

EINLEITUNG STAKEHOLDERPANEL

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung zum Geschäftsjahr 2018 hat Geberit im September 2018 zum vierten Mal ein Panel mit externen Stakeholdern konsultiert. Das Ergebnis der Analyse des externen Stakeholderpanels ist im → **Panel Statement** festgehalten. In der → **Antwort von Geberit auf das Panel Statement** wird auf die externe Beurteilung und die darin enthaltenen Empfehlungen detailliert eingegangen.

ZIEL UND ROLLE DES PANELS

Ziel des externen Stakeholderpanels war es, ein Feedback zur Wesentlichkeitsanalyse und der Nachhaltigkeitsstrategie zu geben. Zudem sollte überprüft werden, ob die wichtigsten Themen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung aufgenommen und die Anliegen der Anspruchsgruppen in Betracht gezogen wurden.

Die Beurteilung des Panels beinhaltet keine Überprüfung der von Geberit dargestellten Daten und Informationen hinsichtlich deren Richtigkeit.

PANEL ZUSAMMENSETZUNG UND UNABHÄNGIGKEIT

Das Stakeholderpanel besteht aus sechs Geberit unabhängigen → **Mitgliedern**, die unterschiedliche Kompetenzen mit Bezug zum Kerngeschäft aufweisen. Um die Unabhängigkeit des Panels im Prozess zu gewährleisten, wurden die Gespräche von externer Seite begleitet und moderiert.

Das → **Panel Statement** beinhaltet die Beurteilung durch sämtliche Panel Mitglieder. Das Panel ist eine Konsensgruppe. Falls kein Konsens erzielt werden konnte, wurden die divergierenden Meinungen im Statement festgehalten. Grundsätzlich vertreten die Panelmitglieder ihre eigenen Ansichten und nicht notwendigerweise die Meinung ihrer Organisation oder ihres Arbeitgebers.

PROZESS UND ERGEBNISSE

Der Prozess wurde systematisch durchgeführt und dokumentiert; er bestand aus mehreren Schritten:

- Im Vorfeld des Stakeholderdialogs erhielten alle Panelmitglieder sämtliche Dokumente zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (inklusive Nachhaltigkeitsstrategie) zur Analyse.
- Das Panel traf sich im September 2018 mit CEO Christian Buhl, Vertretern von Corporate Communications und dem Team Nachhaltigkeit für einen halbtägigen, extern moderierten Dialog.
- Im Februar 2019 wurde das Panel nochmals konsultiert, die überarbeitete Nachhaltigkeitsstrategie vorgestellt und das vorliegende → **Panel Statement** finalisiert.
- Im Anschluss konnte die → **Antwort von Geberit auf das Panel Statement** auf Grundlage der aktuellen Berichterstattung zum Geschäftsjahr 2018 finalisiert werden.
- Die Durchführung des nächsten Stakeholderpanels ist für 2020 geplant.

MITGLIEDER STAKEHOLDERPANEL 2018



Dr. Annalisa Stefanelli

Managing Partner, Inspire 529,
Zürich (CH)



Dr. Peter Richner

Stv. Direktor Empa, Verant-
wortlicher NEST, Dübendorf (CH)



Prof. Dr. Volker Hoffmann

Professor für Nachhaltigkeit und
Technologie, ETH Zürich, Zürich (CH)



Roger Baumann

Director, COO & Head Sustainability,
Real Estate Investment Management,
Co-Head Germany, Global Real Estate,
Credit Suisse Asset Management,
Zürich (CH)



Dr. Thomas Streiff

Leiter Engagement Team der
Cadmos Engageate Fonds,
Partner & Mitglied des Verwaltungs-
rats von BHP – Brugger und Partner,
Zürich (CH)



Matthias Pestalozzi

CEO und Delegierter des Verwal-
tungsrats Pestalozzi Gruppe,
Dietikon (CH)



Moderation: Dr. Barbara Dubach

CEO engageability, Zürich (CH)

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.

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.