

EINLEITUNG STAKEHOLDERPANEL

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung zum Geschäftsjahr 2020 hat Geberit im September 2020 zum fünften 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 detailliert auf die externe Beurteilung und die darin enthaltenen Empfehlungen eingegangen.

ZIEL UND ROLLE DES PANELS

Ziel des externen Stakeholderpanels war es, eine Rückmeldung zur Nachhaltigkeitsleistung, zur Wesentlichkeitsanalyse sowie zur Nachhaltigkeitsstrategie zu erhalten. Zudem sollte überprüft werden, ob die wichtigsten Themen in der Nachhaltigkeitskommunikation aufgenommen und die Anliegen der Anspruchsgruppen in Betracht gezogen werden. Ebenso wurden die für Geberit relevanten Chancen und Risiken durch den Klimawandel beurteilt.

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 von 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 Zugriff auf sämtliche Dokumente zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (inklusive Nachhaltigkeitsstrategie) zur Analyse. Zusätzlich wurden die Panelmitglieder gebeten, vor dem Dialog mithilfe eines Fragebogens die Chancen und Risiken durch den Klimawandel für Geberit zu beurteilen.
- Das Panel traf sich im September 2020 mit CEO Christian Buhl, Vertretern der Corporate Communications und des Teams Nachhaltigkeit für einen halbtägigen, extern moderierten Dialog.
- Im Februar 2021 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 der Grundlage der aktuellen Berichterstattung zum Geschäftsjahr 2020 finalisiert werden.
- Die Durchführung des nächsten Stakeholderpanels ist für 2022 geplant.

MITGLIEDER STAKEHOLDERPANEL 2020



Prof. Dr. Claudia R. Binder

Dekanin ENAC Fakultät und Leiterin des Lehrstuhls für Mensch-Umwelt-Beziehungen in urbanen Systemen, EPFL, Lausanne (CH)



Dr. Peter Richner

Stellvertretender Direktor Empa, Verantwortlicher NEST, Dübendorf (CH)



Prof. Dr. Volker Hoffmann

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



Roger Baumann

COO GRE & Head Product Development, Zurich Insurance Group Ltd, Zürich (CH)



Dr. Thomas Streiff

Cadmos Engagement Fund, BHP Bruggler + Partner AG, Zürich (CH)



Matthias Pestalozzi

CEO und Delegierter des Verwaltungsrats Pestalozzi Gruppe, Dietikon (CH)



Moderation: Dr. Barbara Dubach

CEO engageability, Zürich (CH)

PANEL STATEMENT

ZUSAMMENFASSENDER EINDRUCK

Das Stakeholderpanel bewertet die Nachhaltigkeitsstrategie und die Berichterstattung von Geberit als sehr umfassend. Man sieht, dass der Nachhaltigkeitsansatz im Unternehmen fest verankert ist: Es werden ökonomische, ökologische und soziale Ziele verfolgt. Das Panel ist beeindruckt, wie Geberit sich in seiner Nachhaltigkeitsleistung über die Jahre konsequent und stetig verbessert und das Erreichte mit Fakten belegt. Auch die erfolgreiche Integration von Sanitec wird als ein signifikanter Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung gesehen. An seinen Zielen sollte Geberit weiterarbeiten und neue Herausforderungen anpacken. Das Panel sieht Geberit als «Leuchtturm» für nachhaltige Transformation in der Sanitärbranche. Das Unternehmen sollte in der Branche bei Nachhaltigkeit und Klimaschutz weiterhin sichtbar führend vorgehen, denn was heute gebaut wird, muss auch in Jahrzehnten noch den Nachhaltigkeitsansprüchen genügen und rückgebaut werden können. Eine weitere Aufgabe ist die Verpflichtung zu langfristigen Zielen. Hier stellt vor allem der Klimaschutz mit einer Strategie zu Klimaneutralität eine Herausforderung dar. Handlungsbedarf besteht zudem bei der Umsetzung der Kreislaufwirtschaft in der Bauindustrie.

CHANCEN UND RISIKEN DES KLIMAWANDELS

Die Panelmitglieder gehen davon aus, dass sich die politischen und regulatorischen Rahmenbedingungen zum Klimaschutz ändern bzw. verschärfen werden. Es ist zu erwarten, dass in diesem Zusammenhang auch das Interesse an Umwelt- und Nachhaltigkeitsdaten vonseiten der verschiedenen Stakeholder weiter steigt. Die Nachfrage nach wassersparenden Produkten – als Folge des Klimawandels – schätzt das Panel «mittel» ein. Dies wird damit begründet, dass Geberit hauptsächlich in Europa tätig ist und Wassersparen mittelfristig vor allem in Nicht-OECD-Ländern von Bedeutung ist. Dafür wird erwartet, dass die Nachfrage nach Produkten zur Verbesserung der Trinkwasserqualität und der Hygiene im Allgemeinen steigt. Ebenso wird der Markt zunehmend nach Produkten verlangen, die sich reparieren und wiederverwerten lassen bzw. kreislauffähig sind.

Eine starke Leistung zeigt Geberit bei der kontinuierlichen Senkung der CO₂-Emissionen in den letzten 15 Jahren. Hervorgehoben wird, dass die Reduktion der Treibhausgasemissionen von allen Geschäftsbereichen mitgetragen wird und dass sich die CO₂-Strategie auf wesentliche Energieeinsparungen und Energieeffizienzpotenziale fokussiert. Die Darstellung des berechneten CO₂- und Wasser-Fussabdrucks über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg wird als wichtige Kontextinformation bewertet. Ein langfristiges Ziel zu Klimaneutralität lässt sich nur erreichen, wenn Geberit auf diesem Weg konsequent weitergeht und sich an den politischen Rahmenbedingungen orientiert. In der Produktion könnte zum Beispiel erneuerbarer Wasserstoff als Brennstoff für die Keramiköfen in Betracht gezogen werden. Derzeit werden die Öfen noch mit Erdgas betrieben. Hier muss man sich an aktuelle Überlegungen ähnlicher Branchen in der Europäischen Union anlehnen. Auch in der Logistik könnte erneuerbarer Wasserstoff beim Betrieb von LKW mit Brennstoffzellen eine Rolle spielen. Es braucht systemändernde Massnahmen, um Klimaneutralität im eigenen Betrieb zu erreichen.

Über den eigenen Betrieb hinausgehend sollten vor allem Lösungen in Zusammenarbeit mit Partnern aus der Lieferkette, der Logistik- oder der Bauindustrie gesucht werden. Das Panel ist skeptisch hinsichtlich des Werts von CO₂-Zertifikaten für Geberit, da der Fokus auf eigenen Anstrengungen liegen sollte. Zertifikate können nur eine Zwischenlösung sein. Aus Sicht des Panels bietet es sich aber an, dieses Thema weiter zu beobachten.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE UND -LEISTUNG

Generell wird die Nachhaltigkeitsstrategie als überzeugend beurteilt. Herausforderungen bestehen gemäss dem Panel vor allem bei längerfristig orientierten und grundsätzlichen Themen: Einerseits wird die benötigte Entkopplung von wirtschaftlichem Wachstum und Ressourcenverbrauch genannt, was neue Ansätze beim Geschäftsmodell bedeuten kann. Auch wird vom Panel die dominierende Rolle von Keramik als Werkstoff im Badezimmer thematisiert, welche wegen der energieintensiven Produktion Herausforderungen für die Umweltbilanz mit sich bringt.

Strategisch sollte Geberit in seiner Rolle als europäischer Marktführer die Transformation der Sanitärbranche vorantreiben. Dies betrifft vor allem auch die Kreislaufwirtschaft. Auch die Haustechnik muss rasch kreislauffähig werden, so das Panel. Dies bedeutet, dass alle Produkte zu 100% den Anforderungen der Kreislaufwirtschaft entsprechen. Damit diese Kriterien erfüllt werden können, sollte auf Verklebungen und Verschweißungen verzichtet und die Deklaration der Materialien sichergestellt werden. Geberit sollte «zero waste» anstreben und sicherstellen, dass verkaufte Produkte am Ende ihrer Nutzung wieder zum Hersteller zurückkommen oder anderweitig wiederverwertet werden können. Dabei könnten auch disruptive Geschäftsmodelle angedacht werden wie beispielsweise die Vermietung statt der Verkauf der Produkte. Im sozialen Bereich sieht das Panel punktuell den Bedarf, Themen strategischer anzugehen oder in der Leistungsbeschreibung stärker zu berücksichtigen. Genannt wird die Diversität in der Konzernleitung und in Führungspositionen. Der Leistungsausweis beim Thema Arbeitgeberverantwortung könnte noch klarer dargestellt werden. Auch die Ergonomie für Installateure beim Einbau der Produkte sollte weitergehend thematisiert werden.

NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION

Die jährliche Nachhaltigkeitsberichterstattung von Geberit befindet sich auf hohem Niveau, so das Fazit des Panels. Sie umfasst alle wesentlichen Bereiche, ist transparent und belegt glaubwürdig das Engagement des Unternehmens. Auch das Bekenntnis zu den Sustainable Development Goals (SDG) sowie die gezielte Berichterstattung dazu werden positiv vermerkt.

Für das Panel ist vor allem die Darstellung der Nachhaltigkeitsleistung in Mehrjahresvergleichen (bis zu zehn Jahre) interessant und könnte noch verstärkt werden. Die soziale Berichterstattung könnte punktuell noch prägnanter sein. Wünschenswert wären zudem weitere Informationen darüber, wie Diversität bei den Mitarbeitenden gefördert wird und welche Ziele Geberit hier erreichen will. Im Dialog wird klar, dass die zukünftige Herausforderung eher im Bereich der Kunden- und Marketingkommunikation liegt: Geberit hat die Position, um Herausforderungen und nachhaltige Lösungen für die Sanitärbranche, Investoren und Endkunden überzeugend aufzuzeigen. Ein zentrales Thema für die Kommunikation ist dabei die langfristige Perspektive, denn was heute gebaut wird, steht auch 2050 noch.

SCHLUSSBEMERKUNGEN

Die Panelmitglieder bedanken sich für den offenen und wertschätzenden Dialog. Sie wünschen sich vom Geberit Management, dass es Themen wie die Klimaneutralität im eigenen Betrieb oder die Verankerung von Klimaschutz in der restlichen Wertschöpfungskette umsetzt und nachhaltige Innovationen fördert. Die von Geberit vorgeschlagene Fortführung eines Stakeholderpanels im Zweijahresrhythmus wird begrüsst, um im Sinne eines «Thinktanks» Anregungen für die nachhaltige Transformation von Geberit und der Sanitärbranche zu geben.

ANTWORT VON GEBERIT AUF DAS PANEL STATEMENT

Geberit bedankt sich bei den Mitgliedern des Stakeholderpanels für den konstruktiven Dialog und die wertvollen Anregungen. Geberit engagiert sich aus Überzeugung seit mehr als 20 Jahren für Nachhaltigkeit und möchte eine Führungsrolle im Wandel hin zu einer nachhaltigeren Sanitärbranche einnehmen. Die Analysen und die Anregungen des Panels sind dabei eine willkommene Unterstützung.

Beim Wandel hin zu einer nachhaltigeren Sanitärbranche war die Übernahme und Integration der Sanitec Gruppe ein erster wichtiger Schritt. So kann die gesamte Badezimmersaunstattang mit Sanitärkeramik und Badezimmermöbeln vor der Wand und innovativer, funktionaler Sanitärtechnik hinter der Wand sinnvoll miteinander verbunden werden. Nachhaltiges Bauen im weiteren Sinne unterstützt Geberit vor allem durch seine Produkte, die auf Ecodesign-Prinzipien beruhen und viele Kriterien einer Kreislaufwirtschaft erfüllen. Dazu gehört auch die Unterstützung ganzheitlicher Planung mithilfe des interdisziplinären Building Information Modelling (BIM). Geberit investiert laufend in neue Produkte und Infrastruktur, setzt sich ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele, überwacht deren Einhaltung und kommuniziert transparent zur Zielerreichung. Zur Strategie gehören auch langfristige Ziele wie beispielsweise die Halbierung der Unfälle bis 2025 und zum Klimaschutz.

CHANCEN UND RISIKEN DES KLIMAWANDELS

Geberit bedankt sich für die Einschätzungen des Panels zu den Herausforderungen des Klimawandels. Geberit hat bereits 2016 die Leitlinien der Science Based Targets-Initiative angewendet, um einen langfristigen CO₂-Reduktionspfad zu definieren und als Zwischenziel bis 2021 die absoluten CO₂-Emissionen auf unter 240 000 t zu reduzieren. Dieses Ziel hat Geberit frühzeitig Ende 2018 erreicht.

Die aktuelle CO₂-Strategie läuft 2021 aus und wird im kommenden Jahr überarbeitet. Die Anregung, im eigenen Betrieb langfristig klimaneutral zu werden, wird in die interne Diskussion aufgenommen. Das Thema «Erneuerbarer Wasserstoff» für Hochtemperaturöfen in der Keramikproduktion ist ein interessanter Input des Panels und wird im Rahmen einer Initiative der Keramikindustrie weiterverfolgt. Das Unternehmen will durch das Einsparen von Energie, die Steigerung der Energieeffizienz sowie eine schrittweise Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energieträger Verbesserungen erzielen.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE UND -LEISTUNG

Die vom Panel genannte Entkopplung von Wertschöpfung und Ressourcenverbrauch hat Geberit auf der Agenda und leistet vor allem durch konsequentes Ecodesign einen Beitrag. Ein zentraler Ansatz in der Produktentwicklung ist dabei, die Umweltwirkung der eingesetzten Materialien und Werkstoffe so gering wie möglich zu halten. Sei es durch das Weglassen unnötiger Komponenten, die Wahl alternativer Werkstoffe oder das Redesign von Funktionselementen, die weniger Material benötigen. Eine hohe Wertschöpfung bei geringstmöglichem Ressourcenverbrauch ist für Geberit ein übergeordnetes Ziel. Der Erfolg solcher Ansätze hängt aber auch von der Akzeptanz der internen und externen Kunden ab. Ihnen muss vermittelt werden, dass weniger Material oder der Einsatz von Recyclingwerkstoffen nicht zu einer eingeschränkten Funktionalität oder einer schlechteren Qualität führen.

Das Panel verweist auf den relativ hohen ökologischen Fussabdruck des Werkstoffes Keramik. Eine echte Alternative sieht Geberit hier bis auf Weiteres nicht, denn hinsichtlich Robustheit, Hygiene- und Reinigungseigenschaften ist Keramik das nach wie vor von Endkunden präferierte Material. Seit der Integration des Keramikgeschäfts ist Geberit nun aber in der Lage, die Systeme vor und hinter der Wand optimal aufeinander abzustimmen und Keramik in Kombination mit anderen Werkstoffen massvoll und ressourcenschonend einzusetzen. Zudem tragen die Investitionen in eine effiziente, industrialisierte Keramikfertigung zusammen mit den umgerüsteten Brennöfen ebenfalls zu einer umwelt- und klimafreundlicheren Produktionsweise bei.

Im Sinn der europäischen Vision einer ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft wird daran gearbeitet, interne und externe Stoffkreisläufe zu schliessen. Ziel ist es, den Ressourcen- und Energieeinsatz weiter zu minimieren, die Lebens- und Nutzungsdauer von Produkten so hoch wie möglich zu halten und eine gute Reparierbarkeit durch ein umfangreiches Ersatzteilsortiment mit einer langen Verfügbarkeit von bis zu 25 Jahren sicherzustellen. Dabei ist zu beachten, dass Geberit Produkte einsatzbedingt per se eine sehr lange Lebensdauer aufweisen, da viele der Produkte über Jahrzehnte in Gebäuden verbaut werden. Dank hochwertiger Materialien und strenger Qualitätsanforderungen wird dies gewährleistet. Zudem sind Geberit Produkte in der Regel rückwärtskompatibel und lassen sich einfach reinigen und unterhalten. Bereits bei der Produktentwicklung wird darauf geachtet, ein möglichst einfaches, werkzeugloses und ergonomisches Arbeiten zu ermöglichen. Zudem gibt es zahlreiche Werkzeuge, die die Montage erleichtern. Dies soll in Zukunft in der Berichterstattung besser dargestellt werden.

Beim Thema Arbeitgeberverantwortung möchte sich Geberit als attraktiver Arbeitgeber positionieren und engagiert sich für Arbeitsplätze auf Top-Niveau. Die Unternehmenskultur von Geberit ist geprägt durch eine einfache und funktionale Organisation mit flachen Hierarchien und ein hohes Mass an Eigenverantwortung und Bescheidenheit. So motiviert Geberit jeden Einzelnen, sein Potenzial bestmöglich auszuschöpfen und zum Unternehmenserfolg beizutragen. Dabei unterstützt Geberit seine Mitarbeitenden zum Beispiel durch langfristig ausgerichtete Weiterbildung.

Beim Thema Diversität gilt eine einfache, aber sehr grundsätzliche und für Geberit selbstverständliche Haltung: Geberit bietet allen Mitarbeitenden die gleichen Chancen und strebt danach, für jedes Jobprofil die beste Kraft zu finden. Dies ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur. Wie vom Panel empfohlen, wird das Thema in der Berichterstattung künftig noch detaillierter dargestellt. Geberit würde mehr Frauen in Führungspositionen begrüssen. Der Frauenanteil im Kader steigt derzeit branchenbedingt jedoch nur langsam an. Know-how und Expertise spielen bei Geberit ebenfalls eine grosse Rolle. Daher haben Mitarbeitende mit langjähriger Erfahrung einen wichtigen Platz im Unternehmen. Rund 20% der Mitarbeitenden haben eine Betriebszugehörigkeit von über 15 Jahren.

NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION

Geberit freut sich, dass der Nachhaltigkeitsberichterstattung ein hohes Niveau attestiert wird. Ein 10-Jahresvergleich ist bereits heute im Geschäftsbericht verfügbar und nach Bedarf können auch längere Zeitreihen dargestellt werden. Geberit hat zudem erkannt, dass in den Märkten das Bedürfnis nach mehr Kommunikation im Bereich Nachhaltigkeit, sowohl was die Produkte als auch das Unternehmen betrifft, steigt und wird in diesem Bereich verstärkt kommunizieren.

SCHLUSSBEMERKUNGEN

Geberit bedankt sich bei allen Panelmitgliedern für ihre engagierten Beiträge. Die Durchführung des nächsten Stakeholderpanels ist für 2022 geplant.