**Geberit spart Ressourcen mit optimierten Verpackungen**

Weniger Material und Abfall, mehr recycelter Kunststoff, weniger CO2-Emissionen

Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf, Juli 2025

**Sie türmen sich in den Lagerhallen, in den Lieferwagen der Spediteure und vor den Hauseingängen – um anschließend entsorgt zu werden. Die Rede ist von Verpackungen, Einlagen aus Wellpappe, Schutzfolien und Beuteln. Geberit verfolgt ein klares Ziel: das Verpackungsmaterial bis 2030 um 10 Prozent im Vergleich zu 2023 zu reduzieren. Verpackungen aus Kunststoff sollen bis dahin mindestens 35 Prozent recyceltes Material enthalten. Beispiel Dusch-WC: Geberit hat die Verpackungen der Sanitärprodukte reduziert. Trotz gleichbleibendem Schutz der Inhalte kommen sie mit weniger Karton aus. Dadurch sind die Verpackungen kleiner und leichter geworden. Das hat Vorteile für die Kunden und die Umwelt.**

Hauptzweck der Verpackungen von Geberit Produkten ist und bleibt, dass die Inhalte gut geschützt sind und sicher ankommen. Hierfür nutzt das Unternehmen vor allem folgende Materialien: Kartonagen, Folien und Beutel aus Kunststoff, Paletten aus Holz sowie Schutzkappen aus Kunststoff. Zudem beinhalten Verpackungen auch Spanplatten, Einlagen und Schalen aus Karton, Etiketten, sowie Klebeband und Papier, zum Beispiel Bedienungsanleitungen.

Betrachtet man das Gewicht, so besteht ungefähr die Hälfte des gesamten Verpackungsmaterials bei Geberit aus Holz. Dazu tragen hauptsächlich die Paletten bei, auf denen die verpackten Produkte gelagert und transportiert werden. Karton macht etwa ein Drittel des Gesamtgewichts des Verpackungsmaterials aus, gefolgt von Kunststoff und Papier.

Konstanze Smith, Verpackungsingenieurin bei der Geberit International AG, hält fest: „Selbstverständlich steht die Funktion der Verpackung zuoberst: Das Produkt muss sicher und unbeschädigt bei der Kundschaft ankommen.“ Das gilt etwa auch für Geberit Dusch-WCs. Dennoch stellte sie sich Fragen wie: Müssen die Schachteln tatsächlich so voluminös sein? Braucht es wirklich diese Menge Füllmaterial?

**Neue Verpackungsstrategie**  
Geberit verfolgt seit 2023 eine neue Verpackungsstrategie. Demnach sollen Verpackungen systematisch so optimiert werden, dass sie sowohl die Anforderungen der Kunden als auch jene des Produktmanagements, der Logistik, des Marketings und der Gesetzgebung erfüllen. Im Rahmen der neuen Strategie wird bei Geberit Verpackungsmaterial Schritt für Schritt reduziert und nach Möglichkeit mit Rezyklat angereichert. Geberit arbeitet daran, Verpackungen insgesamt zu optimieren, Produktgruppe für Produktgruppe. Ziel: das Verpackungsmaterial bis 2030 um 10 Prozent im Vergleich zu 2023 zu reduzieren. Verpackungen aus Kunststoff sollen bis dahin mindestens 35 Prozent recyceltes Material enthalten.

**Spürbare Kundenvorteile**Die Reduktion des Verpackungsmaterials bringt für Kundinnen und Kunden spürbare Vorteile. Zum Beispiel muss weniger Abfall kostenpflichtig entsorgt werden. Zudem sind weniger Artikel einzeln verpackt, sodass die Empfänger nicht mehr mühsam Stück für Stück auspacken müssen. Das geht schneller und sorgt für weniger Aufräum- und Sortieraufwand.

**Die neue europäische Verpackungsverordnung**Die neue europäische Verpackungsverordnung ist Teil des European Green Deals und hat zum Ziel, die steigenden Mengen an Verpackungsabfällen zu bewältigen. Einerseits sollen Verpackungsabfälle reduziert, andererseits die Wiederverwendung, das Recycling und Mehrweglösungen gefördert werden. Anforderungen für Hersteller sind unter anderem:

* Verpackungsreduktion: 5 Prozent bis 2030, 10 Prozent bis 2035 und 15 Prozent bis 2040
* Recycling: Mindestens 35 Prozent Rezyklatanteil bei Kunststoffverpackungen bis 2030
* Recyclingfähigkeit: Verpackungen aus Kunststoff bis 2030 zirkulär gestalten   
  (d. h. sicherstellen, dass sie wiederverwertbar sind und rezyklierten Kunststoff enthalten)
* Bestimmte Einwegverpackungen aus Kunststoff sind ab 2030 verboten

**Beispiel AquaClean: Ein Drittel weniger Verpackungsmaterial**  
Zusammen mit Zelimir Blazevic, Leiter Projekte bei der Geberit Apparate AG, und Adrian Hämmerli, Produkt Manager, machte sich Konstanze Smith an die Optimierung der Verpackung für die Dusch-WCs AquaClean Mera und AquaClean Sela Round. Das Ergebnis: Seit Anfang 2024 kommen die beiden Dusch-WC-Modelle handlich und schlank verpackt zum Sanitärinstallateur sowie zu Kundinnen und Kunden. Sowohl der Materialbedarf für die Schachteln als auch die Schutzeinlagen aus Wellpappe wurden bei gleichbleibendem Schutz wesentlich reduziert – im Vergleich zur vorherigen Verpackung um über ein Drittel. Allein diese Reduktion von Verpackungsgröße und -gewicht verkleinert den CO2-Fußabdruck – die jährliche Einsparung von CO2-Emissionen liegt bei knapp 90 Tonnen.[[1]](#footnote-2) Zelimir Blazevic freut sich: „Dank guter Zusammenarbeit mit dem Lieferanten ist es uns gelungen, die gleiche Qualität mit weniger Materialaufwand zu erreichen.“ In der neuen, schlanken Verpackung werden inzwischen auch das AquaClean Sela Square und das AquaClean Alba ausgeliefert.

Auch AquaClean WC-Sitze und -Deckel werden nicht mehr in einem Standard-Karton geliefert, sondern in einem Karton mit der exakt passenden Größe. Die Vorteile dieser Umstellung auf drei Größen liegen auf der Hand: 60 Prozent weniger Volumen pro Paket, 13 Tonnen weniger Karton und 20 Kilometer weniger Klebeband pro Jahr. Die Kartoneinsparung reduziert die CO₂-Emissionen um jährlich 12 Tonnen.1

**Beispiel Betätigungsplatten: 10 Prozent kleiner**Weglassen, was nicht benötigt wird, lautet der Ansatz bei den Verpackungen für die Betätigungsplatten. Um die neue Verpackungsstrategie umzusetzen, überarbeitete ein Team bei Geberit die Verpackung für die Modelle Sigma01, Sigma20 und Sigma30. Die Drückerstangen und Distanzbolzen werden jetzt nicht mehr in separate Kunststoffbeutel verpackt. Damit spart Geberit knapp 4 Tonnen Kunststoff pro Jahr. Dank einer verbesserten und kompakten Gestaltung der gedruckten Montage- und Reinigungsanleitungen können knapp 27 Tonnen Papier jährlich eingespart werden. Mit diesen vermeintlich kleinen Änderungen reduziert Geberit allerdings die jährlichen CO2-Emissionen im Vergleich zur alten Verpackung um 25 Prozent.[[2]](#footnote-3)

Konstanze Smith: „In Zukunft werden wir die Verpackungen produktspezifisch anpassen. Außerdem werden wir weiter nach Lösungen suchen, um die Verpackungen von Geberit Produkten nachhaltiger, sicherer und kundenfreundlicher zu gestalten.“ Die um 10 Prozent verkleinerte Verpackung der Betätigungsplatten zeigt große Wirkung: Es können jetzt mehr Produkte auf der Palette geliefert werden.

Bildmaterial

|  |  |
| --- | --- |
|  | **[Geberit\_Verpackung\_1.jpg]** Die optimierte Verpackung für die Dusch-WCs AquaClean Mera und Sela Round im Vergleich mit der alten. Foto: Geberit |
| Ein Bild, das Rechteck, Screenshot, Box enthält.  KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein. | **[Geberit\_Verpackung\_2.jpg]** Weglassen, was nicht benötigt wird, lautet der Ansatz bei den Verpackungen für die Betätigungsplatten. Ein Team bei Geberit überarbeitete die bestehende Verpackung (hier im Bild). Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Verpackung\_3.jpg]** Nach der Überarbeitung der Verpackung: Die Drückerstangen und Distanzbolzen werden jetzt nicht mehr in separate Kunststoffbeutel verpackt. Mit den neuen Verpackungen der Betätigungsplatten spart Geberit knapp 4 Tonnen Kunststoff pro Jahr. Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Verpackung\_4.jpg]** Ein interdisziplinäres Team hat gemeinsam die neue Verpackung für die Dusch-WCs AquaClean Mera und Sela Round ausgearbeitet. Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Verpackung\_5.jpg]** Mehr Platz auf der Palette, weniger CO₂: Der Platzgewinn der optimierten Verpackungen für AquaClean WC-Sitze und -Deckel (rechts) zeigt sich im Direktvergleich mit den alten Verpackungen (links) besonders deutlich. Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Verpackung\_6.jpg]**  Konstanze Smith, Verpackungsingenieurin bei der Geberit International AG: „Das Produkt muss sicher und unbeschädigt bei der Kundschaft ankommen.“ Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Verpackung\_7.jpg]**  Zelimir Blazevic, Leiter Projekte bei Geberit Apparate AG: „Dank guter Zusammenarbeit mit dem Lieferanten ist es uns gelungen, die gleiche Qualität mit weniger Materialaufwand zu erreichen.“ Foto: Geberit |

****Weitere Auskünfte erteilt:****

**AM Kommunikation  
König-Karl-Straße 10, 70372 Stuttgart  
Annibale Picicci  
Tel. +49 (0)711 92545-12**

**Mail:** [presse.geberit@amkommunikation.de](mailto:presse.geberit@amkommunikation.de)

**Über Geberit**

Die weltweit tätige Geberit Gruppe ist europäische Marktführerin für Sanitärprodukte und feierte im Jahr 2024 ihr 150-jähriges Bestehen. Geberit verfügt in den meisten Ländern Europas über eine starke lokale Präsenz und kann sowohl auf dem Gebiet der Sanitärtechnik als auch im Bereich der Badezimmerkeramiken einzigartige Mehrwerte bieten. Die Fertigungskapazitäten umfassen 26 Produktionswerke, davon 4 in Übersee. Der Konzernhauptsitz befindet sich in Rapperswil-Jona in der Schweiz. Mit rund 11.000 Mitarbeitenden in über 50 Ländern erzielte Geberit 2024 einen Nettoumsatz von CHF 3,1 Milliarden. Die Geberit Aktien sind an der SIX Swiss Exchange kotiert und seit 2012 Bestandteil des SMI (Swiss Market Index).

1. Berechnungsgrundlage ist der GWP-fossil-Wert von Karton für Rohstoffgewinnung, Transport und Herstellung, multipliziert mit der eingesparten Materialmenge und Stückzahl pro Jahr. [↑](#footnote-ref-2)
2. Berechnungsgrundlage ist der GWP-fossil-Wert von Karton und Papier bzw. Kunststoffbeutel für Rohstoffgewinnung, Transport, Herstellung und Entsorgung, multipliziert mit der eingesparten Materialmenge und Stückzahl pro Jahr. [↑](#footnote-ref-3)