

150 LAT MARKI GEBERIT

Od małego warsztatu do międzynarodowego koncernu

W 1874 roku w szwajcarskim Rapperswil Albert Gebert założył warsztat blacharski. Jego decyzja dała początek marce, która później stała się europejskim liderem w segmencie produktów sanitarnych. Od tego czasu minęło już 150 lat, a marka Geberit wciąż wytycza kierunki rozwoju branży.

Również 150 lat temu w Szwajcarii rozpoczęła się historia marki Geberit. Młody rzemieślnik, Albert Gebert, w 1874 roku, sześć lat po ukończeniu nauki zawodu blacharza, postanowił rozpocząć pracę na własny rachunek.

Otworzył więc w Rapperswil niewielki zakład. Czym się wówczas zajmował? Oferował przede wszystkim wszelkiego rodzaju prace blacharskie, produkował piorunochrony, a także instalacje rurowe.



Pierwsza fabryka w Rapperswil – ok. 1920

NA POCZĄTKU BYŁ... FENIKS

Albert Gebert musiał wykazać się pracowitością i smyką do interesów, a jego zakład przynosił profity, które pozwoliły mu tuż przed 1900 rokiem zakupić posiadłość w Rapperswil. Nazwał ją Phönix. Rzecz jasna, w nowym domu znalazło się miejsce na warsztat, a także sklep. Właśnie w tym warsztacie w 1905 roku powstała pierwsza sfluczka wyprodukowana w Szwajcarii. Gebert nazwał ją, jakby inaczej, Phönix, podkreślając rangę rodzinnego gniazda. Nowatorska sfluczka była wykonana z drewna i zabezpieczona od wewnątrz otwianą blachą. Również zawór spustowy był metalowy. Zdaniem jego syna inspiracją dla wynalazku były dręczące Alberta Geberta wyrzuty sumienia. Obwiniał się, że nie zrobił niczego, by zapobiec błonicy, która zabiła trójkę jego dzieci.

PLASTIK, KTÓRY ZMIENIŁ WSZYSTKO

Do połowy XX wieku firma należąca do rodziny Gebertów produkowała odpływy i złączki z metalu. Jednak prawdziwym punktem zwrotnym w jej historii okazała się sfluczka wykonana z tworzywa sztucznego.

Zarządzający wówczas przedsiębiorstwem Heinrich i Klaus Gebertowie (przedstawiciele już trzeciego pokolenia rodzinnego biznesu), podjęli ryzykowną, ale – jak się wkrótce okazało – trafną decyzję, by produkcję opartą na odlewaniu elementów z metalu zastąpić przetwórstwem tworzyw sztucznych. Premierowy model sfluczki z tworzywa sztucznego wszedł na rynek w 1952 roku i położył podwaliny pod europejski sukces marki. Sfluczka z tworzywa sztucznego była łatwiejsza w montażu i dawała lepszy efekt sflukiwania niż powszechne wówczas sfluczki ceramiczne. Popyt na innowacyjny produkt błyskawicznie rósł, dając



Pierwsza sfluczka Geberit Phönix – 1905



Pierwsza plastikowa sfluczka Geberit – 1952



Pierwsza sfluczka podtynkowa Geberit i pierwszy przycisk uruchamiający – 1964



Stary asortyment Geberit, wyroby żelazne z I poł. XX w.



Montaż toalet myjących Geberit – Jona 1999

firmie impuls do dalszego rozwoju. Nic dziwnego, że 4 lata później powstało nowe laboratorium, w którym doskonalono mieszanki tworzyw sztucznych do produkcji kolejnych spłuczek i syfonów odpywowych.

Spłuczka z tworzywa sztucznego stała się w latach 50. XX wieku sprzedażowym hitem. Jednak warto wspomnieć, że zadecydowały o tym nie tylko aspekty użytkowe nowego na rynku produktu. Właściciele firmy szybko dostrzegli siłę i potrzebę promocji. Systematycznie więc budowana była sieć kontaktów z hurtowniami, a w prasie branżowej i na targach pojawiły się reklamy.

Istotnym wsparciem na drodze do sukcesu było także wprowadzenie już w 1956 roku zupełnie nowej, niedostępnej wcześniej na rynku usługi – doradztwa technicznego. W połowie XX wieku

była to prawdziwa nowinka, która wzmocniła nie tylko rozpoznawalność, ale też wiarygodność marki Geberit.

INNOWACJE NAPĘDZAJĄ ROZWÓJ

Inżynierowie i technolodzy Geberit nie spoczęli na laurach, wiedząc, że stagnacja to gotowy przepis na biznesowe kłopoty. Nic dziwnego, że w firmowych laboratoriach nieustannie testowano kolejne rozwiązania. W efekcie w 1964 roku powstała pierwsza spłuczka z PVC przeznaczona do montażu na ścianie. Jedenaście lat później klienci otrzymali Montagefix – pierwszy system instalacyjny oparty na metalowym stelażu. Kolejne lata przyniosły choćby dwustopniowy zawór spustowy, odciąg nieprzyjemnych zapachów oraz elektroniczny system spłukiwania

pisuarów. Zresztą innowacyjnych rozwiązań opracowanych przez technologów Geberit było wiele.

W latach 70. XX wieku zwrócili uwagę na rynek toalet myjących, który jest szczególnym wyzwaniem w kontekście produkcji. Testy i badania prowadzone w tym zakresie doprowadziły do opracowania w 1978 roku pierwszej deski myjącej z natryskiem i regulacją strumienia. Z biegiem czasu segment toalet myjących stał się znakiem rozpoznawczym marki Geberit. W międzyczasie powstały choćby wygodna w podróży, przenośna toaleta myjąca zasilana baterią (dzięki kompaktowym rozmiarom mieściła się w torbie), czy deska myjąca z regulowanym natryskiem z ciepłą wodą, suszarką z ciepłym powietrzem i funkcją odsysania zapachów, która zrobiła furorę w Japonii.

WSŁUCHANI W POTRZEBY RYNKU

Rosnąca popularność spłuczki z PVC w latach 50. XX wieku umożliwiła nie tylko dalszy rozwój marki, ale też ekspansję w Europie. Pierwszy zagraniczny oddział handlowy Geberit powstał w Niemczech. Wkrótce w Paryżu i Wiedniu zaczęły działać nowe spółki dystrybucyjne. W 1995 roku do międzynarodowej rodziny Geberit dołączyła również Polska. Rosła sieć handlowa, ale też pojawiały się kolejne zakłady produkcyjne. Do końca 2023 roku działa ich w sumie 26 na całym świecie, w tym 22 w Europie.

Marka Geberit nieustannie poszukuje nowych dróg rozwoju – świadczą o tym również decyzje biznesowe. Przykładem niech będzie choćby decyzja o samodzielnej produkcji stelaży podtynkowych w instalacjach sanitarnych, gdy w latach 80. XX wieku upowszechniła się technologia ścianek instalacyjnych. Jednym z kamieni milowych w historii firmy było również przejęcie w 2015 roku grupy Sanitec. Dzięki temu marka Geberit zyskała status jednego z największych producentów ceramiki sanitarnej w Europie, a jej oferta stała się bardziej kompletna.

ŚWIĘTOWANIE Z GEBERIT

Z okazji 150. rocznicy istnienia w 2024 roku marka Geberit zaprasza do wspólnego świętowania. W związku z tym przygotowała szereg aktywności adresowanych do klientów, partnerów handlowych i sprzedawców. By być z nimi na bieżąco, warto śledzić komunikaty pojawiające się w mediach społecznościowych oraz na stronach internetowych.

Z okazji jubileuszu powstała także specjalna strona internetowa www.geberit150.com, na której można prześledzić historię marki na przestrzeni półtora wieku, a także poznać jej filozofię biznesową.