

Das ideale Produkt

Der Geberit Alpha Unterputzspülkasten erobert den indischen Markt

Seit 1999 ist Geberit mit Top-Produkten im Premium-Segment in Indien vertreten: in dem Land, das neben China zu den Ländern mit den weltweit grössten Wachstumsraten gehört. Mit zunehmendem Wohlstand wird sich die Mittelschicht in den nächsten Jahren um ein Vielfaches vergrössern. Eine Schicht, die einen besseren Lebensstil und höhere Wohnstandards anstrebt und in der Lage ist, Immobilien zu erwerben. In Megacities wie Mumbai, Bangalore und Pune entstehen zahllose riesige Wohnblocks mit bis zu mehreren tausend Eigentumswohnungen, die mit fertigen sanitären Einrichtungen verkauft werden.

«Diesen expandierenden Bereich wollen wir erschliessen und haben dafür mit dem neuen Unterputzspülkasten Alpha das ideale Produkt entwickelt», erklärt René Mächler, Leiter Internationales Marketing und Produktmanagement bei der verantwortlichen Geberit Exportgesellschaft. Bisher werden in Indien in diesem Segment einfache Druckspüler und grosse Leitungen angeboten, billige Lösungen, die zudem viel Lärm verursachen. «Das Geberit Produkt dagegen ist wesentlich leiser und effizienter als herkömmliche indische Druckspüler. Zudem benötigt der Unterputzspülkasten kleinere Rohrleitungssysteme und einen geringeren Wasserdruck. Bisher gibt es auf dem indischen Markt mit seinen spezifischen Besonderheiten nichts Vergleichbares», so Mächler. Der neue Unterputzspülkasten deckt die Mehrzahl der vorhandenen sanitären Anwendungsmöglichkeiten ab.

Für die lokalen Bedürfnisse adaptiert

Mit der Alpha Linie bietet Geberit ab 2012 ein Produkt an, das mit Funktion, Aussehen und Preisgestaltung explizit an die lokalen Bedürfnisse der indischen Mittelschicht adaptiert wurde. Der neue Spülkasten bietet die verlässliche Geberit Technologie



verpackt in einem ansprechenden Design. Alpha verfügt über eine 2-Mengen-Spül-auslösung (3 und 6 Liter), die Umwelt und Wasserressourcen schont. Hergestellt wird der Geberit Alpha Unterputzspülkasten in Indien für den indischen Markt an einem neu errichteten Produktionsstandort von Geberit (siehe Infobox).

Neben den technischen Vorteilen lässt sich mit der Alpha Linie das Badezimmer aber auch stilvoll gestalten. Die Betätigungsplatten Alpha10 und Alpha15 passen perfekt in modern gestaltete Bäder und lassen sich dank ihrem klaren, zurückhaltenden Design mit den verschiedensten Stilrichtungen kombinieren. Die Platten sind in drei verschiedenen Ausführungen erhältlich, in Weiss, Mattverchromt und Glanzverchromt. ←

Der Alpha Unterputzspülkasten wird durch zwei elegante Betätigungsplatten ergänzt.



Neue Produktionsstätte

Geberit errichtet im Industriegebiet von Pune, 170 km südöstlich von Mumbai, ein neues Produktionswerk. In diesem Industriegebiet, das als das besterschlossenste Indiens gilt, sind ebenfalls alle für die Produktion der Geberit Produkte erforderlichen Lieferanten ansässig. Ende 2011 wurde mit dem Bau des neuen Standorts begonnen. Das Gebäude, in dem zunächst 25 Mitarbeitende beschäftigt sein werden, wird im Laufe 2012 fertiggestellt. Ende des nächsten Jahres soll die Produktion des neuen Spülkastens Alpha aufgenommen werden. Bis dahin werden die Produkte der Alpha Linie in anderen Geberit Produktionswerken hergestellt und nach Indien geliefert. Die Alpha Linie ist ab Mitte Februar 2012 im indischen Handel erhältlich.



↑ Gigantischer Bauboom in China: Das Stadtmodell simuliert, wie Schanghai im Jahr 2020 aussehen wird.

Eine Design-Lösung für China

Geberit lanciert das Monolith Sanitärmodul für das WC im Reich der Mitte

Kommenden April bringt Geberit einen eigens für China entwickelten Aufputz-Spülkasten mit passender Keramik auf den Markt. Mit seinem modernen Design und seiner herausragenden Spülleistung ist das Geberit Monolith Sanitärmodul für das WC in seinem Segment einzigartig und spricht vor allem jüngere Käufer der aufstrebenden Mittelschicht an. Preislich und technisch ist das Produkt auf die lokalen Bedürfnisse abgestimmt, und es wird in China hergestellt.

Mit einem neuen Produkt will Geberit den rasant wachsenden Markt in China erobern: Der speziell an die Bedürfnisse des chinesischen Markts adaptierte Monolith für das WC bietet erstklassige Qualität und wird hohen funktionalen und ästhetischen Ansprüchen gerecht. Das Produkt schliesst die bestehende Lücke zwischen traditionellen WC-Keramiken vor der Wand und den eingebauten Unterputz-Installationen.

Umfangreiche Marktstudien

Der Monolith für das WC richtet sich vor allem an jüngere Käufer der aufstrebenden Mittelschicht zwischen 30 und 50 Jahren, für die Qualität, Funktionalität und ein guter Brand eine wichtige Rolle spielen. Die aber

Geberit Know-how-Transfer

Geberit stellt sich verstärkt auf die grossen Märkte in Asien ein. Dies macht spezifische Produkte und eine Präsenz mit Wertschöpfung vor Ort notwendig. Im Entwicklungsprozess werden viele Projekte durch eine Kooperation zwischen den lokalen Kompetenzzentren und der Zentrale in der Schweiz entwickelt. Mit der Konzeption des Monoliths für das WC für den chinesischen Markt wurde ein international und interkulturell zusammengesetztes Projektteam beauftragt. Projektleitung und Produktmanagement wurden von der Schweiz aus geführt. Der Bereich «Forschung und Entwicklung» in Jona unterstützte das Kompetenzzentrum in Schanghai bei der Entwicklung des neuen Produkts. Rahmen, Glas und mechanische Komponenten werden heute bereits lokal im Werk in Schanghai produziert. Die komplexe Spültechnik wird weiterhin aus der Schweiz geliefert.



↑ Der Monolith für das WC ist einzigartig in China. Er ist universell einsetzbar und passt zu jedem Einrichtungsstil. Verkauft wird der Monolith zusammen mit passenden Keramiken, die in zwei Designs angeboten werden.

gleichzeitig auch offen sind für Trends, modernes Design und Mode und mit ausgewählten Produkten ihren guten Geschmack dokumentieren wollen. «Zu diesen Erkenntnissen sind wir mittels umfangreicher Marktstudien gekommen, die wir in Peking, Schanghai und Guangzhou durchgeführt haben. Jüngere Leute bevorzugen das Sanitärmodul, weil es ein gut gestaltetes, trendiges und gleichzeitig erstklassiges Produkt ist, mit dem sie ihren individuellen Geschmack zeigen können. Und weil es praktisch zu jedem Einrichtungsstil passt», erklärt Roger Wyss, Leiter Produkte Fernost/Pazifik, die fundierten Recherchen von Geberit. «Ausserdem gibt es auf dem Markt nichts Vergleichbares. Der Monolith für das WC ist einzigartig in China.» Das neue Sanitärmodul wird vollständig im eigenen Werk in Schanghai zusammengebaut (siehe Infobox).

China – zweitgrösste Wirtschaftsmacht der Welt – entwickelt sich auch zum drittgrössten Markt für den privaten Konsumgüterbereich, begleitet und gefördert durch einen ungeheuren Bauboom. Denn mit dem wachsenden Wohlstand kann sich der gehobene Mittelstand in den Grossstädten auch zunehmend Wohneigentum leisten. Die durchschnittliche mittelständische Familie besteht in der Regel aus fünf Perso-

nen – Mutter, Vater, ein Kind und die Eltern des Vaters – und lebt auf einer Brutto-Wohnfläche von 80 m². Die Badezimmer sind rund 4,5 m² gross und multifunktional eingerichtet. Platzsparen heisst die zentrale Herausforderung. Für diese Voraussetzungen ist der neue Monolith für das WC die perfekte Lösung, denn mit seinem ultraschmalen, lackierten Metallrahmen nimmt er deutlich weniger Raum ein als herkömmliche Aufputz-Spülkasten.

Innovation auf dem chinesischen Markt

Die in riesigen Überbauungen errichteten Wohnungen werden von den Eigentümern im Rohbau erworben und dann von darauf spezialisierten Unternehmen ausgebaut. Im Sanitärbereich sind bei 90 Prozent dieser Wohnungen lediglich die Anschlüsse vorhanden. Bei den Anschlüssen für die WCs handelt es sich dabei schlicht um ein Loch im Boden, das zwischen 30 und 40 Zentimetern von der Wand entfernt ist. Mit dem Monolith für das WC kommt die Design-Antwort darauf auf den Markt: Er kann einfach vor die Wand gestellt werden, die dazugehörige Keramik passt genau auf das Loch im Boden. Dank seinen vormontierten Teilen sind Monolith und Keramik für die zumeist ungelerten Installateure mit wenigen Handgriffen einfach zu installieren, Umbaumaassnahmen sind nicht erforder-

lich. Der Monolith ist mit der 2-Mengen-Spülung (4,5/3 Liter) ausgerüstet, mit der sich der Wasserverbrauch regulieren und verringern lässt. Auch in China nimmt das Umweltbewusstsein zu. Lösungen, die beim Wassersparen helfen, sind immer gefragter. Die Spülung funktioniert zudem wesentlich leiser als andere Spülkasten.

Verkauft wird der Monolith als Package zusammen mit der passenden Keramik, die in zwei verschiedenen Designs angeboten wird, die elegantere Version AVA und die leicht dominantere Version VEX. Für die Glasfront stehen die Farben Schwarz, Weiss und Rot zur Auswahl. «Der Monolith für das WC stellt in Bezug auf Design, Funktion und Material einen Durchbruch im chinesischen Sanitärbereich dar. Unsere Hauptbotschaft lautet: Der Monolith für das WC ist universell einsetzbar. Er ist modern und stilvoll, passt praktisch in jedes Badezimmer und repräsentiert das bewährte Geberit Know-how», fasst Roger Wyss zusammen und schaut zuversichtlich auf den bevorstehenden Launch des neuen Bad-Highlights. ←

Geberit lanciert 2012 den Monolith für das WC zudem noch in sechs weiteren Ländern: Südafrika, Indien, Türkei, Ukraine, Rumänien und Mexiko.