,9
Zinsen	13,1	10,8	9,1
Steuern (bezahlte Ertragssteuern)	126,5	100,1	161,4
Gesellschaftliche Engagements (Beiträge und Spenden)	2,2	2,6	3,2
Zurückbehaltene ökonomische Werte			
Investitionen Sachanlagen	103,5	152,5	106,4
Desinvestitionen Sachanlagen	13,6	5,7	2,9
Aktienrückkauf	0,0	311,4	0,0

LEI
CHT

IG

Die Kunden von Geberit müssen sich in ihrem Alltag immer wieder neuen Herausforderungen stellen: Es gilt, die hohen Ansprüche verschiedenster Bauherren zu erfüllen. Auf diese Aufgaben sollen sich Geberit Kunden voll und ganz konzentrieren. Deshalb bedienen wir sie mit Produkten, die sie mit Leichtigkeit handhaben können.

KEIT

Kunden mit Qualität begeistern

- Intelligente Sanitärösungen für nachhaltiges Bauen
- Weltweit über 90 000 Schulungsteilnehmende
- Erfolgreiches Partnerschaftsmodell bei Vertrieb von Geberit AquaClean

Um die Kunden täglich neu zu begeistern, setzt Geberit auf die Herstellung zuverlässiger und praktischer Qualitätsprodukte sowie eine unbestrittene Führungsposition in Sachen Schulung. Die drei Kriterien, mit denen sich das Unternehmen von den Mitbewerbern abgrenzen will, sind Wissen, Innovation und Integration. Darauf aufbauend, wird das Marketingkonzept Know-How Installed umgesetzt. Es unterstreicht die Stellung als Marktführer.

Marktbearbeitung weiter optimiert

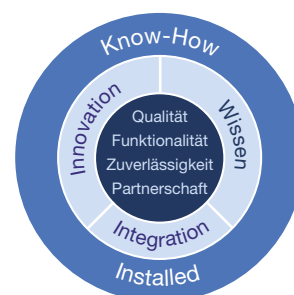
In den letzten drei Jahren hat Geberit eine Fülle von Produktneuheiten auf den Markt gebracht. Um die Bedürfnisse des Markts möglichst gut abzudecken, hat Geberit die Zusammenarbeit zwischen dem zentralen Marketing und den lokalen Vertriebsgesellschaften weiter verbessert. Insbesondere bei Wachstumsthemen wie Trinkwasserhygiene oder Nachhaltiges Bauen sowie bei grossen Produkteinführungen bringen gemeinsame Marketingkampagnen grosse Vorteile und setzen neue Impulse für die Sanitärbranche. In einem zunehmend internationalen Geschäft ergeben sich dadurch die erwünschten Synergieeffekte. In der Marktbearbeitung setzt Geberit auf einen dreistufigen Absatzweg. Die Produkte werden über den Grosshandel vertrieben. Der Handel verkauft sie an Installateure und präsentiert sie unter anderem in Ausstellungen, in denen

sich die Endkunden informieren können. Gleichzeitig unterstützt Geberit Sanitärinstallateure und -planer intensiv mit Ausbildung und Beratung und erhöht damit auch die Nachfrage nach Geberit Produkten bei den Grosshändlern.

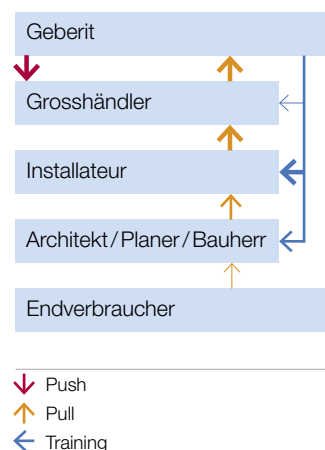
Neues Partnerschaftsmodell bei Geberit AquaClean

Designorientierte, komfortable und in Sachen Hygiene optimierte Produkte stehen bei den Endverbrauchern immer höher im Kurs. Das im Jahr 2009 neu lancierte Geberit AquaClean orientiert sich an diesem Trend. Die dazugehörige Kampagne «I love Water» will das WC mit dem Duschprinzip von Tabus befreien. Sauberkeit und Frische rücken ins Zentrum der Aufmerksamkeit und sorgen für eine bessere Markenbekanntheit. Im Vertrieb geht Geberit neue Wege, zum Beispiel mit dem Aufbau spezialisierter Geberit AquaClean Partner, die im Endkundenmarketing intensiv unterstützt werden. Die Partner werden auf der Endkundenwebsite www.i-love-water.com integriert und deren Mitarbeitende von Geberit Spezialisten für die Beratung geschult.

Das Marketingkonzept Know-How Installed



Das Geschäftsmodell



Intelligente Sanitärösungen für nachhaltiges Bauen

- Anforderungen für nachhaltiges Bauen nehmen weltweit zu
- Geberit Produkte punkten bei Wasser- und Energieverbrauch sowie Schallschutz
- Geberit als Partner in der Ausbildung für nachhaltige Lösungen

Nachhaltiges Bauen: ein weltweiter Trend

Nachhaltiges Bauen will ökologisch verträgliche und ressourceneffiziente Lösungen wirtschaftlich und mit möglichst viel Lebensqualität für die Benutzer erreichen. Der weltweite Trend zum nachhaltigen Bauen und zu «Green Building» stellt Bauherren und Sanitärfachleute vor neue Herausforderungen. Ob «LEED» in den USA, «Minergie» in der Schweiz, «Green Mark» in Singapur oder «Deutsches Gütesiegel für nachhaltiges Bauen»: Schon jetzt existieren weltweit konkrete Vorgaben, die festlegen, was als nachhaltiger Bau gilt. Dabei müssen insbesondere Kriterien zum niedrigen Energie- und Wasserverbrauch, zu ökologisch verträglichen Materialien und zum Wohlbefinden der Benutzer erfüllt werden. Dank einer vorausschauenden Entwicklung kann Geberit bereits heute eine Palette von Produkten anbieten, die nachhaltige Sanitärösungen im Bau integrieren.

Nachhaltiges Bauen: mehr als Energiesparen

Geberit Sanitärsysteme entsprechen dem Bedürfnis nach hoher Flexibilität im Bau. Das beweisen zum Beispiel die Installationssysteme Duofix und GIS. Beide sind als Leichtbausysteme im Neubau oder bei der Renovierung einsetzbar und können bei einer Umnutzung einfach angepasst werden. Zu den Vorteilen der Geberit Produkte

im Betrieb gehört unter anderem der geringe Wasserverbrauch. Die nötige Betriebsenergie wird minimiert, indem der Wärmeverlust von Warmwasser durch optimale Leitungsführung, Dimensionierung und eine innenliegende Zirkulation vermindert wird. Auch Schallschutz wird immer wichtiger für das Wohlbefinden der Bewohner. Das neue Abwasserstecksystem Silent-PP macht geräuscharme Entwässerung zum Standard in der Hausinstallation. Die gute Recyklierbarkeit gehört ebenso zum verantwortungsvollen Produktdesign. Das bedeutet, dass der Aufwand an sogenannter «grauer Energie», die für die Produktion benötigt wird, klein gehalten wird.

Nachhaltiges Bauen: Umsetzung fördern

Geberit stellt sich den zukünftigen Herausforderungen, insbesondere dem Bedürfnis der Kunden nach Unterstützung bei der Planung von nachhaltigen Sanitärösungen. Das richtige Werkzeug unterstützt dabei die Ausbildung: Der ProPlanner hilft dem Sanitärplaner, die Umweltfreundlichkeit, die Wirtschaftlichkeit und das Design gleichermaßen zu optimieren. So tragen Geberit Produkte und Planungssysteme tagtäglich und weltweit dazu bei, dass nachhaltiger gebaut wird.



© Architekt Daniel Libeskind AG/Burckhardt+ Partner AG; Foto: Jan Bitter

«Westside»: Freizeit- und Einkaufszentrum ist grösstes Minergie-Gebäude der Schweiz

Im Westen von Bern (CH) wurde eine Vision des amerikanischen Architekten Daniel Libeskind umgesetzt: Es entstand ein in Europa einzigartiges zeitgenössisches Bauwerk mit Geschäften, Restaurants und Boutiquen. Gleichzeitig beherbergt «Westside» eine Seniorenresidenz, ein Hotel sowie ein Erlebnisbad & Spa. Geberit lieferte sämtliche Installationssysteme und das komplette Hausentwässerungs- sowie das Dachentwässerungssystem für dieses einmalige Zentrum der Begegnung, das zurzeit das grösste Minergie-Gebäude der Schweiz ist.

Warum ist nachhaltiges Bauen so wichtig?

Es sind vor allem Klimawandel und Ressourcenknappheit, welche die Diskussion vorantreiben und Handlungsbedarf erzeugen. Im Fall der Stadt Zürich hat die Bevölkerung im November 2008 mit 76% Ja-Stimmen der Verankerung einer 2000-Watt-Gesellschaft in der Gemeindeordnung zugestimmt. Für die langfristige Umsetzung dieser Vision – bei der ohne Einbusse an Lebensqualität nur noch ein Drittel des heutigen Energieverbrauchs und eine Tonne CO₂-Emission pro Kopf nötig sein sollen – spielt der Gebäudebereich eine wichtige Rolle. Mit den beiden Baustandards «Minergie» und dem weitergehenden «Minergie-P» gibt es in der Schweiz schon konkrete Vorgaben, wie diese Kriterien in der Praxis am Bau umgesetzt werden. Bei den Neubauten realisiert die Stadt Zürich bereits 70 bis 80% der Gebäude in Minergie.

Aber nachhaltiges Bauen ist doch mehr als energieeffizientes Bauen?

Ja, da sind wir uns einig. Es geht auch um die aufeinander abgestimmte Optimierung von Baustoffen, Wasser, Nutzerbedürfnis-

sen, Lebenszykluskosten und Gestaltung. Also durchaus eine komplexe Aufgabe. Schon jetzt steht Minergie als Label nicht mehr alleine da. «Minergie-Eco» beinhaltet auch gesundheitliche und bau-ökologische Kriterien.

Welche Rolle spielt dabei der Sanitärbereich?

Zum einen haben wassersparende Produkte einen positiven Einfluss auf die Energiebilanz. Bei gut gedämmten Häusern wird inzwischen der grösste Teil der Betriebsenergie für das Warmwasser aufgewendet. Doch auch die «graue Energie» der Installationen steht beim neuen Merkblatt des führenden Schweizer Verbands für Ingenieure und Architekten (SIA) im Fokus. Fliessgeräusche können in gut isolierten Gebäuden zu einem Störfaktor werden, also ist Schallschutz ein wichtiges Thema. Und der Einsatz von Rezyklingmaterial ist gut für die Stoffbilanz. Das gilt nicht nur für Beton, sondern für alle Baumaterialien.

Und in Zukunft wird nachhaltiges Bauen noch wichtiger?

Davon bin ich überzeugt. Es kommen neuartige Lösungen auf den Markt, und die Transparenz



Dr. Heinrich Gugerli leitet seit zehn Jahren die Fachstelle Nachhaltiges Bauen beim Hochbaudepartement (HBD) der Stadt Zürich (CH). Das HBD betreut ein Portfolio von 4000 Gebäuden und ist damit einer der grössten Bauherren der Schweiz.

wird grösser, wenn man zum Beispiel an den kürzlich eingeführten Gebäudeausweis denkt, bei dem Energiekennzahlen des Gebäudes ermittelt werden. Man erkennt immer mehr, dass das Denken im Lebenszyklus auch ökonomisch sinnvoll ist und dass der Wert nachhaltiger Gebäude steigt. In Ländern wie der Schweiz, in der Gebäude eine lange Lebensdauer haben, liegt der grösste Hebel bei den bestehenden Gebäuden. Die Umsetzung weitgehender Massnahmen bei Gesamtanierungen oder Umbauten ist eine grosse Chance für die Bauwirtschaft und gleichzeitig eine Herausforderung für alle Beteiligten.

Spitzenqualität als Leitmotiv

Hohe Qualität heisst für Geberit, die Anforderungen der Kunden an Funktionalität, Zuverlässigkeit und Anwendungssicherheit bestmöglich zu erfüllen. Dabei orientiert sich das Unternehmen am Null-Fehler-Prinzip. Der zentrale Bereich Qualitätsmanagement ist dafür verantwortlich, dass geeignete Rahmenbedingungen eine Qualitätskultur im ganzen Unternehmen fördern, dass Produkte vom ersten Entwurf an einen definierten Optimierungsprozess durchlaufen und alle Mitarbeitenden qualitätsbewusst und selbstverantwortlich handeln. Dazu gehört auch eine effiziente Abwicklung von Reklamationen mit integrierter Fehleranalyse, die Einleitung nachhaltiger Korrekturmaßnahmen und die Entwicklung von Konzepten für die Kundenbetreuung in Zusammenarbeit mit Vertrieb, Produktion und Entwicklung. Geberit hat bei der Bearbeitung von Reklamationen einen hohen Standard erreicht und reagiert im Einzelfall direkt und lösungsorientiert.

Ausbildung als zentraler Baustein

Planung und Installation sind mitentscheidend für den Erfolg der Produkte im Markt. Rund 500 technische Berater im Aussendienst stehen in täglichem Kontakt mit Installateuren, Planern und Architekten. In den 25 Informationszentren in Europa und in Übersee

werden Jahr für Jahr rund 30 000 Schulungsteilnehmende an Geberit Systemen und Softwaretools aus- und weitergebildet. Ein zusätzliches Ausbildungselement sind externe Veranstaltungen der lokalen Vertriebsgesellschaften, bei denen in Zusammenarbeit mit Partnern Trainings oder Schulungen durchgeführt werden. Auf diese Weise kamen im Jahr 2009 nochmals rund 60 000 Kunden mit dem Know-how und den Produkten von Geberit in Kontakt.

Förderprogramm für chinesische Studenten lanciert

Die Sanitärbranche lebt von qualifiziertem Nachwuchs, auch in China, wo nachhaltiges Bauen als wichtiger Trend gesehen wird. Als Investition in die Zukunft lancierte Geberit China deshalb im März 2009 ein Universitätsförderprogramm in Kombination mit der Geberit Vorlesungsreihe zur Sanitärtechnik. Zukünftige Architekten und Planer sollen über die neusten Produkte und integrierten Systeme informiert werden, aber auch von Erfahrungen mit nachhaltigen Projekten profitieren. Das Programm wird vorerst an fünf ausgewählten Universitäten in China durchgeführt. Es soll mit wachsender Bekanntheit auch an weiteren Lehrstätten eingeführt werden. Die drei besten Diplomarbeiten der teilnehmenden



Einfache Systeme für Installateure

Hohe Akzeptanz im Markt zeigen Produkte, die eine einfache, sichere und wirtschaftliche Installation ermöglichen. Der im Jahr 2008 eingeführte Unterputz-Spülkasten UP320 kann ohne Werkzeuge installiert und trotzdem genau auf die Kundenbedürfnisse angepasst werden. Im Jahr 2009 wurde mit Geberit PushFit ein flexibles und robustes Kunststoff-Stecksystem für Heizungs- und Trinkwasserinstallationen eingeführt, das – dank einem neuen Fitting mit Sichtfenster – verlässliche Verbindungen bei minimalem Aufwand gewährleistet. Bei der Weiterentwicklung der Geberit Mapress Rohrverbindungen wurde auf noch mehr Sicherheit geachtet: Dank einer neuen Folie, die sich bei der richtigen Verpressung löst, wird sofort sichtbar, ob der Vorgang korrekt durchgeführt wurde.

Universitäten im Bereich Sanitärtechnik erhalten einen Förderpreis.

Planungssoftware als wirkungsvolle Unterstützung

Mit der Software ProPlanner werden Installateure und Planer im Rahmen der Ausbildungsmodule sowie in der täglichen Arbeit unterstützt. Mit der seit dem Jahr 2007 verfügbaren kostenlosen Light-Version hat Geberit den Kreis der Anwender wesentlich erweitert. Die Benutzer dieser Software können auf einfache Art und Weise die Grob- und Vorplanung von Geberit Trinkwasser-, Abwasser-, Heizungs- und Installationssystemen ausführen. Dazu gehören die Kostenermittlung und die praktische Zusammenstellung von Materiallisten. Die Profi-Modulversionen weisen Zusatzfunktionen auf, die auch die Detailplanung und Montage unterstützen.

Trinkwasserqualität – ein gefragtes Thema

Im Dialog mit den Kunden ist das Thema Wasser besonders wichtig. Dabei hat Geberit im Bereich Versorgungssysteme eine hohe Kompetenz für Trinkwasserqualität aufgebaut. Dafür stehen Produkte wie Geberit Mepla, welche die optimale Wasserqualität im Haus über Jahrzehnte sichern. Planer und Installateure sind immer mehr an hygienebewusster Planung interessiert. Um die steigende Nachfrage zu erfüllen, bietet Geberit seit dem Jahr 2007

das spezielle Ausbildungsmodul «Trinkwasserhygiene in Hausinstallationen» an. In Deutschland, der Schweiz und in Österreich liessen sich seitdem mehr als 2200 Teilnehmende über Grundlagen der Trinkwasserhygiene, gesundheitliche Aspekte, Gesetze, Vorschriften und Reglemente ausbilden. Dabei ist es gelungen, das Bewusstsein der Installateure dafür zu stärken, dass sie nicht einfach Rohrleitungen, sondern das Transportmedium für das wichtigste Lebensmittel – das Trinkwasser – montieren.

Hohe Zufriedenheit bei Geberit AquaClean Kunden

Kundenzufriedenheit ist eng an die unterschiedlichen Bedürfnisse in den regionalen Märkten geknüpft. Bei der Einführung der neuen WC-Generation von Geberit AquaClean in der Schweiz hat Geberit grossen Wert daraufgelegt, Feedbacks von den Kunden zu erhalten. Diese erhalten drei Monate nach dem Kauf einen Fragebogen, der im Jahr 2009 mit rund 30% eine ausgesprochen gute Rücklaufquote erreichte. Dabei sind über 90% der Rückmeldungen mit dem Produkt sehr zufrieden. Auch die Beratungsqualität beim Kauf wird von über 90% als sehr gut bewertet, und über 90% wollen Geberit AquaClean weiterempfehlen. Dank den systematisch erfassten Kundenanregungen konnte das Produkt gezielt weiterentwickelt werden.



Ausbildung in Sachen Trinkwasser

Im Geberit Informationszentrum in Langenfeld (DE) wird die reale Installation eines Rohrleitungssystems demonstriert. Der Turm simuliert die Trinkwasserinstallation eines mehrstöckigen Hauses und erleichtert so das Verständnis.



Live-Test eines Unterputzspülkastens im Internet

Mit einem Klick auf die Betätigungsplatte lösen Internetbesucher eine reale Spülung des neuen Geberit Unterputzspülkastens UP320 im Geberit Informationszentrum in Pfullendorf (DE) aus. Bereits 75 000 Spülungen wurden so auf www.geberit.de ausgelöst.

FÄHN

IG

Arbeit und Beruf haben im modernen Leben einen herausragenden Stellenwert. In der nachhaltigen Unternehmenskultur von Geberit sollen die Menschen ihre Fähigkeiten entfalten und ihre Persönlichkeit entwickeln können. Wir tragen Sorge zu aufkeimenden Talenten und fördern sie individuell – auf allen Stufen und in jeder beruflichen Phase.

KKEI

TENN

Arbeiten bei Geberit: Identität schafft Begeisterung

- Greifbare Werte dank «Living Geberit» und Verhaltenskodex
- Vorausschauender Umgang sowohl mit Altersstruktur als auch mit jungen Talenten
- Programme zur Förderung der beruflichen und persönlichen Entwicklung

Die Mitarbeitenden sind die wichtigsten Botschafter von Geberit. Sie prägen das Bild und vertreten Geberit im tagtäglichen Kontakt mit Kunden und vielen anderen Akteuren. Diese Aufgabe können nur Mitarbeitende wahrnehmen, denen bewusst ist, wofür das Unternehmen steht und was es will. Im Projekt «Living Geberit» (siehe auch Seite 26) diskutierten in den Jahren 2007 und 2008 rund 3000 Mitarbeitende weltweit in zahlreichen Workshops die zentralen Unternehmens- und Markenwerte.

Klarheit dank Verhaltenskodex

Zu klaren Richtlinien für den Umgang sowohl miteinander als auch mit Kunden und Partnern trägt der Geberit Verhaltenskodex wesentlich bei. Dieser ist im Jahr 2007 in 14 verschiedenen Sprachen erschienen. Er benennt klar, wie sich Mitarbeitende verhalten sollen und wie Geberit die Verantwortung als Arbeitgeber wahrnimmt. Das betrifft auch sensible Themen wie Diskriminierung, Mobbing oder Interessenskonflikte, für die vor Ort benannte Ansprechpartner vertraulich zur Verfügung stehen. Damit die Inhalte des Kodex verstanden und im Berufsalltag gelebt werden können, wurden im Jahr 2008 vier animierte Kurzfilme zu Grauzonen bezüglich sexueller Belästigung, Mobbing, Bestechung und IT-Missbrauchs erstellt. Die Filme kommen ohne Worte aus und konnten daher problemlos allen Mit-

arbeitenden weltweit in Schulungen und Teamsitzungen gezeigt und gemeinsam mit den Vorgesetzten diskutiert werden.

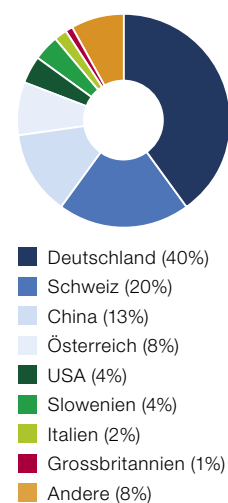
Gute Arbeitsbedingungen weltweit

Geberit Mitarbeitende arbeiten in allen Teilen der Welt. Ende 2009 waren 5608 Mitarbeitende in 67 Ländern für Geberit tätig. Die Fluktuationsrate lag bei 10,4% im Jahr 2009. Die Frauenquote betrug per Ende 2009 28%, im oberen Management 5%. Löhne und Sozialleistungen betragen im Jahr 2009 zusammen CHF 446,2 Mio. Chancengleichheit und gleichberechtigte Entlohnung von Frauen und Männern sind dabei selbstverständlich. Die gesamte Belegschaft kann ausserdem zu attraktiven Konditionen an Aktienbeteiligungsprogrammen teilnehmen.

Beratung und Gesundheitsvorsorge breit abgestützt

Geberit setzt sich für das Wohlergehen der Mitarbeitenden ein. Beispiele sind ein Angebot in Rapperswil-Jona (CH) zur Beratung bei Problemen, die von Belastungen in Beruf, Partnerschaft und Familie bis hin zu Schuldenfragen reichen können, oder die in den USA eingerichtete Telefonberatung zur vertraulichen Besprechung von beruflichen Anliegen. Im Weiteren gehören nebst zahlreichen Projekten in der Gesundheitsvorsorge Reintegrationsgespräche dazu, welche die möglichst schnelle Rück-

Mitarbeitende 2009 nach Ländern



kehr bei längerer Krankheit zum Ziel haben. Linienvorgesetzte und Führungskräfte werden in dieser Hinsicht speziell geschult. Zusammen mit den Anstrengungen aller Werke für sichere Arbeitsbedingungen in der Produktion und Entwicklung tragen solche Aktionen zur niedrigen Ausfallquote bei: 2009 betrug sie gerade einmal 2,8%, davon 2,7% krankheitsbedingt. Die restlichen 0,1% sind auf Arbeitsunfälle zurückzuführen.

Veränderten Altersstrukturen gerecht werden

Längeres Erwerbsleben, spätere Pensionierung und geburtenschwache Jahrgänge – Änderungen der Altersstruktur treffen Geberit an den internationalen Standorten unterschiedlich. So ist zum Beispiel in Ländern wie China die Belegschaft heute sehr jung, in Ländern wie Deutschland zeigt sich dagegen bereits eine klare Spitze in den mittleren Altersgruppen.

Mehr noch als heute wird Geberit in Zukunft in einem Wettbewerb um die besten Bewerber stehen. Um fähige Mitarbeitende langfristig zu halten und potenzielle Nachwuchskräfte anzuziehen, hat Geberit ein Paket von Ideen entwickelt, mit dem die demografische Entwicklung erfolgreich gemeistert wird. In Zukunft wird beispielsweise der Weiterbildungsbedarf

für über 40-jährige Mitarbeitende systematisch evaluiert, individuelle Arbeitszeitmodelle werden angestrebt.

Auch Teilzeitarbeit zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie wird vermehrt angeboten. Gefördert werden zudem flexible Pensionslösungen. Jürgen Hahn, Koordinator Europaforum bei Geberit Mapress in Deutschland, meint dazu: «Wir wollen, dass Mitarbeitende – je nach ihren persönlichen Bedürfnissen und Plänen – entweder freiwillig über das Rentenalter hinweg arbeiten können oder aber sozialverträglich in eine frühzeitige Voll- oder Teilpensionierung gehen.»

Aus- und Weiterbildung zentral

Für Geberit ist Aus- und Weiterbildung ein zentrales Thema. Das betrifft nicht nur die 211 Auszubildenden, die bei Geberit am Ende der Berichtsperiode beschäftigt waren. Im Jahr 2009 besuchten alle Mitarbeitenden im Schnitt rund 19 Stunden interne und externe Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen. Nicht immer geht es allerdings nur um fachliche Aspekte. Die Auszubildenden können sich zum Beispiel in das soziale Engagement von Geberit einbringen und dabei auch ihre Sozialkompetenz stärken (siehe Hilfsprojekt Ecuador, Seite 46).



Wertvoller Beitrag auch nach der Pensionierung

Albert Gübeli war bei Geberit bekannt als «Tüftler» mit spezieller CAD-Designer-Entwicklungs-Software. Er hat noch fünf Jahre nach seinem formalen Austritt das Geberit Produktmanagement aktiv unterstützt und bei der Ausarbeitung und Realisierung von Produktideen geholfen.

«Potentials Management» sichert Führungsqualität

Um die hohe Qualität der Führungsmannschaft sicherzustellen und für mindestens 50% der offenen Führungspositionen interne Kandidaten zu finden, setzt Geberit auf seinen «Potentials Management»-Prozess. Eine Voraussetzung zur Teilnahme ist, dass im jährlich geführten Mitarbeitergespräch das Potenzial für einen Karriereschritt innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre ausgemacht wurde. Dies kann sowohl ein Schritt ins obere Management, ins mittlere Kader oder in eine erste Führungs-, Projektleiter- oder Spezialistenfunktion sein.

Nach Aufnahme in eines der verschiedenen Programme erfolgt eine individuelle Leistungsvereinbarung mit persönlichen Zielen, Entwicklungsmassnahmen und nächsten Schritten. Individuelle Entwicklungsmassnahmen werden dabei nach Bedarf kombiniert mit kollektiven Modulen, zum Beispiel aus dem Bereich Kommunikation und Konfliktmanagement oder in Form von Networking-Gelegenheiten und Firmenbesichtigungen bis hin zu Kamingesprächen mit der Konzernleitung.

Wissen über die Standorte hinweg austauschen

Wesentlich für die Weiterentwicklung der Mitarbeitenden und für den Wissensaustausch über die Standorte

hinweg ist auch das Angebot «Job Flash», das durch den Kurzeinsatz in einem anderen Arbeitsbereich das gegenseitige Verständnis fördert und neue Einblicke erlaubt. Kornél Stribli hat als einer von vielen diese Chance ergriffen. Der Produktmanager für Mapress Rohrleitungssysteme bei Geberit Ungarn kam für zwei Wochen zum Competence Center Industry nach Deutschland. Dort konnte er nicht nur die Herangehensweise an Industrieprojekte besser kennenlernen, sondern auch Kontakte mit deutschen Unternehmen knüpfen, die in Ungarn investieren wollen.

Die «Expats» – wichtige Mitglieder der Geberit Familie

Neben Mitarbeitenden, die für kurzfristige Einsätze ins Ausland gehen, gibt es bei Geberit auch einige, die sich für das Unternehmen als «Expats» für längere Zeit ausserhalb ihres Heimatlands aufhalten. Sie unterstützen die Gastgebergesellschaften mit fachlichem oder Führungs-Know-how, tragen zum Auf- und Ausbau eines Netzwerks zur entscheidenden Gesellschaft bei und können sich dabei persönlich, fachlich und im Hinblick auf Managementenerfahrung in einem neuen Geschäfts- und Kulturumfeld weiterentwickeln. Für das strategische Ziel der Internationalisierung von Geberit spielen diese Menschen eine entscheidende Rolle.



Eine Woche in den Bündner Bergen

Gemeinsame Forstarbeit am Steilhang, räumen und pflanzen, zusammen auch einmal an den Rand der Leistungsfähigkeit gehen. So haben es 31 Lernende vom Geberit Standort Rapperswil-Jona (CH) im Jahr 2007 erlebt und waren trotz der harten Arbeit begeistert. Alle zwei Jahre verbringt eine Gruppe von Lernenden in ihren Ferien so eine ganz besondere Woche miteinander. Freiwillig, weit entfernt vom Alltag und hinterher um viele Erfahrungen reicher. Im Bergwald leisteten die Lernenden nicht nur einen Beitrag zur Pflege der Umwelt, die gemeinsame Anstrengung hat sie auch zusammengeschweisst. Die Teilnehmer kommen aus dem kaufmännischen und dem technischen Bereich. Der Leiter des Geberit Ausbildungszentrums, Peter Gasner, berichtet: «Bei der Zusammenarbeit im Wald entsteht eine intensive Beziehung, und schon nach dieser einen Woche gehen alle sehr viel bewusster miteinander um.»

Was die Mitarbeitenden bewegt – Living Geberit

- Unternehmenskultur und Werte pflegen
- 50 Workshops weltweit, 3000 Geberit Mitarbeitende
- Identifikation erlebbar machen



Auch wenn alles gut läuft oder gerade weil alles gut funktioniert, stellt sich gerne einmal etwas zu viel Routine ein. Ein global aufgestelltes Unternehmen wie Geberit tut deshalb gut daran, sich immer wieder selbst zu begeistern. Wie das geht, hat die Initiative «Living Geberit» gezeigt.

Wenn Tausende Mitarbeitende täglich in vielen Ländern der Welt zusammen neue Produkte entwerfen und herstellen, Projekte abwickeln, Strategien entwickeln, mit Kunden und Lieferanten sprechen, verkaufen, schulen und verwalten, dann ist es für den Einzelnen oft nicht einfach, das Grosse und Ganze im Blick zu behalten. «Es ist enorm wichtig, unsere Unternehmenskultur und unsere Werte zu pflegen», sagt Christian Ernst, einer von 70 Botschaftern des Projekts in den Jahren 2007 und 2008. «So sind die Mitarbeitenden ganz anders bei der Sache, und genau das ist der Grund, warum wir manches besser machen als die Mitbewerber.»

«Living Geberit», das war für rund 3000 Geberit Mitarbeitende in 50 Workshops weltweit ein Erleben der Marke und der Werte von Geberit. Es entstanden viele kleine und grosse Ideen, viele persönliche Kontakte. Für alle Teilnehmer, die noch nicht so lange im Unternehmen waren, war es der beste Weg, um zu begreifen, wofür Geberit steht.

«In den Workshops ging es manchmal hart und sehr direkt zur Sache. Entsprechend diese beispielhaften Fragen: Wie kann die Zusammenarbeit besser funktionieren, untereinander, mit den Kunden oder zwischen den Niederlassungen; wo hat das nicht nur mit Managementmethoden zu tun, sondern mit Unternehmenswerten.» Das seien wichtige Fragen, berichtet Christian Ernst, der unter anderem den Workshop in Barcelona leitete.

Die Erkenntnisse aus den Workshops flossen einerseits auf lokaler Ebene in den Arbeitsalltag ein. Und andererseits wurde es vielen Mitarbeitenden wieder bewusst, worum es Geberit und bei Geberit geht. In Bezug auf die Marke, das grundlegende Konzept Know-How Installed, aber auch auf die zentralen Werte des zwischenmenschlichen und kollegialen Umgangs im Alltag. Und sie haben neuen Schwung und Begeisterung für die gemeinsame Sache gebracht und gezeigt, was ein erfolgreiches Unternehmen wie Geberit antreibt: überzeugte Mitarbeitende, die sich mit ihrem Unternehmen identifizieren.

Wie sind Sie ins Emirat Dubai gekommen?

Fremde Kulturen und Länder haben mich schon immer interessiert, und ich war bisher auch beruflich oft unterwegs. Ein Land nicht nur als Feriendestination, sondern als Lebens- und Arbeitsort kennenzulernen, das hat mich gereizt. Dass ich aber gerade in Dubai gelandet bin, ist eher Zufall, denn ich war offen für viele Länder. Nachdem ich das Büro und die Mitarbeitenden in Dubai kennen gelernt hatte, habe ich schnell zugesagt. Ich habe sofort gespürt, dass die Geberit Kultur auch im Dubai-Office gelebt wird: flache Hierarchien, offene Türen und ehrliche Gespräche.

War die Vorbereitung auf Kultur und Sprache der arabischen Halbinsel schwierig?

Das Land und die Stadt sind ausgesprochen international, das macht es sehr interessant. Hier leben und arbeiten Menschen aus aller Welt, so dass man mit Englisch problemlos zurechtkommt. Das funktioniert sogar im Supermarkt an der Kasse. Sprachliche Hindernisse spürt man nicht.

Wie sieht Ihre tägliche Arbeit aus?

Zum Büro in Dubai gehören 15 Mitarbeitende – Südafrikaner, Deutsche, Schweizer, Inder und Libanesen. Ich bin im Juni 2008 dazugekommen und zuständig für den Vertrieb in den Vereinigten Arabischen Emiraten. Meine Kollegen betreuen die Nachbarländer Saudi-Arabien, Kuwait, Oman, Jemen, Katar und Bahrain. Unsere Projekte sind oft grösser als diejenigen in Mitteleuropa. Das bedeutet vor allem hohe Stückzahlen: Ein Auftrag für zwei Hotels beinhaltet zum Beispiel 2000 Spülkasten. Geschäftsentscheidungen kommen eher langsam zustande, und vieles bleibt lange im Fluss. Wenn jedoch ein Beschluss gefasst wurde, dann geht es enorm schnell. Auf den Baustellen wird zum Teil im 24-Stunden-Betrieb gearbeitet.

Das Leben in Dubai unterscheidet sich doch sicher auch sehr ...

... von dem in der Schweiz? Grundsätzlich ist das Leben angenehm und unkompliziert. Der Arbeitstag beginnt später als in der Schweiz: Gegen 8.30 bis 9 Uhr beginnen die meisten Leute zu arbeiten. Der ursprüngliche arabische Mittag dauert



Marc Attenhofer ist gebürtiger Schweizer und lebt und arbeitet zurzeit als Technischer Berater bei Geberit International Sales AG in Dubai. Sein Aufenthalt ist befristet bis 2012.

von 13 bis 16 Uhr, danach wird bis 21 Uhr gearbeitet. Ähnlich wie bei der spanischen Siesta, verändert sich die arabische Mittagspause aber allmählich zu einer globalisierten Mittagspause von 13 bis 14 Uhr.

Wie haben Sie die Zeit in Dubai bisher erlebt?

Als ich in Dubai ankam, herrschte Boomzeit. Es hatte mehr Leute und mehr Verkehr. Mit der Weltwirtschaftskrise wurde jedoch das Wachstum dramatisch gebremst, und plötzlich mussten wir uns komplett neu orientieren und uns mit Fragen beschäftigen wie zum Beispiel: Wer von den Kontaktpersonen bei unseren Partnern ist noch da? Wer kann noch liefern? Wo ist noch Potenzial vorhanden? Wir haben eine bewegte Zeit hinter uns, und die Zahlen sind nicht so, wie ursprünglich erhofft. Aber ich bin der Meinung, dass die Krise unser Team zusammenschweisst hat.

VOR

RE

IT

ER

Den weltweiten Trend zu nachhaltigem Bauen will Geberit aktiv mitgestalten. In der Entwicklung von wassersparenden, geräuscharmen, flexiblen und dauerhaften Sanitäreösungen sind wir unbestrittene Vorreiter. Damit wir es auch in Zukunft bleiben, betreiben wir eigene Grundlagenforschung und setzen Erkenntnisse rasch in neue Produkte um.

Nachhaltige Produkte setzen Maßstäbe

- Hoher Stellenwert von Forschung und Entwicklung
- Führend beim Wasser- und Energiesparen sowie beim Schallschutz
- Geberit AquaClean – die neue WC-Generation

Als zukunftsorientiertes Unternehmen betreibt Geberit seit Jahrzehnten angewandte Forschung und Entwicklung auf höchstem Niveau. Neben hoher Qualität, Langlebigkeit und einfacher Montage sind die neuen Produkte auf einen sparsamen Umgang mit Wasser und Energie sowie einen vorbildlichen Schallschutz ausgerichtet. Damit entstehen intelligente Lösungen für den weltweiten Wachstumsmarkt für nachhaltiges Bauen.

Innovationskultur als entscheidender Faktor

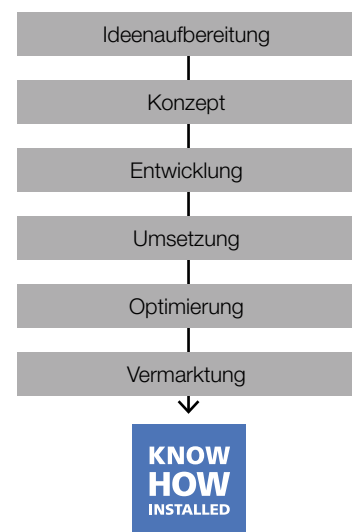
Kreativität kann man nicht erzwingen, aber man kann sie begünstigen. Geberit hat den Innovationsprozess Entwicklung (IPE) geschaffen und weiterentwickelt, um die Kreativität der Mitarbeitenden zu fördern und die Ideen zu erfolgreichen Innovationen werden zu lassen. Der IPE steht im Mittelpunkt aller Geschäftsprozesse. Der Prozess hat ein klares Ziel: den Kunden mit dem Bestmöglichen auszustatten. Das bedeutet: die Endkunden mit umweltfreundlichen, hochwertigen und ästhetischen Produkten; die Installateure mit montage- und wartungsfreundlichen Systemen; die Architekten und Planer mit durchdachten Systemlösungen nach neuesten Standards. Daran arbeitet Geberit in allen Bereichen – in der Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von Sanitär- und Rohrleitungssystemen. Viele Impulse werden weltweit aus Kundengesprächen ge-

wonnen. Neue Bedürfnisse und Trends mit Potenzial werden aufgespürt, evaluiert und in den Entwicklungsprozess einbezogen.

Ecodesign umfassend integriert

Geberit sieht Ecodesign als Schlüssel zu umweltfreundlichen Produkten. Schon im Entwicklungsprozess werden möglichst umweltfreundliche Materialien und Funktionsprinzipien gewählt, Risiken werden minimiert, und eine hohe Ressourceneffizienz für den Produktionsprozess sowie das Produkt wird selbst angestrebt. Integraler Bestandteil der frühen Entwicklungsphase sind Ecodesign-Workshops, an denen unterschiedliche Disziplinenvertreter teilnehmen. Jedes neue Produkt soll hinsichtlich der Umweltaspekte besser sein als sein Vorgänger. Eigens erstellte Produktökobilanzen sind dabei wertvolle Entscheidungshilfen (Beispiel Geberit AquaClean, siehe Seite 30). Die Workshops beinhalten die systematische Produktanalyse über alle Lebensphasen, die Überprüfung gesetzlicher Anforderungen sowie die Analyse von Wettbewerbsprodukten. Die Ergebnisse des Ecodesign-Workshops werden systematisch dokumentiert. Darauf basierend werden Lösungsansätze entwickelt, die ins Pflichtenheft und in die produktbegleitenden Dokumente aufgenommen werden.

Der Innovationsprozess Entwicklung (IPE)



Die neue WC-Generation: Geberit AquaClean

- Wasser statt Papier: mehr Komfort, bessere Hygiene
- Positive Bilanz: mit einem normalen WC vergleichbare Ökobilanz
- Optimierter Stromverbrauch: moderne Steuerungstechnik zahlt sich aus

Das WC, das mit Wasser reinigt

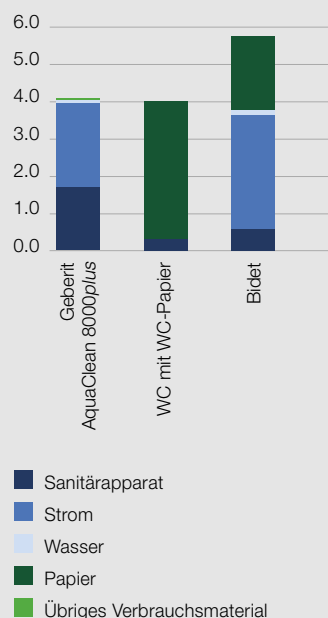
Geberit AquaClean ist ein besonderes WC. Wasser dient hier nicht nur zum Spülen, sondern auch zur persönlichen Hygiene nach dem Gang auf die Toilette. Ein warmer Wasserstrahl berührt den Körper und ermöglicht damit eine natürliche, schonende und wohltuende Körperpflege. Das Geberit AquaClean Sortiment wurde mit Bedacht flexibel entwickelt: vom Aufsatzmodell bis hin zur Komplettanlage, von einfacher bis hin zu luxuriöser Ausstattung. Die Aufsatzmodelle sind Lösungen für Kunden, die ein bestehendes WC nicht austauschen möchten. Sie sind dank einfacher Montage auch besonders für Mietwohnungen geeignet. Die Komplettanlagen verbinden Komfort mit einem sehr ansprechenden Design. Das Geberit AquaClean 8000*plus* ist dabei besonders komfortabel ausgelegt: Die Temperatur des Duschwassers und die Stärke des Duschstrahls sind regulierbar, zudem verfügt es über einen Wärmelüftföhn, eine Geruchsabsaugung und programmierbare Benutzerprofile. Die einfache Handhabung kann auch per Fernbedienung erfolgen.

Komfort und Umwelt passen zusammen

Es ist eine besondere Entwicklungsleistung von Geberit, dass die komfortablen Hygienefunktionen des Geberit AquaClean umweltfreundlich realisiert werden konnten. In Zusammenarbeit mit der Empa, der Eidgenössischen Materialprüfungs- und Forschungsanstalt (CH), wurde eine umfangreiche Ökobilanz des Geberit AquaClean 8000*plus* erarbeitet. Diese zeigt, dass beim herkömmlichen WC der Papierverbrauch die grösste Belastung ist. Bidets sind aufgrund des Papier- und Stromverbrauchs Spitzenreiter bei der Umweltbelastung. Beim Geberit AquaClean 8000*plus*, das fast ohne Papier auskommt, wird Strom für die Warmwasseraufbereitung sehr effizient eingesetzt. Im Normalbetrieb ist die Umweltbelastung daher vergleichbar mit dem herkömmlichen WC. Der Nutzer kann die Umweltbelastung des Geberit AquaClean weiter reduzieren, indem er die Wassertemperatur tiefer einstellt oder den Boiler auf «Benutzererkennung» umstellt. Weitere Details finden sich in der Produktökobilanz Geberit AquaClean 8000*plus* auf www.geberit.com

Umweltbelastung des Geberit AquaClean 8000*plus*

(Bewertung nach der niederländischen Ökobilanzmethode mit Eco-Indicator-Punkten, EIP99)



Das Geberit AquaClean 8000*plus* erzielt in der Ökobilanz gute Resultate.

Kann man ein Produkt wie Geberit AquaClean ökologisch nachhaltig gestalten?

Die Antwort lautet aus mehreren Gründen «ja»: Wir haben die ökologischen Aspekte schon bei der Konzeption des Produkts beachtet. Im Rahmen des Ecodesign-Workshops wurden alle Aspekte im gesamten Produktlebenszyklus detailliert durchleuchtet. Dabei haben wir die Produktionsprozesse, den Betrieb über mehrere Jahre und schliesslich die Entsorgung überprüft. Um eine hohe Umweltverträglichkeit zu erreichen, achten wir ausserdem auf die Auswahl der Materialien. Wir kennzeichnen alle Kunststoffe eindeutig, damit auch am Ende des Produktlebens – beim Rezykling – ökologisch sinnvoll gehandelt wird.

Wie ist das Ergebnis, was zeigt die Ökobilanz?

Das Geberit AquaClean 8000*plus* schneidet in Bezug auf die Umweltfreundlichkeit etwa gleich gut ab wie ein übliches WC. Wir haben dabei das Geberit AquaClean 8000*plus* einem herkömmlichen WC, inklusive Verwendung von WC-Papier sowie einem Bidet, gegenübergestellt. Dabei wurde die Nutzung durch eine Familie mit vier Personen während

eines Jahres angenommen. Die zeitlich längste und aus ökologischer Sicht entscheidende Phase im Produktlebenszyklus ist die Nutzung mit dem Verbrauch von Wasser, Strom, Papier und übrigem Verbrauchsmaterial. Sie belastet die Umwelt etwa doppelt so stark wie die Herstellung und Entsorgung des Sanitärapparats.

Wie konnte man die Umweltbelastung bei der Nutzung reduzieren?

Ein offensichtlicher Vorteil ist einerseits die deutlich sparsamere Verwendung von Toilettenpapier durch die Reinigung mit Wasser. Andererseits ist der Stromverbrauch für die Erwärmung des Wassers ausserhalb der Nutzungszeit, also im Stand-by, die grösste Umweltbelastung beim Geberit AquaClean. Mit intelligenter Steuerungstechnik und einer optimalen Einstellung, in der das Wasser nur auf Bedarf erwärmt wird, haben wir den Stromverbrauch markant reduzieren können. Im Stand-by-Modus sind es nur noch 2 statt der ursprünglichen 5 Watt.



Armin Gierer ist Head of Products Geberit AquaClean, Geberit International AG, Rapperswil-Jona (CH).

Wie sieht es mit der Zuverlässigkeit über eine lange Nutzungszeit aus?

Die Geberit AquaClean Produkte werden in der Entwicklung sehr sorgfältig geprüft. Wir simulieren ungewöhnlich hohe Belastungen und mehr als zehn Jahre Nutzungszeit. In der Klimakammer wird die Luftfeuchtigkeit erhöht und abgesenkt, um den Effekt von Schwitzwasser auf die elektronischen Bauteile zu testen. Alle Bauteile werden Temperaturschwankungen zwischen -20°C und $+70^{\circ}\text{C}$ ausgesetzt und dabei auf ihre Festigkeit überprüft. Roboter wiederholen Benutzungsabfolgen etwa 50 000 Mal. So erreichen wir eine hohe Zuverlässigkeit und damit auch eine sehr gute Ökobilanz.

Über das gesetzliche Minimum hinaus

Ein Beispiel für den Grundsatz, mehr als die gesetzlichen Anforderungen umzusetzen, stellt die bleifreie Armaturen-Produktlinie ECAST™ dar, mit der Geberit USA als Umweltpionier auftritt. Hintergrund ist die gesundheitsschädigende Wirkung von Blei, ein Thema, das in den USA intensiv diskutiert wird. Ab 2010 gilt in Kalifornien ein Gesetz, das eine Beschränkung des Bleigehalts in Armaturen auf maximal 0,25% durchsetzt. Zwar verwendet Geberit USA schon seit 1994 ein eigenes Messing mit nur minimalen Bleianteilen. Aber durch die Weiterentwicklung der Produktionswerkzeuge kann ein härteres Messing mit nochmals reduziertem Bleigehalt bearbeitet werden. Geberit USA hat mit ECAST™ eine Produktlinie lanciert, welche die Anforderungen schon ein Jahr bevor das Gesetz in Kraft tritt erfüllt.

Neuste Technologie im Einsatz

Die Entwicklung der Produkte beruht auf der Kombination von Kernkompetenzen, professionellem Projektmanagement, interdisziplinären Teams und modernsten Labor- und Testeinrichtungen. Dabei werden zunehmend Technologien eingesetzt, die die Entwicklungszeiten und -kosten für neue Produkte erheblich reduzieren. So ist die schnelle Verfügbarkeit von Modellen und Musterteilen besonders wichtig. Dies geschieht

auf Basis von computergestützten Konstruktionen (CAD). Anschliessend können mit dem «Rapid Prototyping» genannten Verfahren Prototypen in wenigen Stunden generiert und so innerhalb kurzer Zeit verschiedene Varianten getestet und optimiert werden. Auf diese Weise konnten zum Beispiel der Designentscheid und die Wahl des Fertigungsverfahrens für die neue Generation von Betätigungsplatten um mehrere Wochen früher getroffen werden.

Wassersparen mit grosser Hebelwirkung

Der sparsame Umgang mit Wasser ist ein Thema, das insbesondere in Australien und in den asiatischen Märkten wie China und Singapur an Bedeutung zunimmt. Wassersparende und bewährte Geberit Produkte tragen täglich zur Problemlösung bei. Neben der Weiterentwicklung der etablierten wassersparenden 2-Mengen- und Spül-Stopp-Funktionen arbeitet die Entwicklung kontinuierlich daran, das wassersparende Sortiment zu ergänzen. Das im Jahr 2009 neu lancierte Spülventilsortiment Impuls260 ist ein komplettes und flexibles System, das für einen weltweiten Einsatz in den meisten Keramikspülkästen entwickelt wurde. Die Spülmenge kann variabel eingestellt und so reduziert werden. Damit werden die Möglichkeiten, Wasser zu sparen, nochmals erhöht.



Ein Prototyp entsteht über Nacht

Dank «Rapid Prototyping» verkürzt sich die Entwicklungszeit neuer Produkte.

Hohe Zuverlässigkeit und Hygiene bei Urinalsortiment

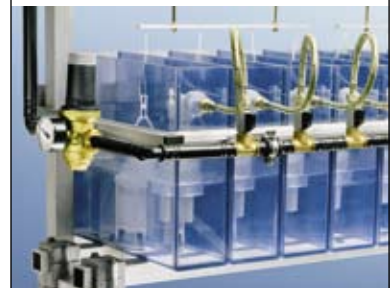
Minimaler Wasserverbrauch und optimale Hygiene stehen beim im Jahr 2009 komplett erneuerten Urinalsortiment im Vordergrund. Hygiene dank berührungsloser Spülauslösung ist einer der wichtigsten Aspekte bei Urinalen im öffentlichen Bereich. Die weiter entwickelten Infrarotsteuerungen sind auch in stark frequentierten Sanitäranlagen zuverlässig. Dies ist nicht selbstverständlich, denn Elektronik in der Sanitärtechnik erfordert wegen des nassen Umfelds viel technisches Geschick. Dabei werden die Methoden der Sensorerkennung immer ausgeklügelter. Wahlweise kommt neu eine verdeckte Urinalsteuerung zum Einsatz, die durch einen Sensor im Siphon ausgelöst wird und die Bedürfnisse nach optimalem Design und geringerem Vandalismusrisiko abdeckt. Die neuen Urinalventile sind besonders verschmutzungsresistent und im Geberit Sanitärlabor in vielen Stunden Tests auf hohe Funktionssicherheit und daher lange Wartungsintervalle getrimmt worden. Verschiedene Spülprogramme optimieren die Spülmenge, so dass Wasser gespart und die Hygiene gewährleistet wird. Die hohe Leistungsfähigkeit wird ergänzt durch schönes Design: Die neuen Abdeck- und Betätigungsplatten für Urinale sind mit den WC-Betätigungsplatten abgestimmt und lassen eine ästhetische und individuelle Gestaltung zu.

Die leise Revolution in der Entwässerung

Im europaweit einzigartigen bau-physikalischen Geberit Labor werden ganze Installationssysteme auf ihre akustischen und statischen Eigenschaften geprüft. So kann unter anderem eine Schallübertragung von Trinkwasser- und Abwasserleitungen in einem mehrstöckigen Wohnhaus simuliert werden. Dies und der Einsatz hochwertiger Materialien sind wesentliche Grundlagen für die Entwicklung des im Jahr 2009 neu lancierten Abwasserstecksystems Silent-PP. Robuste Dreischichtrohre und eine hydraulisch verbesserte Geometrie der Formstücke verringern den Geräuschpegel des Wasserabflusses deutlich und tragen damit zum Wohlbefinden der Hausbenutzer bei.

Wirksamer Brandschutz

Im Jahr 2009 hat Geberit einen zuverlässigen Brandschutz für Entwässerungssysteme auf den Markt gebracht. Die neue Brandschutzmanschette Rohrschott90 Plus verhindert im Falle eines Gebäudebrands die Ausbreitung des Feuers über die Abwasserleitungen. Durch die Hitze eines Brands dehnt sich das Material der Brandschutzmanschette aus, und das Rohr wird zusammengedrückt. So kann sich der Brand nicht in weitere Räume und Stockwerke ausbreiten. Die Installation von Rohrschott90 Plus ist schnell und daher besonders wirtschaftlich.



Leistungsfähiges Sanitärlabor

Im Geberit Sanitärlabor werden vor allem neu entwickelte Produkte geprüft. Für die Tests werden jährlich rund 200 000 m³ Wasser benötigt. Nur rund 5% oder 10 000 m³ davon sind Frischwasser. Die restlichen 95% werden im geschlossenen Kreislaufsystem eingesetzt.

OR

Der ständigen Verbesserung der Produktion widmen wir uns mit grösster Sorgfalt. Geberit investiert laufend in die Fertigungsprozesse, um noch mehr Energie zu sparen und die Emissionen weiter zu senken. Durch fein orchestrierte Abläufe erreichen wir eine starke Hebelwirkung.

CHIES

TRI

ERT

Produktion mit hoher Ressourceneffizienz

- Ökoeffizienz seit 2006 um durchschnittlich 6% pro Jahr verbessert
- Relative Treibhausgasemissionen seit 2006 um 15% verringert
- Wasserverbrauch seit 2006 um 44% reduziert

Eine umweltfreundliche, ressourceneffiziente, sichere und wirtschaftliche Produktion hat für Geberit seit langem eine hohe Priorität. Umweltkriterien sind in allen Entscheidungsprozessen berücksichtigt. Zudem werden die Prozesse laufend so optimiert, dass ein nachweislich hoher Standard erreicht ist, der häufig weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausgeht.

Umweltmanagement weltweit etabliert

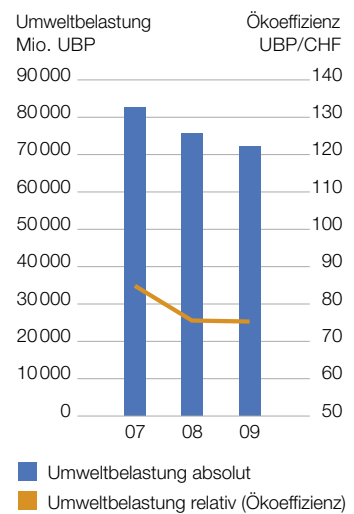
Seit 1992 lebt ein Netzwerk von Umweltverantwortlichen in den Produktionswerken aktiven Umweltschutz. Der zentrale Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit, der direkt dem CEO unterstellt ist, spielt dabei eine wichtige Rolle und trägt zur Sensibilisierung der Entscheidungsträger bei. Im Kern steht ein systematisches und gruppenweites Umweltmanagement: Seit Anfang 2007 verfügt Geberit über ein kombiniertes Gruppensertifikat Qualität und Umwelt nach ISO 9001 und ISO 14001, und mittlerweile sind alle Produktionsstandorte inklusive der Standorte in China und den USA einheitlich zertifiziert. Bei der Weiterentwicklung des hohen Umwelt- und Sicherheitsstandards stehen zwei Massnahmen im Mittelpunkt: Geberit erstellt jährlich

eine umfangreiche Betriebsökobilanz, die alle 15 Produktionsstandorte und die wichtigen Vertriebsgesellschaften einbezieht und deren wichtigste Ergebnisse im GRI-Bericht dargestellt sind. Zudem findet jährlich ein globales Treffen der Umwelt- und Sicherheitsbeauftragten statt, an welchem Erfahrungen ausgetauscht und gemeinsam neue Ziele definiert werden.

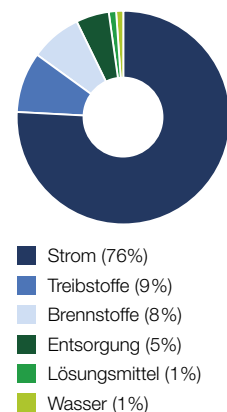
Ökologischer Fussabdruck gezielt reduziert

Die Umwelleistung der Produktion wird am besten durch die Berechnung der gesamthaften Umweltbelastung zum Ausdruck gebracht. Diese wird in einer umfassenden Bilanzierung in Umweltbelastungspunkten (UBP) nach der Schweizer Ökobilanzmethode der ökologischen Knappheit (Version 2006) berechnet. Seit 2006 ist die absolute Umweltbelastung um rund 17% gesunken. Da im gleichen Zeitraum die Wertschöpfung von Geberit zugenommen hat, verbesserte sich die als Ökoeffizienz bezeichnete Umweltbelastung pro Wertschöpfung in den letzten drei Jahren durchschnittlich jährlich um 6%. Damit wird das Ziel von 5% sogar übertroffen. Bei der Umweltbelastung durch die Produktionswerke dominiert der Energieverbrauch mit über 90% Anteil klar.

Umweltbelastung und Ökoeffizienz 2007–2009



Verteilung Umweltbelastung 2009



Was ist so speziell am Geberit Produktionsstandort in China?

Wir produzieren hier in China mehrheitlich für den asiatisch-pazifischen, aber auch für den europäischen Markt. Eines unserer Werke liegt auf einer Insel, rund 60 km vom Festland entfernt. Auf dieser Insel wurde kürzlich ein Windpark mit 48 Windrädern errichtet, der uns mit sauberer Elektrizität beliefert. Das Werk auf der Insel wird mit rund 60% Windkraft-Strom betrieben. Besonders fortschrittlich ist, dass wir ein nach ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem haben und nach OHSAS 18001 für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz zertifiziert sind.

Welche Bedeutung haben die Zertifizierungen in China?

Die Wirkung von solchen Standards hier in China ist viel grösser als in Europa, da es noch viel aufzuholen gibt. Die beiden Zertifizierungen sind neu für China und wichtige Zeichen sowohl für unsere Mitarbeitenden als auch für die Kunden. Von der Regierung kommen wichtige Impulse für einen besseren betrieblichen Umweltschutz, in erster Linie müssen jedoch die Menschen selbst sensibilisiert werden.

Wie schaffen Sie es, die Mitarbeitenden dafür zu interessieren?

Wir müssen vorleben, wie die Standards eingehalten werden können und was kontinuierliche Verbesserung bedeutet. Es kommt schon mal vor, dass ich gemeinsam mit den Vorgesetzten unsachgemäss entsorgte Abfälle korrekt trenne. Ich muss täglich Vorbild sein. Wir halten alle legalen Bestimmungen ein: Unsere Arbeitsplätze sind sauber, hell und sicher gestaltet. Wir haben eine 40-Stunden-Woche, eine klare Überzeitregelung und geben die Geberit Kultur an die Mitarbeitenden weiter. Mit grossem Erfolg: Wir haben im Büro eine durchschnittliche Fluktuation, die nicht grösser ist als diejenige am Geberit Hauptsitz in der Schweiz. Das Schöne an der Arbeit in China ist es zu sehen, dass grosse Veränderungen möglich sind und das Team zu gemeinsamen Schritten motiviert werden kann. Das braucht Basisarbeit, die mir sehr viel Spass macht.



Christian Steiger ist Head Operations Asia Pacific bei Geberit Plumbing Technology Shanghai in China. Er ist verantwortlich für die Produktion und Logistik in zwei Werken.

Welche weiteren Entwicklungen sind geplant?

Wir bauen in der Nähe des jetzigen Standorts in Schanghai einen neuen Hauptsitz, in dem ab Frühjahr 2010 unsere gesamte Produktion und Logistik vereint werden. Das Gebäude ist hochmodern und orientiert sich an den europäischen Standards für nachhaltiges Bauen bezüglich Isolation und Beschattung – keine Selbstverständlichkeit in China. Ausserdem werden wir durch neue Anlagen unseren Wasserverbrauch in der Produktion deutlich senken können. Dies sind Beispiele dafür, dass wir das Umweltmanagement als laufenden Prozess verstehen.

Umfassendes Stoff- und Materialmanagement

Die Umweltrisiken der Geberit Produktion sind aufgrund der Art der Produktionsprozesse generell eher gering. Zudem kann – dank dem Eco-design-Ansatz in der Entwicklung – der Anteil an umweltbelastendem Material klein gehalten werden. Dies zählt sich auch für das Abfallmanagement aus. Abfälle verursachen mit einem Anteil von 5% nach dem Energieverbrauch die zweitgrösste Umweltbelastung der Produktion. Dabei wurde im Jahr 2009 mit 83% ein hoher Anteil der insgesamt 11 045 Tonnen Abfall in externen Recyclingprozessen aufbereitet. Die eingeleiteten Massnahmen zielen vor allem auf die weitergehende Trennung der Abfälle und die Reduktion von Reststoffdeponie- und Sonderabfällen. Dies gelingt durch den Einsatz neuer Prozesse und Maschinen sowie durch die Einführung geschlossener Stoffkreisläufe. Ein gutes Beispiel stellt eine neue Schäumenanlage am Standort Weilheim (DE) dar, die im Herbst 2009 in Betrieb genommen wurde. Auf dieser Anlage wird Mineralschaum für Installationselemente der Sanbloc Produktlinie hergestellt. Dank dem neuen geschlossenen Kreislaufsystem werden jährlich rund 250 Tonnen Reinigungsabfälle vermieden. Zudem kann das Umfeld der Anlage auch ohne Absaugung praktisch staubfrei gehalten werden. Bemerkenswerte Erfolge erzielt Geberit auch bei der

Verwendung von Frischwasser in der Produktion: Der Verbrauch konnte durch Sparmassnahmen in den letzten drei Jahren um 44% reduziert werden.

Prozesse und Infrastruktur für die Arbeitssicherheit verbessert

Geberit strebt einen hohen Standard bei der Arbeitssicherheit in den Werken an und hat unter anderem ein umfassendes Gefahrstoffmanagement etabliert, um Mitarbeitende vor unnötigen Risiken zu schützen. Die einzelnen Werke setzen eigenverantwortlich Sicherheits- und Schutzmassnahmen um. So wollten die Standorte in China beim Thema Sicherheit und Gesundheitsschutz ein Zeichen setzen und haben 2008 das interne Managementsystem gemäss OHSAS 18001 zertifiziert. Bei baulichen Massnahmen und Verbesserungen der Infrastruktur werden die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden an allen Standorten besonders berücksichtigt. Ein Beispiel ist die Umstrukturierung der Produktionsräume am Standort Lichtenstein (DE). Lärmintensive Produktionsschritte wurden in der neugebauten Halle konzentriert, und ein spezieller schallschluckender Beton schützt die Mitarbeitenden weitgehend vor Lärm.

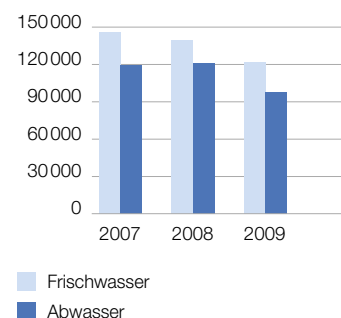
Materialverbrauch 2007–2009

(in Tonnen)	2007	2008	2009
Rohmaterial Kunststoff	55 691	52 139	50 870
Rohmaterial Metall	33 956	32 323	36 552
Sonstige Rohmaterialien	1 047	1 025	906
Halbfabrikate	28 245	27 796	24 563
Fertigprodukte	42 066	45 795	38 172
Materialverbrauch insgesamt	161 005	159 078	151 063

Abfall 2007–2009

(in Tonnen)	2007	2008	2009
Verbrennung	648	712	709
Sonderabfallverbrennung	133	113	108
Sonderabfallrecycling	1 650	1 891	1 662
Inertstoffdeponie	613	466	457
Reststoffdeponie	890	679	598
Externes Recycling	7 366	7 719	7 511
Abfall insgesamt	11 300	11 580	11 045

Frischwasser und Abwasser 2007–2009
(in m³)



Energieverbrauch und CO₂-Emissionen kontinuierlich senken

- Masterplan Energie für Umsetzung der CO₂-Strategie
- Bezug von 8 GWh Ökostrom
- Bereits 8% der Mitarbeitenden nutzen den persönlichen CO₂-Monitor

Der Verbrauch von Strom, Brennstoffen und Treibstoffen stellt die grösste Umweltbelastung durch die Produktion und den Vertrieb dar und verursachte 2009 rund 74 000 Tonnen CO₂-Emissionen. Im Rahmen der CO₂-Strategie hat Geberit den ersten Meilenstein erreicht: In den letzten drei Jahren wurden die relativen CO₂-Emissionen pro Wertschöpfung um 15% reduziert. Dies entspricht dem Zielwert. Für den Zeitraum 2010 bis 2012 soll eine weitere Reduzierung um 15% erreicht werden, so dass sich im Vergleich zu Anfang 2007 eine durchschnittliche Reduktion von 5% pro Jahr ergibt. Deshalb setzt Geberit auf einen dreistufigen Aktionsplan, der Energiesparen, Steigerung der Energieeffizienz und den Ausbau der erneuerbaren Energien umfasst.

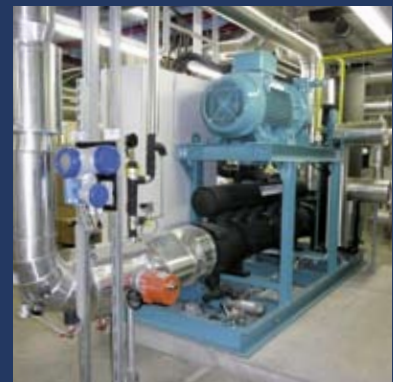
Energiesparen und Energieeffizienz zeigen Wirkung

Energie und vor allem Strom ist wesentlich, um durch Spritzguss-, Blas- und Extrusionsverfahren Kunststoffprodukte in geeigneter Form für Sanitär- und Rohrleitungssysteme herzustellen. Dabei werden die Produktionsanlagen und -verfahren ständig weiter optimiert. Ab dem Jahr 2006 wurde mit dem Masterplan Energie in acht Werken stufenweise ein systematisches Energiemanagement eingeführt. Wichtige Massnahmen umfassen die Steigerung der Effizienz der Produktionsanlagen, die Optimierung der Kühlanlagen durch Nutzung der

natürlichen Umgebungskälte (Free-cooling), die bessere Nutzung von Abwärme (Wärmerückgewinnung) sowie den sorgfältigen Einsatz von Druckluft. Nicht selten werden damit auch die Energiekosten stark reduziert, wie der Ersatz eines neuen Kühlsystems in Pottenbrunn (AT) zeigt: Durch eine Umstellung des Kältemittels R22 auf das umweltfreundlichere Ammoniak sowie dank hocheffizienter Technologie mit einer Wiederverwendung von Prozessenergie werden pro Jahr 945 MWh Energie, 200 Tonnen CO₂-Emissionen sowie gleichzeitig Energiekosten in Höhe von 55 000 Euro eingespart.

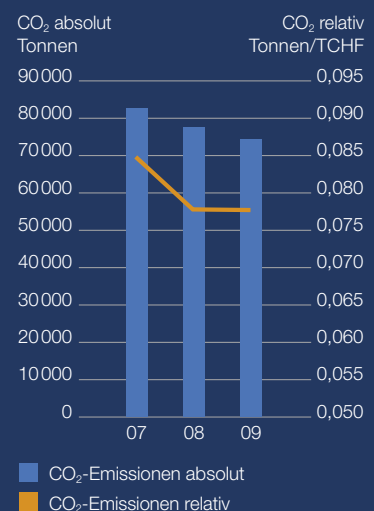
Die eigene Fahrzeugflotte wird durch eine konsequente Einkaufspolitik effizienter. Seit Anfang 2008 gelten verbindliche Vorgaben für den Einkauf von Neuwagen. Der effektive Verbrauch von Neuwagen soll alle drei Jahre um 10% gesenkt werden. Gleichzeitig werden emissionsmindernde Massnahmen umgesetzt: Mittlerweile haben 89% aller Geberit Dieselfahrzeuge einen Partikelfilter.

Durch die Summe der Massnahmen konnte in den letzten drei Jahren trotz gestiegener Wertschöpfung ein Rückgang von 6,6% beim gesamten Energieverbrauch erreicht werden.



Energieeffiziente Kälteanlage in Pottenbrunn (AT)

Absolute und relative CO₂-Emissionen 2007–2009



Energieverbrauch 2007–2009

	2007	2008	2009
Strom (GWh)	112,4	107,3	105,1
Heizöl Extra Leicht (t)	208	253	70
Erdgas (m ³)	4 025 564	4 153 668	4 462 378
Benzin (l)	341 014	292 192	253 911
Diesel (l)	1 356 100	1 378 670	1 515 537

Ausbau der Nutzung erneuerbarer Energie

Der Senkung des Energieverbrauchs sind auch Grenzen gesetzt. Selbst wenn alle Möglichkeiten zur Einsparung genutzt werden, wird ein gewisser Betrag an Energie immer zum Betrieb nötig sein. Eine weitere Verbesserung der Bilanz ergibt sich durch eine möglichst CO₂-optimierte Energieerzeugung. Um die CO₂-Emissionen weiter zu senken, hat sich Geberit zum Ziel gesetzt, alle drei Jahre den Anteil erneuerbarer Energien beim Strom um 5% zu steigern und 2015 einen Anteil von einem Drittel am Gesamtverbrauch zu erreichen. Seit 2008 bezieht der grösste Produktionsstandort, Pfullendorf (DE), 6 GWh zertifizierten Ökostrom pro Jahr von der Qualität «naturemade star» und «naturemade basic». Der Ökostrom ersetzt dort knapp 20% des konventionellen Stromverbrauchs. Damit wird eine CO₂-Reduktion von mehr als 3000 Tonnen pro Jahr erreicht. Bis 2012 sollen weitere 6 GWh erneuerbarer Strom hinzukommen. Ein Teil davon wurde schon 2009 erreicht: Der Standort Daishan in China wird seit dem Jahr 2009 mit rund 2 GWh Windenergie pro Jahr versorgt.

CO₂-Monitor:

Mitarbeitende leisten Beitrag

Die persönlichen CO₂-Emissionen der über 5600 Mitarbeitenden entsprechen in etwa den CO₂-Emissionen aller Produktionswerke und stellen einen wesentlichen Hebel dar. Im Jahr 2008 startete Geberit den CO₂-Monitor, ein freiwilliges Klimaprojekt für Mitarbeitende, die ihre CO₂-Emissionen auf einfache Art und Weise überwachen und reduzieren wollen. Als wesentliches Hilfsmittel steht dabei die Online-Plattform www.co2-monitor.ch zur Verfügung, auf der jeder Benutzer sein persönliches CO₂-Profil erfasst, Reduktionsziele bestimmt und anschliessend themenspezifische Spartipps erhält. Dazu gehören zum Beispiel Anregungen, wie Fahrgemeinschaften zu bilden, im Winter ein Grad weniger zu heizen, den Standby-Modus von Elektrogeräten abzuschalten oder einen wassersparenden Duschkopf einzusetzen. Einfache, aber wirkungsvolle Aktivitäten wie ein Autoreifencheck werden ebenfalls angeboten. Das Projekt wurde durch Roadshows an den fünf grössten Standorten lanciert und mit Hilfe interner Kommunikationsmittel vorgestellt. Nach einem Jahr Laufzeit nehmen bereits 8% der Geberit Mitarbeitenden der Hauptländer am Projekt teil.



CO₂ sparen in Dubai

«Ich lasse zum Beispiel meine elektrischen Geräte nie im Standby-Modus, sondern stelle sie ganz ab; ich nutze die Klimaanlage nur bis zu einer vernünftigen Temperatur – das sind hier in der Golfregion 28 Grad! Und selbstverständlich trenne ich meinen Abfall», sagt Sayied Afzal, Geberit Mitarbeiter in Dubai. Sayied Afzal gehört zu den Gewinnern des CO₂-Wettbewerbs. Aus acht Ländern wurden weltweit elf Personen mit dem kleinsten CO₂-Fussabdruck für ihr Engagement belohnt.



SO

FRG

FA

Gute Unternehmensführung reicht bei Geberit weit über die Grenzen des eigenen Geschäfts hinaus: Auch unsere Zulieferer werden umsichtig ausgewählt, intensiv betreut und regelmässig überprüft. Wir fordern und fördern sie, damit sie unsere Kultur der Nachhaltigkeit verstehen und teilen.

LT

Hohe Standards für Beschaffung und Logistik

- Verhaltenskodex von 77% der Top-200-Zulieferer unterschrieben
- Jährliche Analyse bei Zulieferern mit hohem Risiko
- Neues zentrales Logistikzentrum in Pfullendorf gebaut

Geberit setzt sich hohe Massstäbe für ein ethisches, umweltfreundliches und sozial verträgliches Wirtschaften. Dasselbe wird auch von Geschäftspartnern, Zulieferern und Transportfirmen erwartet, die einen wichtigen Beitrag in der Wertschöpfungskette leisten.

Westeuropa dominanter

Beschaffungsmarkt

Im Jahr 2009 hat Geberit Waren im Einkaufswert von rund 600 Millionen Schweizer Franken beschafft. Westeuropa ist dabei seit Jahren mit unverändert 90% der dominierende Beschaffungsmarkt. Im Zuge der Internationalisierung hat sich der Anteil Asiens seit 2006 fast verdoppelt und beträgt nun 5%. Obwohl Geberit insgesamt mit mehr als 1200 Lieferanten in Beziehung steht, decken 5% von ihnen bereits zwei Drittel des Einkaufswertes ab. Geberit verfolgt eine Beschaffungspolitik, bei der tiefe Kosten, Sicherheit und Unabhängigkeit im Vordergrund stehen.

Verbindlicher Verhaltenskodex, auch für Zulieferer

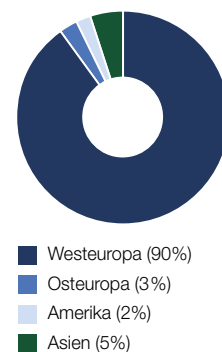
Die Zulieferer werden zu hohen Standards für Umweltschutz, sozial verträglichen Arbeitsbedingungen sowie fairen Geschäftspraktiken verpflichtet. Ende 2007 wurde erstmals ein Verhaltenskodex für Zulieferer eingeführt, der sich unter anderem an den Prinzipien von United Nations Global Compact orientiert. Bei bestehenden

und neuen Lieferanten wird der Verhaltenskodex persönlich vorgestellt. Sie müssen die Einhaltung mit Unterschrift bestätigt haben. Bis Ende 2009 haben 363 Zulieferer den Verhaltenskodex unterschrieben, darunter 77% der Top-200-Zulieferer. Dies entspricht 79% des gesamten Einkaufswertes. Bis Ende 2010 sollen 90% des Einkaufswertes von Zulieferern kommen, die diesen Schritt vollzogen haben.

Kontinuierliche Analyse und Audits senken Risiken

Geberit hat in den letzten Jahren das Risikomanagement kontinuierlich ausgebaut, wobei besonderes Augenmerk auf Umwelt- und Sozialrisiken gelegt wurde. Bevor ein Vertrag abgeschlossen wird, erfolgt für jeden neuen Zulieferer eine mehrstufige Risikoanalyse und -prüfung. Bestehende Zulieferer werden nach Produktionsland und Bearbeitungsprozess der Materialien analysiert. Zulieferer in der Kategorie der höchsten Risikoklasse werden jährlich in eine gruppenweite Auditplanung aufgenommen. Die Audits werden von der zentralen Beschaffungsorganisation koordiniert und in Absprache mit den Abteilungen Umwelt/Nachhaltigkeit und Qualitätsmanagement realisiert.

Einkaufswert 2009 nach Regionen



Transco ist Logistik-Partner von Geberit. Was heisst das genau?

Wir arbeiten seit rund 20 Jahren mit Geberit zusammen und führen den Werksverkehr durch. Ausserdem bedienen wir den Markt Italien bei der Beschaffung und der Distribution. Wir stellen die Waren aus den verschiedenen Produktionsstandorten zusammen und verfrachten sie an den jeweiligen Empfänger. Im Laufe der langjährigen Zusammenarbeit haben wir uns auf die Geberit Produkte spezialisiert und unsere Prozesse kontinuierlich angepasst. Wir stellen beispielsweise unsere Fahrzeuge direkt an den Geberit Produktionsstandorten zur Verfügung. Dies macht uns äusserst flexibel. Ausserdem liegen unsere Logistikzentren ideal zwischen den einzelnen Geberit Standorten.

Transporte über weite Wege sind immer umweltkritisch. Wie hält Transco die Belastung niedrig?

Wir haben unsere Logistikketten auf die Kombination von Strasse und Bahn ausgerichtet, denn die Bahn belastet die Umwelt wesentlich weniger als der Strassentransport. Unsere gesamte Flotte ist bahntauglich, alle Ladegefässe passen auf Bahnwagen. Wir befördern die Güter im Nord-Süd-/Süd-Nord-

Transit zu 95% mit der Bahn. Im Vorlauf werden die Waren mit dem LKW beim Werk abgeholt. Der Hauptlauf geht per Bahn über den Gotthard nach Chiasso und Mailand. Die Feinverteilung wird dann wieder mit LKWs gemacht.

Haben Sie noch weitere Verbesserungen der Umweltbilanz geplant?

Wir haben schon früh begonnen, unsere Flotte umzustellen. Noch im Jahr 2010 werden wir nur noch Fahrzeuge haben, die die strengste Abgasnorm Euro 5 erfüllen. Das lohnt sich aus wirtschaftlicher und ökologischer Sicht: Der CO₂-Ausstoss ist viel tiefer, der Treibstoffverbrauch der neuen Euro-5-LKWs liegt auf 100 km durchschnittlich rund zwei Liter unter demjenigen der alten Fahrzeuge. Zudem haben wir die Fern-LKWs mit Stand-Klimaanlagen ausgerüstet. Bisher musste immer der Motor laufen, damit die Klimaanlage funktionierte. Durch diesen Technologiewechsel sparen wir 1,5 Liter Diesel pro Stunde. Im Weiteren haben wir dieses Jahr zum ersten Mal einen Nachhaltigkeitsbericht erstellt, in dem unsere Umweltkennzahlen an die Kennzahlen von Geberit angeglichen worden sind. So können wir die



Christian Bücheler ist geschäftsführender Gesellschafter der Transco Süd Internationale Transporte GmbH in Konstanz (DE). Transco ist ein wichtiger Logistikpartner von Geberit.

wichtigsten Zahlen direkt miteinander teilen und gemeinsam weitere Umweltziele vereinbaren.

Wie profitiert Geberit von Ihrem Umweltengagement?

Zwischen Geberit und uns besteht Übereinstimmung, dass wir die Bahn in die ganze Transportkette einbeziehen. Geberit als unser grösster Kunde profitiert unmittelbar von dem kombinierten Transport. Im Verkehr von und nach Italien kann die Umweltbelastung gegenüber dem reinen Strassentransport um 80% reduziert werden. Das entspricht einer Einsparung von 2 Millionen Liter Diesel pro Jahr. Ausserdem wird durch den Einsatz der Bahn das Risiko von Unfällen und Verspätungen deutlich minimiert. Die Bahn verbessert also nicht nur die Umweltbilanz, sie hat auch andere handfeste Vorteile.

«Grüne Logistik» immer wichtiger

Die weltweite Verteilung der Geberit Produkte ist ein wichtiger Teil der Serviceleistung für die Kunden. Es entspricht einem globalen Trend, dass neben Wirtschaftlichkeit und Pünktlichkeit immer mehr auch die Umweltbelastung durch Transportleistungen zum Entscheidungskriterium wird. Geberit hat keine eigene Transportflotte und beauftragt Fremdunternehmen mit Logistikleistungen. In Europa sind es knapp zehn Unternehmen, die den Transport der Geberit Produkte gewährleisten. Lastkraftwagen übernehmen dabei eine wesentliche Transportfunktion. Wann immer möglich, verlagert Geberit die Transporte auf die Schiene.

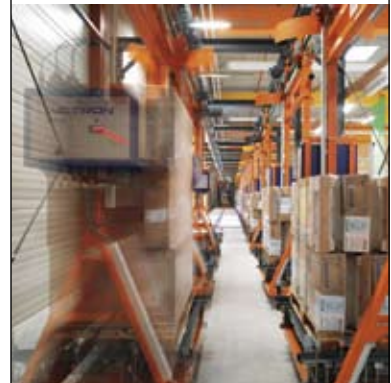
Neues Logistikzentrum in Pfullendorf (DE)

Schon vor 2007 wurden rund 50% der Auslieferungen an Kunden über das Logistikzentrum in Pfullendorf in Deutschland erbracht. Um der wachsenden Nachfrage gerecht zu werden und die Logistikprozesse effizienter zu gestalten, wurde in den letzten Jahren in Pfullendorf ein neues Logistikzentrum als zentrale Drehscheibe für Mitteleuropa gebaut. Das Zentrum nimmt im Frühjahr 2010 den Betrieb auf. Zukünftig sollen über 70% der Lieferungen von Pfullendorf (DE) aus abgewickelt werden, das ziemlich genau im geografischen Zentrum der europäischen Geberit Kunden liegt. Geberit erwartet sich

davon nicht nur eine Verbesserung der internen Abläufe, sondern auch eine ideale Verteilungsstruktur und Tourenplanung.

Ökobilanz bringt Klarheit und Vorgaben für Transportbereich

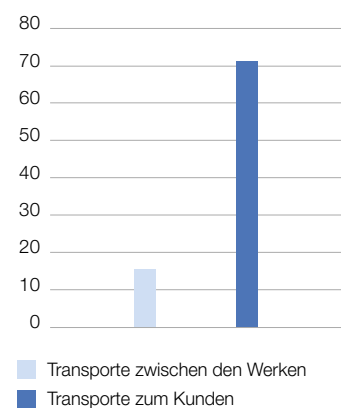
Um die Umweltbelastungen zu reduzieren, steht die Zusammenarbeit mit ausgewählten Transportfirmen im Vordergrund. In erster Linie will Geberit bei der Umweltbelastung durch die Logistik mehr Transparenz schaffen. Im Jahr 2009 wurde begonnen, die umfassende Ökobilanzierung, die sich für die Geberit Produktion über viele Jahre bewährt hat, auf den Bereich des Transports durch beauftragte Firmen auszudehnen. So sollen etwa die Gesamtsumme der Umweltbelastungen sowie einzelne Indikatoren wie CO₂- oder Schadstoffemissionen abhängig von der Transportart sowie der Zusammensetzung des Fahrzeugparks berechnet werden. Parallel dazu wird ab dem Jahr 2010 ein Logistik-Umweltkodex definiert, der die Haupttransportdienstleister zu möglichst umweltfreundlichem Transport und klaren Zielen verpflichtet. Die Massnahmen werden durch neue Ansätze unterstützt. Beispielsweise werden vermehrt Fahrzeuge mit besonders grossem Ladevolumen eingesetzt. Diese reduzieren den Energieverbrauch pro Tonne Fracht.



Neues Logistikzentrum Pfullendorf (DE)

Ab dem Frühjahr 2010 werden mehr als 70% der Lieferungen im hochmodernen Logistikzentrum in Pfullendorf (DE) abgewickelt.

Transportleistung Europa 2009
(in Mio. Tonnenkilometer)



VER

STÄ

An unseren technischen Errungenschaften für eine höhere Lebensqualität sollen möglichst viele Menschen teilhaben – auch solche, die nicht auf der Sonnenseite der Gesellschaft leben. Darum setzen wir uns tatkräftig für ausgewählte soziale Projekte ein. Wir verstärken die Wirkung finanzieller Engagements in aller Welt mit unserem Fachwissen und persönlichem Einsatz.

RRK

EN

Mitverantwortung für die gesellschaftliche Entwicklung

- Soziales Hilfsprojekt für 1000 Schüler in Ecuador
- Langfristige Partnerschaft im Projekt Pangaea
- Schulung und Reporting zu Compliance ausgebaut

Geberit will einen Beitrag leisten, um die Lebensqualität der Menschen zu verbessern. Dieser Grundsatz ist auch für das gesellschaftliche Engagement zentral. Mit den Produkten und dem Know-how zum Thema Wasser unterstützt Geberit die Umsetzung des United-Nations-Millennium-Ziels für globalen Zugang zu sauberem Trinkwasser und grundlegenden sanitären Einrichtungen.

Soziales Engagement im Einklang mit der Vision

Geberit engagiert sich in den Bereichen Soziales sowie auch bei sportlichen und kulturellen Aktivitäten. Es wird Wert darauf gelegt, dass die sozialen Projekte einen Bezug zum Thema Wasser und zur Kernkompetenz und Kultur von Geberit haben. Das Engagement ist in der Regel nicht nur finanziell, sondern beinhaltet auch Sachleistungen und Hilfe vor Ort. Dabei arbeiten wo möglich Geberit Lernende aus allen Berufsrichtungen und aus verschiedenen Ländern entsprechend ihren Fähigkeiten und ihrer Bereitschaft in den sozialen Hilfsprojekten tatkräftig mit. 2008 wurden soziale Hilfsprojekte in Kambodscha und Indonesien abgeschlossen. Parallel dazu ist Geberit eine langfristige Partnerschaft mit dem Abenteurer Mike Horn eingegangen, der mit seinem Projekt Pangaea eine vierjährige Expedition um die ganze Erde durchführt. Geberit begleitet ihn auf seiner Reise:

Entlang der Route von Pangaea werden soziale Hilfsprojekte im Bereich der sanitären Grundversorgung und Hygiene finanziert und umgesetzt. Zusätzlich bildet Aufklärungs- und Ausbildungsarbeit zum Thema Wasser einen Projektschwerpunkt. Die Online-Plattform www.respectingwater.com gibt einen Überblick über die verschiedenen Geberit Aktivitäten.

Zwei Hilfsprojekte in zwei Jahren

Im Jahr 2008 startete Geberit ein Hilfsprojekt in einer öffentlichen Schule mit rund 1000 Schülerinnen und Schülern in Ecuador. Dabei ging es um die Erweiterung der sanitären Anlagen des Colegio Pomasqui. Dazu gehörten zwei neue WC-Gebäude mit solarer Warmwasseraufbereitung, die Installation von genügend WCs, Urinalen, Waschtischen und Duschen für die tägliche Hygiene und der Bau einer Anlage zur Reinigung der Abwässer und zum Schutz der Trinkwasser-Ressourcen.

Die Salomonen, ein Inselstaat im Südwesten des Pazifiks, sind einer der ärmsten Staaten Ozeaniens. Geberit hat im Jahr 2009 eine Primarschule sowie ein Spital auf Guadalcanal mit Toiletten, Duschen sowie einem einfachen Wasserversorgungssystem und Wassertanks ausgerüstet. Die Arbeiten vor Ort wurden durch Mike Horn und sein Team tatkräftig unterstützt.



Pangaea: in vier Jahren um die Welt

Auf seiner Reise rund um die Erde will Mike Horn mit dem Projekt Pangaea die Menschen auf Umweltprobleme aufmerksam machen und mitwirken, Lösungen zu finden. Mike Horn unterstützt die Hilfsprojekte von Geberit, indem er als Botschafter, aber auch mit konkreter Arbeit vor Ort, einen wichtigen Beitrag leistet.

Unterstützung mit Fokus

Geberit hat in den Jahren 2007 bis 2009 Spenden und finanzielle Beiträge in Höhe von insgesamt CHF 8 Mio. getätigt. Zusätzlich leisteten im Jahr 2009 Geberit Mitarbeitende im Rahmen der Sozialprojekte rund 900 Stunden an gemeinnütziger Arbeit. Weiterhin erhielten Einrichtungen für behinderte Menschen und Langzeitarbeitslose Aufträge von den meisten europäischen Produktionswerken für einfache Montage- und Verpackungsarbeiten in Höhe von rund CHF 3,9 Mio. Alle Spendenengagements sind parteipolitisch neutral. Geberit tätigt keine Zuwendungen an Parteien und Politiker, gibt in der Regel keine politischen Stellungnahmen ab und führt kein politisches Lobbying durch. Dies wird im Rahmen der jährlichen Überprüfung des Verhaltenskodex weltweit sichergestellt.

Fair-Play im Umgang mit anderen Akteuren

Hohe ethische Standards sind für Geberit selbstverständlich. Mit dem im Jahr 2007 eingeführten Verhaltenskodex wurden die Eckpfeiler in Bezug auf integriertes Verhalten im gesellschaftlichen Umfeld festgelegt. Dabei ist zum Beispiel ein weltweit faires Wettbewerbsverhalten ein wichtiger Grundsatz. Preisabsprachen, Kartelle oder andere wettbewerbsverzerrende Aktivitäten werden abgelehnt. Als Mitglied der internationalen Organisation Transparency bekennt sich Geberit zu den hohen Standards der Korruptionsbekämpfung.

Bei Geberit arbeiten zum Thema Compliance verschiedene Abteilungen zusammen, um die intern vorhandenen Prozesse weiter zu optimieren. Die fünf Themenfelder Einhaltung des Kartellrechts, Verhinderung von Korruption, Arbeitnehmerrechte, Produkthaftung und Umweltschutz stehen dabei aus Sicht Compliance als wichtigste Aspekte im Vordergrund. Die getroffenen Massnahmen bauen aufeinander auf. Zur Prävention wurden die Richtlinien weiterentwickelt und die Mitarbeitenden umfassend geschult. Im Rahmen des verbindlichen Reportings zum Verhaltenskodex wird die Einhaltung der Richtlinien kontrolliert. Die interne Überprüfung wird durch Audits vor Ort ergänzt. Im Falle von Fehlverhalten werden korrigierende Mass-



Lernende im Einsatz in Ecuador

In der Nähe von Quito (Ecuador) realisierte Geberit im Jahr 2008 ein soziales Hilfsprojekt: Nebst der kompletten Projektplanung durften im Oktober 2008 acht Geberit Lernende aus der Schweiz, Deutschland und Österreich nach Ecuador reisen. Dort arbeiteten sie während zweier Wochen freiwillig mit, damit die Schülerinnen und Schüler anschliessend die neuen sanitären Anlagen benutzen konnten.

nahmen ergriffen. Geberit berichtet seit 2007 jährlich über Ergebnisse dieses Controllings. Diese sind im GRI-Bericht entsprechend den Kriterien der Global Reporting Initiative (GRI) detailliert dargelegt. Dabei wurde die Berichterstattung zu Compliance im GRI-Bericht 2010 nochmals ausgebaut.

Warum engagieren Sie und die WTO sich für Toiletten?

Etwa 2,6 Milliarden Menschen haben keinen Zugang zu Toiletten. Dadurch wird das Grundwasser oft durch Fäkalien verunreinigt. Das ist ein grosses Gesundheitsproblem. Man schätzt, dass jährlich 1,5 Millionen Kinder unter fünf an Durchfallerkrankungen sterben, die mit Wasserverunreinigung durch nicht ausreichende Sanitärsysteme zu tun haben. Leider ist die Toilette oft auch ein Tabuthema. Jeder Mensch weiss, wie viele Mahlzeiten pro Tag er einnimmt. Aber keiner zählt, wie oft er zur Toilette geht. Der Gang zur Toilette ist so grundlegend und wichtig, aber das Tabu verhindert eine offene Diskussion. Dies betrifft gerade auch ländliche Gebiete.

Was muss sich ändern, dass eine Verbesserung erreicht werden kann?

Viele arme Leute besitzen TV-Geräte oder Mobiltelefone, sobald sie etwas Geld gespart haben, aber keine Toilette. Man muss die Psychologie der Armut verstehen, um etwas zu ändern. Letztlich müssen wir Toiletten als Statussymbol vermarkten. Das Image der Toilette als erstrebenswertes

Luxusgut kann etwas ändern. Wenn sich einer im Dorf eine Toilette leistet, werden andere sich das auch leisten wollen.

Wie kann Ihre Organisation, die WTO, dazu beitragen?

Wir bringen die Akteure zusammen, die in diesem Bereich etwas bewegen. Zum Beispiel jedes Jahr am World Toilet Summit, den Geberit ebenfalls unterstützt. Hier diskutieren Forscher, gemeinnützige Verbände, Unternehmen und Regierungsorganisationen über Wege, Sanitärsysteme und Hygiene weltweit voranzubringen. Die Zahl der Mitglieder wächst rasant, zurzeit sind es 217 Organisationen in 57 Ländern, die konsequent Lösungen für die mangelhafte Sanitärinfrastruktur in vielen Regionen der Welt fordern. Durch die Vernetzung kann die WTO viel erreichen.

Wie helfen Sie den Menschen konkret?

Wir gehen das Thema breit an, zum Beispiel in einem «World Toilet College»-System, um Wissen aufzubauen und weiterzugeben. Demonstrationsprojekte spielen auch eine wichtige Rolle. Man muss aber betonen, dass es auch ökonomisch sinnvoll ist, das



Toiletten sind die Leidenschaft von **Jack Sim**. Der 52-jährige Singapurer, früher erfolgreicher Unternehmer, gründete 2001 die Non-Profit-Organisation WTO (World Toilet Organization, www.worldtoilet.org). Diese hat sich zum Ziel gesetzt, dass alle Menschen Zugang zu hygienischen, sicheren und bezahlbaren Sanitärsystemen haben.

Thema anzugehen. 2,6 Milliarden Menschen ohne Toilette stellen einen Markt dar. Ein einfaches, sauberes Sanitärsystem könnte in einem Franchise-System vertrieben werden. Zusammen mit Methoden der Mikrofinanzierung gibt es auch in armen Ländern grosses Potential für eine Umsetzung.

Was treibt Sie persönlich an?

Die erste Lebenshälfte habe ich hart gearbeitet, um Geld zu verdienen. Nun möchte ich etwas Sinnvolles tun, denn die zur Verfügung stehende Zeit ist letztlich das wichtigste Gut im Leben. Für die Anliegen der World Toilet Organization arbeite ich unentgeltlich.

Global Reporting Initiative (GRI)

Der Erstellung dieses Berichts liegen die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) zugrunde. GRI hat sich zum Ziel gesetzt, die Unternehmensberichterstattung weltweit transparenter und vergleichbarer zu machen (www.globalreporting.org). Die Richtlinien umfassen eine Berichterstattung zu übergeordneten Fragen wie Nachhaltigkeitszielen und -strategie. Weiterhin sollen Managementansätze (Disclosures on Management Approach, DMA) und zahlreiche Leistungsindikatoren in den Feldern Ökonomie (EC), Umwelt (EN), Produktverantwortung (PR), Arbeitspraktiken (LA), Menschenrechte (HR) und Gesellschaft (SO)

offengelegt werden. Die folgende Tabelle stellt für speziell Interessierte zusammen, in welchen Berichtsteilen welche GRI-Indikatoren für Geberit beschrieben sind. Weitere Informationen zu allen GRI-Indikatoren für Geberit finden sich im ausführlichen GRI-Bericht 2010 im Internet (www.geberit.com) im Bereich Nachhaltigkeit. Der vorliegende Bericht und der ausführliche GRI-Bericht 2010 decken die GRI-Richtlinien vollständig ab und erfüllen damit den höchsten Anwendungsgrad A der GRI-G3-Richtlinien. Dies wurde von GRI geprüft und anerkannt. Geberit will damit seine Rolle als Nachhaltigkeitsleader unterstreichen.



Berichtsteil	Seiten	Informationen zu folgenden GRI-Punkten
CEO Albert M. Baehny im Gespräch	2–3	1.1
Die Geberit Gruppe	4–5	2.1, 2.2, 2.4, 2.5, 2.7, 2.8
Nachhaltige Produkte	6–7	2.2
Gelebte Nachhaltigkeit in allen Geschäftsbereichen	8–9	1.2, 4.8, 4.12, EC-2, EN-6, EN-26
Im Dialog mit allen Seiten	10–11	4.14, 4.15, 4.16, 4.17
Führende Stellung weiter ausgebaut	12–15	DMA-EC, EC-1
Kunden mit Qualität begeistern	16–21	DMA-PR, PR-1, PR-5
Arbeiten bei Geberit: Identität schafft Begeisterung	22–27	4.8, DMA-LA, LA-1, LA-2, LA-7, LA-8, LA-10, LA-11, LA-12, LA-13, DMA-HR
Nachhaltige Produkte setzen Massstäbe	28–33	DMA-EN, EN-6, EN-26, DMA-PR
Produktion mit hoher Ressourceneffizienz	35–39	DMA-EN, EN-1, EN-3, EN-4, EN-5, EN-8, EN-16, EN-18, EN-21, EN-22
Hohe Standards für Beschaffung und Logistik	40–43	DMA-HR, HR-2, EN-29
Mitverantwortung für die gesellschaftliche Entwicklung	44–47	EC-1, EC-8, DMA-SO, SO-5, SO-6
Über diesen Bericht	49	3.1, 3.2, 3.3, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9

Über diesen Bericht

Dies ist der dritte Nachhaltigkeitsbericht von Geberit. Er vertieft und aktualisiert den zweiten Bericht zur Nachhaltigkeit vom Frühjahr 2007. Damit kommt Geberit der Ankündigung nach, alle drei Jahre einen detaillierten Bericht zur nachhaltigen Unternehmensführung zu publizieren. Der Bericht betrifft die Geschäftsjahre 2007 bis 2009. Die Informationen beziehen sich in der Regel auf diesen dreijährigen Zeitraum oder auf den Stand am Ende der Berichtsperiode, also den 31.12.2009 für Werte zu einem bestimmten Zeitpunkt (Bestandesgrößen) oder das Geschäftsjahr 2009 für jährlich ermittelte Werte (Flussgrößen). Falls einzelnen Informationen andere Zeiträume zugrunde liegen, wird dies explizit angegeben.

Der Bericht bezieht sich generell auf die gesamte Geberit Gruppe. Falls als Beispiel oder aufgrund der Datenverfügbarkeit nur ein Teil des Unternehmens gemeint ist, wird dies klar angegeben. Zusammen mit dem GRI-Bericht 2010 sind alle relevanten ökonomischen, Umwelt- oder Sozialauswirkungen des Unternehmens auf Basis der Richtlinien von GRI diskutiert, sofern dazu Informationen verfügbar waren. Es wurden die Richtlinien des GRI-Berichtsstandards G3 angewandt, wo immer die Datenlage das zulies.

Geberit informiert auch im jährlich erscheinenden Geschäftsbericht über Aspekte der Nachhaltigkeit. Im Internet finden sich zudem regelmässig aktualisierte Informationen zum Thema.

Alle Aussagen dieses Berichts, die sich nicht auf historische Fakten beziehen, sind Zukunftsaussagen, die keinerlei Garantie bezüglich der zukünftigen Leistungen gewähren; sie beinhalten Risiken und Unsicherheiten einschliesslich, aber nicht beschränkt auf zukünftige globale Wirtschaftsbedingungen, Devisenkurse, gesetzliche Vorschriften, Marktbedingungen, Aktivitäten der Mitbewerber sowie andere Faktoren, die ausserhalb der Kontrolle des Unternehmens liegen.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2010 erscheint in Deutsch und Englisch und ist zusätzlich im Internet als Online-Version verfügbar. Die gedruckte deutsche Version ist bindend.

Konzept, Inhalt: sustainserv GmbH, Zürich (CH) und Boston (US); Geberit

Texte: Barbara Meili, Zürich (CH); sustainserv GmbH; Geberit

Layout und Gestaltung: S&W Werbeagentur AG, Baden (CH)

Prepress/Press: Linkgroup, Zürich (CH)

Bilder: Dominic Büttner (Bilder CEO); Ben Huggler (Bilder Produkte); Scanderbeg Sauer Photography (Bild S. 43); Dario Ferro (Bild S. 45); Jim Orca (Bild S. 47); Geberit

Papier: PlanoArt



Geberit AG
Schachenstrasse 77
CH-8645 Jona

T +41 (0) 55 221 63 00
F +41 (0) 55 221 67 47
www.geberit.com