

PANEL STATEMENT

ZUSAMMENFASSENDER EINDRUCK

In seiner Gesamtsicht beurteilt das Stakeholderpanel die Nachhaltigkeitsstrategie, die Nachhaltigkeitsleistung und die Berichterstattung von Geberit als sehr umfassend und gut. Das Stakeholderpanel sieht den Ansatz der Nachhaltigkeit im Unternehmen wirkungsvoll institutionalisiert: es werden ökonomische, soziale und ökologische Ziele verfolgt. Für einen nächsten Entwicklungsschritt sehen die Panelmitglieder die Notwendigkeit, gesellschaftliche Herausforderungen im Sinne der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) expliziter in die Strategie mit einzubeziehen. Zudem sollten wirkungsorientierte, langfristige Ziele entwickelt werden. Den grössten Hebel für einen gesellschaftlichen Beitrag durch Geberit sieht das Panel in der Führungsrolle beim Thema Wassermanagement und als Vorreiter bei der Umsetzung der Kreislaufwirtschaft in der Sanitärbranche. Einzelne Panelmitglieder wünschen sich Leuchtturmprojekte, welche den Mehrwert von Geberit Produkten und Systemen deutlicher aufzeigen (nach dem Motto «only Geberit can do it»).

Das Panel ist beeindruckt wie weitgehend Geberit in den letzten Jahren die Integration der früheren Sanitec umgesetzt und messbare Erfolge bei der Implementierung der Geberit Nachhaltigkeitsstandards erzielt hat (z.B. deutliche Reduktion des Energieverbrauches in der Keramikproduktion). Die Mitglieder begrüssen, dass Geberit viele der Inputs des Panels vor zwei Jahren in der Weiterentwicklung der Strategie und der Berichterstattung berücksichtigt hat.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Die im Februar 2018 veröffentlichte Darstellung der Strategie wird als «zu komplex» wahrgenommen. Deshalb begrüsst das Panel die von Geberit vorgelegte, weiterentwickelte Darstellung, welche die Nachhaltigkeitsstrategie in ein Modell für langfristige Wertschöpfung integriert und die Strategiemodule den Kategorien People, Planet, Profit zuordnet. Die jeweilige Ambition eines Strategiemoduls sollte bereits im Titel zum Modul erwähnt werden. Die Panelmitglieder empfehlen, drei zusätzliche strategische Themen zu integrieren: Den Aspekt Gesundheit der Mitarbeitenden, das Thema Kreislaufwirtschaft in der Sanitärbranche und die Berücksichtigung des Themas Wasser als eigenes Strategiemodul.

Das Panel anerkennt die Fortschritte der letzten zwei Jahre beim Umgang mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung. Generell bestätigt das Panel, dass für Geberit die Ziele Nr. 6 «Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten» und Nr. 11 «Städte und Gemeinden sicherer, widerstandsfähiger und nachhaltiger gestalten» von grösster Bedeutung sind. Für einzelne Panelmitglieder ist Ziel Nr. 9 «Belastbare Infrastruktur aufbauen, nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovation unterstützen» besonders wichtig, für andere weniger wichtig. Ein Panelmitglied schlägt vor, Ziel Nr. 5 «Geschlechter-Gleichheit» weitergehend zu berücksichtigen. Generell wird angeregt gezielte, wirkungsorientierte Ziele zu den genannten UN-Nachhaltigkeitszielen zu entwickeln und in der Berichterstattung den Mehrwert für die Gesellschaft darzustellen. Im Fokus steht die Frage, welchen Beitrag Geberit leistet, um mehr Lebensqualität zu schaffen und gleichzeitig Ressourcen zu schonen.

WESENTLICHKEITSANALYSE

Die neu entwickelte Darstellung wesentlicher Themen im Kontext der Wertschöpfung und geordnet nach den Dimensionen People, Planet, Profit wird begrüsst. Einige Panelmitglieder wünschen sich eine Beurteilung der Themen nach Geschäftsrelevanz und Stakeholder-Relevanz. Andere Panelmitglieder schätzen die Einfachheit der gezeigten Darstellung. Die zugrundeliegende Methodik sollte verständlich erklärt werden.

Wie in der Nachhaltigkeitsstrategie sollten gemäss dem Panel die Themen Gesundheit der Mitarbeitenden sowie Kreislaufwirtschaft in der Wesentlichkeitsanalyse ergänzt und das zentrale Thema Wasser und seine Hebelwirkung zusätzlich betont werden. Einheitlich werden die Themen Wasser, Emissionen, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz für Mitarbeitende wie auch für Kunden, Kreislaufwirtschaft und Ressourcen(schonung), Produktmanagement und Innovation als sehr wesentlich bewertet. Ein Panelmitglied wünscht sich zudem weitergehende Erläuterungen zur Relevanz von Biodiversität für Geberit.

FOKUSTHEMEN KREISLAUFWIRTSCHAFT UND DIGITALISIERUNG

Während Geberit Produkte über eine lange Lebensdauer verfügen, Ersatzteile für 25 Jahre garantiert sind und alle verwendeten Kunststoffe bezüglich Wertstoffzusammensetzung nachvollziehbar gekennzeichnet werden, sind Volumenströme und die ableitbaren Potenziale einer Kreislaufwirtschafts in der Produktion und bei den verkauften Produkten unklar. Hier sieht das Panel Handlungsbedarf und wünscht sich vom Branchenleader weitere Abklärungen was Geberit mittel- bis langfristig leisten kann.

Ein Zwischenziel könnte sein, dass alle Produktkomponenten trenn- und rezyklierbar sind. Das Panel fordert Geberit auf, explizite Ziele und organisatorische Prozesse zu implementieren, die es ermöglichen, systematisch Recyclingmaterialien als Eingangsstoffe zu verwenden, Abfälle als Wertstoffe weiterzugeben und Leuchtturmprojekte für die Kreislaufwirtschaft zu schaffen.

Die Rolle der Digitalisierung für Geberit wird im Dialog ebenfalls angesprochen. Gemäss Geberit bestehen die grössten Potenziale weniger bei der Produktion und den Produkten, sondern vielmehr im Beziehungsmanagement mit den Kunden und bei den Instrumenten für Planer. Das Panel wünscht sich eine differenziertere Darstellung wo Geberit ansetzt und was Geberit in diesem Bereich leistet.

NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION

Insgesamt wird die Nachhaltigkeitsberichterstattung als sehr umfassend und nachvollziehbar, transparent und glaubwürdig wahrgenommen. Generell wird gewünscht, klarere Highlights zu setzen und dabei Mut zur Lücke zu zeigen. Die Darstellung von Herausforderungen, möglichst einheitlichen und SMART-en Zielsetzungen sowie Kommentare zur Zielerreichung sollten weiterentwickelt werden.

Bemängelt wird die fehlende Darstellung des Nachhaltigkeitsthemas in anderen Kommunikationsgefässen, vor allem der Facts & Figures Broschüre von Geberit.

SCHLUSSBEMERKUNG

Die Panelmitglieder bedanken sich für den offenen und wertschätzenden Dialog. Sie empfehlen dem Geberit Management authentisch zu bleiben und das Wesentliche vor lauter Standards nicht aus den Augen zu verlieren.

Die von Geberit vorgeschlagene Fortführung eines Stakeholderpanels im Zweijahresrhythmus wird begrüsst, um die Weiterentwicklung der angeregten Themen zu verfolgen, gezielte Inputs zu geben sowie kritische Fragen zu stellen.