

Stakeholderpanel 2012: Panel Statement

Allgemeine Kommentare zur Nachhaltigkeitsstrategie

Auf Grund der vorgelegten Dokumente und erhaltenen Informationen ist das Stakeholderpanel zum Schluss gekommen, dass bei Geberit Nachhaltigkeit umfassend betrieben wird und zur DNA der Firma gehört. Ziel des Stakeholderpanels sollte sein, Nachhaltigkeit in Unternehmensstrategie und -prozessen weiter zu integrieren und so das nachhaltige Unternehmensmodell zu stärken. In diesem Zusammenhang interessiert das Panel, wie die Nachhaltigkeitsstrategie zum Geschäftserfolg beiträgt, und ob die Wirkung der Nachhaltigkeitsleistungen noch besser dargestellt oder ausgewiesen werden kann.

Das Panel ist der Ansicht, dass Geberit eine langfristige Nachhaltigkeitsstrategie mit vier logischen Bereichen und Modulen verfolgt und diese im Nachhaltigkeitsbericht verständlich darstellt. Zusätzlich zur Gliederung der Nachhaltigkeitsstrategie analog der Wertschöpfungskette wäre darzulegen, was die relevantesten Themen sind, in welchen Bereichen Geberit die grössten Hebelwirkungen hat und wo die Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft am grössten sind. Für alle wesentlichen Bereiche empfiehlt das Panel messbare, realistische und langfristige Nachhaltigkeitsziele festzulegen.

Wünschenswert ist ebenfalls, wenn die Verantwortung für Nachhaltigkeit sichtbarer in der Konzernleitung wie auch im Verwaltungsrat verankert wäre. Geberit soll zudem die Führungsposition in diesem Bereich beibehalten. Die Zusammenarbeit mit der Industrie und anderen Unternehmen könnte klarer dokumentiert werden, und wo möglich könnte Geberit im Sinne der Nachhaltigkeit stärker Einfluss nehmen, zum Beispiel im Bereich Normierung.

Verhaltenskodex

Für Mitarbeiter

Von Interesse für das Panel ist, wie das Verhalten der Mitarbeiter durch den Geberit Verhaltenskodex beeinflusst wird, und was für Fördermassnahmen zur Umsetzung des Verhaltenskodex eingesetzt werden. Das Panel empfiehlt, in Zukunft schwerwiegende interne Verstösse offen zu legen.

Für Lieferanten

Der Verhaltenskodex für Lieferanten muss von allen Lieferanten von Geberit eingehalten werden. Gemäss dem geltenden Verhaltenskodex obliegt es den Lieferanten sicherzustellen, dass auch ihre Zulieferer die Richtlinien dieses Kodex kennen. Die Lieferanten *können* verlangen, dass der Kodex auch von ausgewählten Zulieferern eingehalten wird. Für das Panel ist diese Aussage – insbesondere das *können* - zu schwach.

Als Lösungsansatz schlägt das Panel vor, die Systemgrenzen klar zu definieren und zum Beispiel von den Zulieferern zu verlangen, dass allfällige Unterlieferanten den Geberit Verhaltenskodex unterschreiben, oder dass Audits durchgeführt werden. Ein neues Ziel könnte dieses Bekenntnis bekräftigen.

Informationen oder Beispiele, die aufzeigen, wo der Verhaltenskodex von Lieferanten nicht eingehalten wurde, sind anzustreben.

Wasser, Klima und Biodiversität

Das WELL-Label ist gut, könnte aber noch besser genutzt werden. Es wurde angeregt, dass Geberit in Zukunft den Wasserverbrauch anhand des Wasserfussabdruckes misst. Der Wasserfussabdruck ist ein Indikator, der den direkten und indirekten Wasserverbrauch eines Produzenten aufzeigt.

Die CO₂ Strategie könnte sich an den Zielwerten der Europäischen Union orientieren und die CO₂ Emissionen anhand der Wertschöpfungskette dargestellt werden. Zusätzlich zum Grundsatz Sparen, Effizienzsteigerung und Ausbau erneuerbarer Energieträger wären freiwillige Kompensationszahlungen eine weitere Möglichkeit den CO₂ Ausstoss zu senken.

Falls der Schutz der Artenvielfalt ein Reputationsrisiko für Geberit darstellt, sollte darüber ausführlicher berichtet werden.

Soziale Projekte

Die sozialen Projekte von Geberit fördern die Ausbildung von Handwerkern. Wichtig ist, dass die Projekte dem lokalen Kontext angepasst werden und in Zukunft die Wirkung im Land gemessen wird.

Für Geberit stellt die Vermarktung von Produkten an der «Base of the Pyramide», also in den Wachstumsmärkten der Entwicklungs- und Schwellenländern, vorläufig keine Priorität dar. Die Panelmitglieder empfehlen, das Potential dieser Märkte abzuklären und mit entsprechenden Produkten zu erschliessen.

Nachhaltige Produkte und nachhaltiges Bauen

Mit ihren Produkten könnte sich Geberit, analog zu «Intel inside» mit «da steckt Umwelt drin», positionieren sowie den reduzierten Wasserverbrauch, zum Beispiel auf dem Spülkasten im öffentlichen Bereich, kommunizieren.

Interessant wäre zu erfahren, ob eine Kultur gefördert wird, die ein «out of the box» Denken zulässt und so laufend neue innovative Produkte generiert. Im Rahmen eines Think Tanks könnten die Themen nachhaltiges Bauen und nachhaltige Bausysteme vorangetrieben und die Positionierung der Produkte in grösseren Zusammenhängen diskutiert werden.

Des Weiteren wird empfohlen, das Engagement des Unternehmens in den Bereichen nachhaltiges Bauen sowie neue Innovationen stärker zu kommunizieren.

Nachhaltigkeitsberichterstattung und Kommunikation

Die Integration von Nachhaltigkeitsinformationen in die regelmässige Berichterstattung ist bei Geberit vorbildlich. Sie erfolgt nicht nur rückblickend, sondern auch vorausschauend, indem Zielvorgaben für die nächsten Jahre gesetzt werden. Diese Zielvorgaben könnten noch präziser und langfristiger formuliert werden.

Die Nachhaltigkeitskommunikation ist glaubhaft, ehrlich, verständlich und nachvollziehbar. Verbesserungspotential besteht allenfalls bei der Kommunikation an eher ungeübte Internetnutzer, da es nicht immer einfach ist, sich auf der Geberit Webseite zurechtzufinden.

Schlussbemerkungen

Die Panelteilnehmer begrüssen die Offenheit von Geberit und bestätigten den positiven Eindruck, den sie bereits im Vorfeld hatten. So setzt sich Geberit selbst hohe Standards bezüglich Nachhaltigkeit und verfolgt diese konsequent.

Die Umsetzung der Panelanliegen dürfte Geberit helfen, die Führungsposition aufrechtzuerhalten und auszubauen. Erfreut stellen die Panelteilnehmer fest, dass zahlreiche Empfehlungen des ersten Paneltreffens bereits in der neuen Nachhaltigkeitsstrategie 2013 – 2015 berücksichtigt werden.

Die Fortführung des Panels wird angeregt.