

Geberit slaat de handen in elkaar met TopVolleyBelgium

Geberit, Meise, maart 2022

Geberit heeft een tweejarig partnership getekend met TopVolleyBelgium. In de samenwerking is een belangrijke rol weggelegd voor ex-beachvolleyballer en kersvers beachvolleybalcoördinator bij TopVolleyBelgium Dries Koekelkoren, die het gezicht wordt van Geberit AquaClean. Geberit zal gebruikmaken van de educatieve rol die Koekelkoren opneemt in scholen om beachvolleybal te promoten en via hem jongeren bewust(er) maken van hygiëne en het verbruik van drinkwater. TopVolleyBelgium doopt zijn speelkalender van het beachvolleybal dan weer om tot de 'Geberit Beach Tour'. De samenwerking tussen Geberit en TopVolleyBelgium komt er niet zomaar. De marktleider in sanitaire oplossingen vindt in de sport(federatie) immers veel waarden terug die het zelf uitdraagt, zoals dynamiek, vertrouwen, teamgeest en bescheidenheid.

Via het partnership met TopVolleyBelgium, dat ook nog impliceert dat de sportfederatie haar jaarlijkse persconferentie over haar strategie en het programma van het Belgische beachvolleybalkampioenschap – voortaan dus de Geberit Beach Tour – mag organiseren in de gebouwen van Geberit in Meise, wil de marktleider in sanitaire oplossingen zijn boodschap over zijn missie in lagere scholen nog beter helpen verspreiden. Geberit neemt zo voortaan ook een opvoedkundige rol op in het onderwijsveld, nadat het twee jaar geleden al zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid nam in de Belgische scholen.

Sanitair in scholen verbeteren

Toen zette de marktleider in sanitaire oplossingen in die scholen immers de jacht in op vuile en verouderde toiletten, naar aanleiding van World Toilet Day. Sinds twee jaar organiseert Geberit meer bepaald een initiatief om de sanitaire voorzieningen in de Belgische scholen te verbeteren, nadat het met eigen ogen in verschillende van die scholen vaststelde hoe erbarmelijk het daarmee gesteld is. Geberit looft jaarlijks een aantal vouchers uit ter waarde van 5.000 euro waarmee Belgische scholen hun sanitair een broodnodige opsmuk kunnen geven met Geberit-producten. In twee jaar tijd hebben meer dan 140 scholen een dossier ingediend en heeft Geberit zes scholen 'geholpen'.

Didactisch materiaal

In de kantlijn van dat initiatief licht Geberit basisschoolkinderen ook voor over betere hygiëne en duurzaam waterverbruik, twee zaken waar de AquaClean douche-wc's in uitblinken. En daar zal TopVolleyBelgium in de figuur van Dries Koekelkoren nu een belangrijke rol in spelen, aangezien de ex-topsporter die taak voortaan op zich zal nemen en zal combineren met zijn missie om beachvolley te promoten in lagere scholen. Beide partijen zijn er immers ervan overtuigd dat een betoog rond hygiëne en duurzaam omgaan met water enerzijds en een discours rond sport en gezond leven anderzijds, elkaar

PERSBERICHT

kunnen versterken. In de komende maanden gaan Geberit en Koekelkoren dan ook aan de slag om daar samen didactisch materiaal rond te ontwikkelen, dat vanaf september zal worden gebruikt.

Corporate Sociale Responsibility

De samenwerking met TopVolleyBelgium is maar een van de vele initiatieven die kaderen binnen het maatschappelijk verantwoord ondernemen van de groep Geberit die nu voor het tweede jaar op rij na een grondige evaluatie beloond werd met het Platinum-label van EcoVadis, een van 's werelds grootste leveranciers van duurzaamheidsratings voor bedrijven. Naast andere initiatieven dankt de Geberit Groep de toekenning van het EcoVadis Platinum-label ook aan het eco-designprincipe dat de onderneming sinds 2007 consequent toepast bij de ontwikkeling van haar producten.

Geberit laat zich op lokaal niveau niet uit het veld slaan. De Belgische vennootschap heeft in 2021 een langetermijnpartnerschap gesloten met Go Forest, waarmee het vorig jaar meer dan 4.000 bomen aanplante in ons land en in Peru en in 2022 ook een bebossingsproject in Wallonië zal ondersteunen. Geberit België is ook al jaren stille sponsor van Villa Rozerood in de Panne, een vakantieverblijf voor kinderen met een beperking.

De AquaClean-campagne met Dries Koekelkoren zal in april worden uitgerold.

Meer informatie is verkrijgbaar bij:

Geberit nv
Ossegemstraat 24
1860 Meise
Véronique Langlois, Media & PR manager
Veronique.langlois@geberit.com

www.geberit.be

www.geberit-aquaclean.be

Over de Geberit Groep:

De wereldwijd actieve Geberit Groep met hoofdkantoor in Rapperswil-Jona, Zwitserland, is een Europese marktleider op het gebied van sanitaire producten. Het productassortiment omvat sanitaire techniek, leidingsystemen, keramische toestellen en badkamermeubilair. Daarmee kan Geberit voor particuliere en openbare sanitaire voorzieningen complete oplossingen uit één hand aanbieden. De producten zijn geschikt voor zowel nieuwbouw als renovatie.

Geberit ondersteunt marktpartners uit de bouwsector en de handel met uitgebreide opleidingsmogelijkheden. Dit brede aanbod houdt tevens een consequente benutting van de digitale mogelijkheden in en omvat ook praktijkgerichte cursussen in een van de circa 30 trainingscentra van Geberit. Daarnaast ondersteunen de medewerkers van het serviceteam op het terrein groothandelaren, showrooms, loodgietersbedrijven, alsook planbureaus en architecten met persoonlijk en in veel gevallen ook projectgerelateerd advies. Vastgoedinvesteerders en eindgebruikers vinden eveneens baat bij het uitgebreide aanbod aan informatie en advies. Met 26 productievevestigingen in Europa en 4 overzee staat Geberit borg voor een hoog productieniveau en uitzonderlijke kwaliteitsnormen. Voor de ontwikkeling van nieuwe producten, technologieën en productieprocessen beschikt de groep op haar hoofdzetel over een team van meer dan 200 wetenschappers, ingenieurs en specialisten, evenals over uitgebreide technische infrastructuur en laboratoria. Uit een al lang bestaand gemiddelde van 35 octrooiaanvragen per jaar blijkt de hoge innovatiekracht van de onderneming.

Sinds 1990 is duurzaamheid een integraal onderdeel van de bedrijfsstrategie van Geberit op lange termijn. Bij de verdere ontwikkeling van alle sanitaire producten en diensten komen daarom alle economische, ecologische en sociale aspecten aan bod. Het proces houdt rekening met het principe van eco-design. Een product moet - gezien over zijn gehele levenscyclus, van de aanvoer van grondstoffen tot de verwijdering - vanuit ecologisch oogpunt beter scoren dan zijn voorganger, zonder dat dit ten koste gaat van de kwaliteit, functionaliteit of duurzaamheid.

Met om en bij 12.000 medewerkers in meer dan 50 landen boekte Geberit in 2021 een netto-omzet van CHF 3,5 miljard. Dankzij de aanhoudend hoge winstgevendheid en een gezonde financiële basis heeft de onderneming de nodige middelen in handen om continu te investeren in langetermijngroei en productiviteitsoptimalisatie, en tegelijkertijd waarde te creëren voor de aandeelhouders. De Geberit aandelen zijn genoteerd aan de SIX Swiss Exchange en zijn opgenomen in de SMI (Swiss Market Index).