

ANTWORT VON GEBERIT AUF DAS PANEL STATEMENT

Geberit bedankt sich bei den Mitgliedern des Stakeholderpanels für den konstruktiven Dialog und die wertvollen Anregungen. Geberit will seine Positionierung als Nachhaltigkeitsleader konsequent weiter ausbauen und verwendet die Inputs des Panels für die Optimierung der Nachhaltigkeitsstrategie, die Reflexion wesentlicher Themen sowie die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitskommunikation. Im Folgenden werden die Aussagen des Panels im Einzelnen kommentiert. Die inhaltliche Strukturierung orientiert sich dabei am Panelstatement.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Die Geberit Mission, mit innovativen Sanitärprodukten die Lebensqualität der Menschen nachhaltig zu verbessern, verdeutlicht unseren Anspruch, gesellschaftliche Herausforderungen für unsere Weiterentwicklung zu nutzen. Mit der in 2015 erfolgten Übernahme der Sanitec Gruppe ist Geberit in das Geschäft mit Sanitärkeramik und Badezimmermöbeln eingestiegen. Damit wird innovative und zuverlässige Sanitärtechnik hinter der Wand ergänzt durch formschöne und hochfunktionale Geberit Badserien vor der Wand. Immer mehr zeigt sich die Sinnhaftigkeit dieses integrierten Ansatzes. Unsere neu entwickelten, integrierten Produkte stärken unsere Positionierung im Sinne von «only Geberit can do it», gerade auch bei Endkunden, die an nachhaltigen Lösungen interessiert sind.

Gerne nehmen wir vom Panel die Bestätigung mit, dass eine Neustrukturierung der Module der Nachhaltigkeitsstrategie in den Kategorien People, Planet und Profit auf gute Resonanz stösst. Entsprechend der Empfehlung des Panels haben wir das zentrale Thema Wasser als neues Strategiemodul «Intelligentes Wassermanagement» aufgenommen. In diesem Modul setzen wir uns neu ein Langfristziel für die Reduktion des Wasserverbrauchs in der Keramikherstellung. Dem Strategiemodul «Ressourcenschonung» ordnen wir neu Massnahmen zur Verstärkung einer Kreislaufwirtschaft zu und haben dazu ein Langfristziel entwickelt. Zudem erweitern wir das Modul zu Arbeitssicherheit um den Gesundheitsaspekt der Mitarbeitenden. Insgesamt wurden die Begrifflichkeiten aller Strategiemodule weiter geschärft, um die dahinterstehende Ambition zum Ausdruck zu bringen.

Hinsichtlich der UN Nachhaltigkeitsziele (SDGs) halten wir daran fest, dass wir unsere zentralen Beiträge bei den Zielen Nr. 6 (Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen) und Nr. 11 (Nachhaltige Städte und Gemeinden) sowie ergänzend bei den Zielen Nr. 8 (Menschenwürdige Beschäftigung und Wirtschaftswachstum) und Nr. 9 (Industrie, Innovation und Infrastruktur) sehen. Das SDG Reporting haben wir weiterentwickelt und mit Fakten zum Beitrag von Geberit ergänzt.

WESENTLICHKEITSANALYSE

Die Auswahl wesentlicher Themen wurde auf Grundlage der Inputs des Panels weiterentwickelt. Dabei wurden wesentliche Themen der GRI Standards durch frei gewählte, für Geberit relevante Themen ergänzt. Alle wesentlichen Themen werden in Analogie zur Nachhaltigkeitsstrategie den Kategorien People, Planet und Profit zugeordnet. In der Kategorie People wurde das Thema Arbeitssicherheit um den Aspekt Gesundheit und in der Kategorie Planet das Thema Ressourcen um den Aspekt Kreislaufwirtschaft ergänzt. In der Kategorie Profit wurden die Themen Produktmanagement und Innovation, Qualität sowie Produktion und Digitalisierung/BIM als wesentliche Themen ergänzt. Zusätzlich wurde das Thema Datenschutz im Zuge der Einführung der Datenschutz-Grundverordnung der Europäischen Union (DSGVO) als relevant identifiziert.

FOKUSTHEMEN KREISLAUFWIRTSCHAFT UND DIGITALISIERUNG

Im Sinne der europäischen Vision einer ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft (circular economy) wird versucht, Wege in Richtung geschlossener Stoffkreisläufe abzuklären und, wo möglich, schrittweise umzusetzen. Dies umfasst die Suche nach weiteren hochwertigen Kunststoffregranulaten und nach Möglichkeiten, interne Stoffkreisläufe zu schliessen und Produktionsabfälle als Wertstoffe für andere nutzbar zu machen. Wir nehmen den Aspekt Kreislaufwirtschaft im Strategiemodul Ressourcenschonung auf und setzen uns in der Keramikherstellung neu das Ziel, die Ressourceneffizienz (kg Keramikabfall/kg Keramik) bis 2021 um 10% zu verbessern.

Die Digitalisierung betrifft Geberit vor allem im Bereich Markt- und Kundenbearbeitung. Dort spielen digitale Tools eine immer wichtigere Rolle. Tools wie die Geberit Pro App für Sanitärplaner sind inzwischen aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Um Endkunden möglichst bedürfnisgerecht anzusprechen, wurden kürzlich verschiedene digitale Tools lanciert oder weiterentwickelt, darunter eine "Inspirations-App" für Endkunden und ein 3D Planungs-Tool für Endkunden, das eine spielerische Planung des künftigen Badezimmers ermöglicht. Das Digital-Team auf Gruppenstufe wurde aktuell weiter ausgebaut mit dem Ziel, in Zukunft digitale Tools noch effizienter und entsprechend den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppen zu entwickeln und zu lancieren. Dies umfasst auch die interdisziplinäre Planungsmethode BIM (Building Information Modeling), die sowohl für die Optimierung des gesamten Planungs- und Bauprozesses als auch aus Sicht der Nachhaltigkeit relevant ist.

NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION

Geberit setzt in der Jahresberichterstattung seit Jahren konsequent auf ein Online-Reporting, welches eine umfassende Berichterstattung zu Nachhaltigkeit beinhaltet. Diese enthält verschiedene Informationskategorien: leicht verständliche Highlights, zusammenfassende Ergebnisse für Aktionäre im Lagebericht, eine umfassende GRI-Berichterstattung sowie Leistungskennzahlen. Aus dem Feedback des Panels schliessen wir, dass die Vielfalt dieser Berichterstattung noch aktiver nach aussen kommuniziert werden kann.

Geberit nimmt die Anregung, «Mut zur Lücke» zu zeigen, dankbar auf. Da insgesamt zahlreiche Themen wesentlich sind, versuchen wir sehr wesentliche Themen umfassender zu beschreiben, während wesentliche Themen, bei denen wenig Handlungsbedarf besteht, kompakt dargestellt werden.

Bei den zwölf Modulen der Nachhaltigkeitsstrategie setzt sich Geberit pragmatische Ziele und berichtet konsequent über deren Zielerreichung. Im Zentrum steht die kontinuierliche Verbesserung, wie beispielsweise bei der Umweltbelastung. Zu den beiden bestehenden Langfristzielen bei den CO₂-Emissionen und in der Arbeitssicherheit, wurden zwei neue Ziele für die Keramikherstellung zu Ressourceneffizienz und Wasserverbrauch definiert.

SCHLUSSBEMERKUNGEN

Geberit bedankt sich bei allen Panelmitgliedern für ihr Engagement. Die Durchführung des nächsten Stakeholderpanels ist für 2020 geplant.