

# Know- how

Magazyn Klienta  
Lipiec 2011

Produkty i rozwiązania

**Geberit DuoFresh – zawsze  
świeże powietrze w WC**

Praktyczne zastosowania Geberit

**Drapacze chmur – wyzwanie  
dla technologii sanitarnej**



# Tworzymy perfekcyjne instalacje wodne i kana- lizacyjne.

Redakcja  
Geberit Sp. z o.o.  
ul. Postępu 1  
02-676 Warszawa

T: +48 22 376 01 02  
F: +48 22 843 47 65

[www.geberit.pl](http://www.geberit.pl)

Nakład: 2000 egz.  
Kwartalnik  
Przedruk oraz wykorzystanie artykułów  
w części lub w całości wyłącznie  
pod warunkiem uzyskania autoryzacji.

Prawa autorskie:  
Ben Huggler, Szwajcaria (strony 1, 10, 15)  
Paul Burt, Wielka Brytania (strony 12-13)  
Michael Suter, Szwajcaria (strona 14)

## Spis treści

**Nareszcie WC bez nieprzy-  
jemnych zapachów**  
**Produkty i rozwiązania 6**

**Błyskawiczna instalacja**  
**Produkty i rozwiązania 8**

**Bezstresowo. Zaciskowo.**  
**Produkty i rozwiązania 10**

**Przycisk zrównany z po-  
wierzchnią ściany**  
**Produkty i rozwiązania 11**

**Systemy kanalizacyjne dla  
drapaczy chmur**  
**Zastosowanie w praktyce**  
**12**

## Informacje z rynku

Za potrzebą do Europy	16
Szkolenia Geberit	18
Koncept Geberit AquaClean	20
Nagrody DesignPlus	22

## Drogi Czytelniku,

## Wszyscy żyjemy dziś w trudnych czasach, które wymagają od nas podejmowania ważnych decyzji w oparciu o dynamicznie i żywiotowo dostarczane informacje medialne.

Umiejętność profesjonalnego, zrozumiałego i przejrzystego przekazu buduje zaufanie klienta sprawiając, że silne firmy mogą rozwijać się w takiej sytuacji jeszcze szybciej. Firma Geberit ma ambicję umocnienia swojej pozycji lidera na europejskim rynku systemów sanitarnych. Wszystkie plany działań i inwestycji rozwojowych są realizowane zgodnie z zamierzeniami. Geberit poszerza sukcesywnie ofertę rynkową o nowe rozwiązania systemowe i produktowe. Duże znaczenie przywiązujemy do stałej poprawy marketingowego oblicza firmy.

Umocnienie zaufania do jakości i innowacyjności naszych produktów, pogłębienie wiedzy oraz zdobycie nowych doświadczeń jest podstawą wykonywanej przez nas codziennej pracy na rzecz wszystkich naszych obecnych i przyszłych klientów oraz użytkowników.

Można to łatwo zilustrować na podstawie naszego nowego wizerunku marketingowego. Przez dekady firma Geberit koncentrowała swoje siły na otwartym dialogu z klientami branżowymi: instalatorami i inżynierami sanitarnymi. Dialog ten rozwija się w dalszym ciągu i będzie kontynuowany także w przyszłości. Mamy świadomość, że możemy zrobić jeszcze więcej aby efektywnie wspierać wszystkich naszych Klientów na polskim rynku.

Uważamy, że inwestorzy, deweloperzy, zarządcy budynków, właściciele domów i mieszkań powinni lepiej poznać firmę Geberit. Dzięki temu pewnego dnia przekonają się, że warto używać wyłącznie produktów naszej firmy.

Nasze nowe oblicze komunikacji marketingowej stwarza nam tę możliwość. Jednocześnie otwiera nowe perspektywy na dialog z Tobą, drogi Kliencie. Ten Magazyn to przykład, jak chcielibyśmy informować Cię o naszej firmie w przyszłości. Mamy nadzieję, że nasze nowe wydawnictwo spotka się z Twoją przychylnością, odpowiadając jednocześnie na zasadnicze pytanie: Jak w sposób optymalny uczynić codzienny, naturalny kontakt człowieka z wodą higienicznym, komfortowym i nowoczesnym.



Andrzej Dobrut, Dyrektor Zarządzający



1



2



3

1

### Zapraszamy naszych klientów do współredagowania Magazynu Klienta

Zapraszamy wszystkich klientów zainteresowanych wydarzeniami związanymi z firmą Geberit do współredagowania naszego Magazynu. Wielu z Was bezpośrednio bierze w nich udział, ale także wielu z Was chciałoby bardziej zaangażować się w pracę z Geberitem. Zachęcamy do przesyłania opisów ciekawych wydarzeń, zabawnych sytuacji oraz interesujących zastosowań naszych produktów. Wierzymy, że bliska współpraca z klientami przyniesie korzyść obydwu stronom.

→ [michal.pachecka@geberit.com](mailto:michal.pachecka@geberit.com)

2

### Szkolenia

Na szkolenia można zgłaszać się na naszej stronie [www.geberit.pl](http://www.geberit.pl). Można wybrać interesujące nas zagadnienia, lub ogólną tematykę zajęć. Zachęcamy do udziału w szkoleniach. Wiedza o produktach znacznie ułatwia rozmowę między handlowcem, in-

stalatorem a klientem indywidualnym. Należy także pamiętać, że Geberit jako lider na rynku co roku wprowadza duży wachlarz nowych produktów. Warto je poznać, warto być najlepiej poinformowanym w branży.

→ <http://www.geberit.pl/web/appl/pl/wcmspl.nsf/pages/lud-szko-1>

3

### Nowa strona internetowa AquaClean

Zapraszamy na nową stronę internetową poświęconą wyłącznie jednej linii produktów - Geberit AquaClean. Strona w bardzo przystępny i nowoczesny sposób prezentuje różne typy AquaClean, pomaga je dobrać klientom w zależności od potrzeb. Na stronie można także obejrzeć film i prezentację techniczną. Bardzo ważna jest zakładka z adresami naszych Partnerów - tam możesz wypróbować działanie AquaClean. Zapraszamy!

→ [www.i-love-water.pl](http://www.i-love-water.pl)

Maj

25.

### Muzeum Socrealizmu - kolejny krok na drodze do Europy

Za Potrzebą do Europy – otwarcie toalety publicznej w Muzeum Socrealizmu w Koźłowie. To już 9-ta realizacja w ramach tego programu. → <http://www.geberit.pl/web/appl/pl/wcmspl.nsf/pages/med-klen-1>

29.-31.

### Pierwsze spotkanie Partnerów AquaClean

Pierwsze spotkanie partnerów AquaClean z całej Polski odbyło się w Głębocku. 9 firm wiodących prym w sprzedaży AquaClean odbyło robocze spotkanie w ośrodku SPA na pojezierzu brodnickim.

→ [www.i-love-water.pl](http://www.i-love-water.pl)



# Nareszcie WC bez nieprzyjemnych zapachów!



## Problem nieprzyjemnych zapachów w łazience został wreszcie rozwiązany: Geberit DuoFresh

Geberit DuoFresh zaczyna swoje działanie bezpośrednio w muszli WC. Wszystko zostało dokładnie przemyślane.

Nowoczesne trendy zmieniające zwykłą toaletę w oazę SPA sprawiają, że coraz częściej instalatorzy stają się "konsultantami do spraw higieny i wellnessu". W tej roli są oni również konfrontowani z problemem skutecznego pozbycia się nieprzyjemnych zapachów. Teraz dzięki Geberit DuoFresh będą mieli kompletne odpowiedzi na każde pytanie.

### Prosta instalacja

Instalacja Geberit DuoFresh wymaga stelaża Duofix (lub elementu GIS) do WC z fabrycznie zamontowanym kanałem, do którego zostaną podłączone elementy odciągu powietrza połączone z przyciskiem spłukującym Sigma40. Z wyjątkiem podłączenia instalacji elektrycznej nie trze-

### ← Zintegrowany wyciąg zanieczyszczonego powietrza

Geberit DuoFresh działa dziecinnie prosto: Powietrze jest zasysane bezpośrednio z muszli i oczyszczane przez węgiel aktywowany, a następnie powraca do łazienki poprzez kratki na bokach przycisku spłukującego. Dzięki takiemu rozwiązaniu, DuoFresh oczyszcza powietrze niezależnie od istniejącej wentylacji w łazience. W ten sposób oszczędzana jest energia potrzebna do ogrzania pomieszczenia po wietrzeniu łazienki, szczególnie w sezonie zimowym.

ba przeprowadzać żadnych dodatkowych pomiarów ani robót poza standardowymi pracami przy montażu toalety.

Warto wiedzieć: funkcja usuwania zapachów realizowana przez Geberit DuoFresh działa z większością misek ceramicznych na rynku.

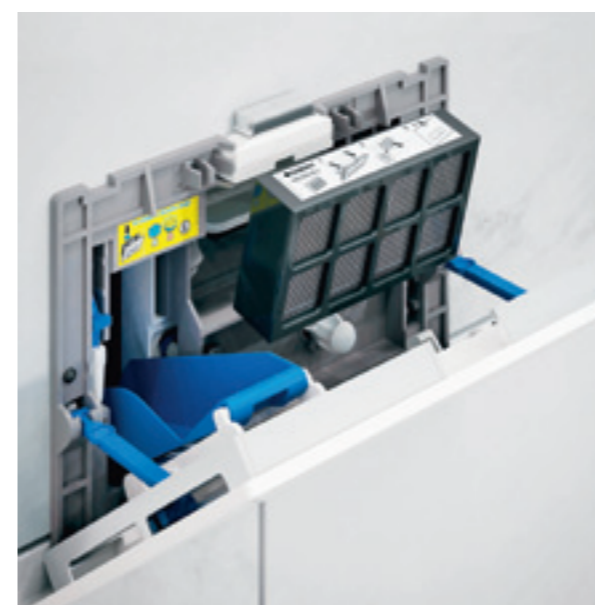
Dla instalatorów, którzy montowali już wcześniej Geberit Duofix do WC, instalacja zintegrowanego wyciągu powietrza nie będzie stanowiła problemu. Dzięki temu, że filtr z węglem aktywowanym znajduje się bezpośrednio za przyciskiem spłukującym, jego wymiana jest dziecinnie prosta.

### 20-krotnie mniejsze zużycie energii.

Funkcja usuwania nieprzyjemnych zapachów jest uruchamiana ręcznie poprzez przycisk umieszczony na górze płytki uruchamiającej spłukiwanie. Wentylator wyłącza się automatycznie po 10 minutach.

Geberit DuoFresh to łatwa instalacja i przyjazne dla użytkownika urządzenie, ale także wsparcie dla środowiska naturalnego.

Dla przykładu: rodzina składająca się z 4 osób otwiera okno średnio 4 razy dziennie na 10 minut i traci w ten sposób około 44 kWh energii rocznie. I to tylko w wypadku, gdy nikt nie zapomni o zamknięciu okna. Odciąg zanieczyszczonego powietrza Geberit DuoFresh powoduje, że wietrzenie łazienki staje się zbędne. Ta sama rodzina zużyje rocznie tylko 2 kWh energii elektrycznej korzystając z Geberit DuoFresh. ←



### ← Łatwa wymiana filtra

Przycisk Sigma40 umożliwia łatwą instalację filtra oraz proste umieszczanie kostek higienicznych.

W zależności od liczby domowników, filtr z węglem aktywowanym należy wymieniać co 6 do 24 miesięcy. Zużyty filtr po okresie eksploatacji może być wyrzucony do kosza bez zagrożenia dla środowiska.

## Prosty montaż

**1. Instalacja elementu do WC:** Postępuj tak, jak przy zwykłej instalacji. Wykonaj podejście kanalizacyjne i wodne. Upewnij się, że element WC jest prawidłowo podłączony do prądu.

**2. Położenie płytek:** Po montażu ścianki i położeniu płytek ceramicznych można zainstalować przycisk Sigma40.

**3. Przygotowanie do montażu przycisku:** Odłóż zbędną część skrzynki montażowej przycisku. Przygotuj spłuczkę do pracy.

**4. Montaż wentylatora:** Umieść wentylator na miejscu wskazanym w instrukcji i podłącz do zasilania.

**5. Założenie przycisku:** Po zamocowaniu przycisku wsuń filtr z węglem aktywowanym. Geberit DuoFresh jest teraz gotowy do użycia.

→ [www.geberit.pl](http://www.geberit.pl)



# Błyskawiczna instalacja

Nowoczesne wzornictwo szklanych płyt ozdobnych



**Toaleta z funkcją podmywania zyskuje coraz większą grupę zwolenników. Niezdecydowani obawiają się czasochłonnych robót niezbędnych do zainstalowania urządzenia. Geberit oferuje prostą i bardzo szybką instalację.**

Dla istniejących systemów sanitarnych WC jakiegokolwiek zmiany budowlane są nie-

wskazane, a niekiedy wręcz niemożliwe. Tymczasem zamontowanie produktów Geberit AquaClean wymaga doprowadzenia wody oraz energii elektrycznej. Geberit znalazł rozwiązanie tego problemu w postaci ozdobnych płyt do montażu Geberit AquaClean. Płyty te mogą być stosowane wyłącznie dla misek ustępowych wiszących, zamontowanych uprzednio na stelażach podtylnokowych firmy Geberit.

#### Optymalność zakupu

Dzięki płycie ozdobnej konwencjonalna toaleta może zostać zastąpiona przez toaletę z funkcją podmywania już w przeciągu kilku

godzin, niezależnie od tego, czy wybrano deskę, czy kompletne rozwiązanie w formie toalety Geberit AquaClean. Dzięki temu rozwiązaniu zakup produktów AquaClean staje się również możliwy w przypadku wynajmowania mieszkania, gdyż demontaż urządzenia nie pozostawia praktycznie żadnych śladów, a element Geberit AquaClean oraz płytę można zabrać ze sobą.

#### Szeroki wachlarz możliwości

Z czasem grupa modeli płyt ozdobnych będzie się rozszerzać. Obecnie dostępne są szklane płyty ozdobne w kolorze białym i czarnym. Każda z płyt posiada zintegrowany przycisk sputkujący ze sputkiwaniem dwudzielnym, którego płaszczyzna licuje z powierzchnią płyty. ←

## Płyta ozdobna Geberit AquaClean

#### Płyty ozdobne Geberit AquaClean

- Szybka i oszczędna instalacja dla desek oraz toalet Geberit AquaClean;
- Brak ingerencji w strukturę budowlaną ścian;
- Stylowy wygląd, proste rozwiązanie;
- Łatwy demontaż w przypadku konieczności dostępu do sputczki;
- Idealny dla toalet w wynajmowanych mieszkaniach.

#### Szerokie zastosowanie:

- Do sputczek podtylnokowych uruchamianych od przodu produkowanych od 1988 roku
- Do sputczek podtylnokowych wyprodukowanych między 1988 a 1997 tylko w połączeniu z podwójnym sputkiwaniem.



- 1 Dolna część płyty ozdobnej jest tak zaprojektowana, aby uwzględnić istniejące przyłącza i mocowania.
- 2 Montaż górnej ramy montażowej dla płyty ozdobnej zajmuje kilka chwil.
- 3 Dzięki płytom ozdobnym Geberit AquaClean może być zamontowany bez żadnych problemów nawet w małej łazience.

# Geberit AquaClean Szkolenia sprzedażowe

**Kluczem do sukcesu sprzedawcy jest zwrócenie uwagi na aktualne potrzeby klienta.**

Wymaga to nie tylko dobrej znajomości produktu, ale również umiejętności rozmowy na intymne tematy dotyczące higieny osobistej. Przedstawiciele marki Geberit AquaClean zaznaczają, jak ważna i znacząca jest bariera psychologiczna w tak trudnych sytuacjach. Geberit oferuje swoim przedstawicielom specjalny trening sprzedażowy. We współpracy z doświadczonym trenerem zajmującym się sprzedażą i treningami personalnymi Geberit opracował specjalne modułowe szkolenie sprzedażowe dla handlowców. Szkolenie to bazuje na najnowszych badaniach z dziedziny psychologii sprzedaży i umożliwia przedstawicielom oraz ich pracownikom nabycie kompetencji i argumentów sprzedaży w dziedzinie produktów Geberit AquaClean.

#### Odpowiedzi na wątpliwości i zastrzeżenia

Każda wątpliwość i zastrzeżenie, które kiedykolwiek było wyrażone przez zainteresowaną stronę jest również dogłębnie poruszone podczas szkolenia. Trzy krótkie przykłady:

#### → Używam wilgotnych chusteczek

„Więc odkryłeś, że papier nie jest wystarczający w utrzymaniu właściwej higieny osobistej. Geberit Aqua Clean idzie o krok dalej – idealnie czyści za pomocą czystej wody”

#### → Wynajmuję mieszkanie

„Geberit AquaClean zapewnia specjalne elementy montażowe, które można łatwo montować oraz demontować w celu zabrania w nowe miejsce zamieszkania.”



„Po delikatnym myciu wodą i osuszeniu ciepłym powietrzem czujesz się świeżo i czysto.” Prezentacja produktu Geberit AquaClean w paryskim salonie.

#### → Duże zużycie wody i elektryczności

„Na czteroosobową rodzinę to równowartość 3 franków szwajcarskich na miesiąc. Jest to koszt mniejszy niż szklanka kawy. Z punktu widzenia ekologii Geberit Aqua Clean 8000 Plus ma takie samo zużycie, jak klasyczna toaleta WC.” ←



# Bezstresowo. Zaciskowo.

Narzędzia dla Geberit Mapress i Geberit Mepla

**Wykonując instalacje, profesjonalista używa jedynie narzędzi, na których może w stu procentach polegać.**

Integralną częścią grupy produktów Geberit Mapress oraz Geberit Mepla są narzędzia służące do zaciskania rur i kształtek. Narzędzia te zyskały zaufanie szerokiego grona profesjonalistów z całego świata, dzięki swojej niezawodności oraz prostej i łatwej obsłudze.

Geberit ma zaszczyt przedstawić serię automatycznych zaciskarek nowej generacji o numerze 202. Udoskonalając zaciskarki, Geberit brał pod uwagę potrzeby i postulaty instalatorów, czyli osób, dla których stanowią one codzienne narzędzie pracy. Nowe zaciskarki są mniejsze i lżejsze dzięki zastosowaniu elektryczno-hydraulicznego napędu.

Nowe zaciskarki akumulatorowe ACO 202 ważą mniej niż 3 kilogramy. Jest to duża zaleta w przypadku obsługi narzędzia jedną ręką. Wszystkie nowe zaciskarki posiadają funkcję automatycznego zacisku, który gwarantuje pełne wykonanie połączenia zaciskowego. ←

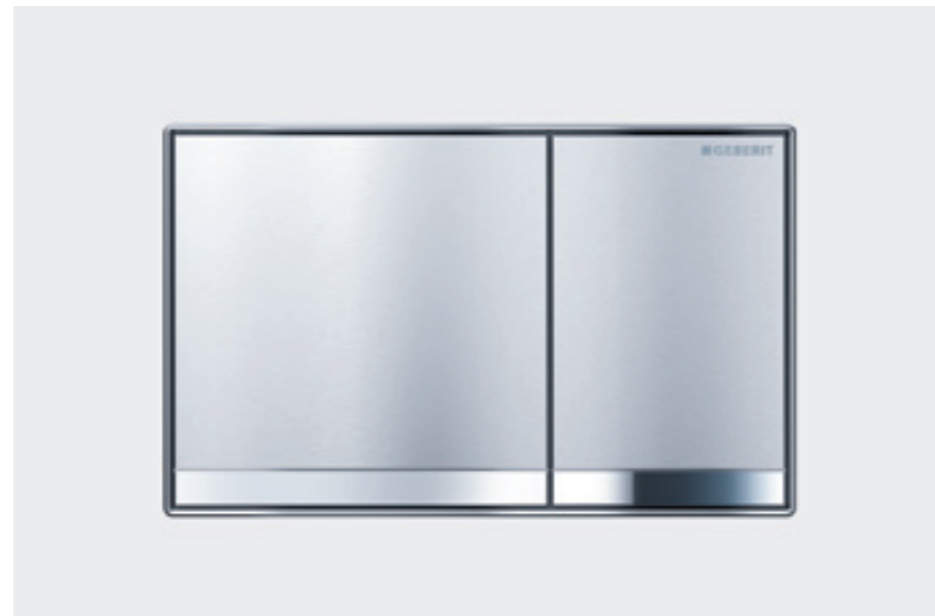


Geberit przy projektowaniu zaciskarek 202 zwrócił szczególną uwagę na zapewnienie bezpieczeństwa i wygody podczas pracy z nowym narzędziem.

## Informacje techniczne

	ECO 202	ACO 202	EFP 202
Zasilanie	kabel 5 m	akumulator	kabel 5 m
Waga netto	3,9 kg	2,9 kg (bez akumulatora)	4,1 kg
Głowica	nieruchoma	nieruchoma	obrotowa
Siła znamionowa	32 kN	32 kN	32 kN

# Przycisk zrównany z powierzchnią ściany Nowe rozwiązanie Geberit



**Instalacja przycisku, który jest zrównany z powierzchnią ściany, wymaga współpracy i połączenia sił hydraulika i glazurnika.**

Przez lata wygląd łazienki przechodził metamorfozy. Dzisiejsza łazienka powinna być funkcjonalna ale także powinna być stylowym miejscem, w którym człowiek czuje się dobrze i swobodnie. Uzyskanie takiego efektu wymaga zastosowania eleganckich produktów wykonanych z materiałów najwyższej jakości. Zadanie to stanowi nie lada wyzwanie dla wykonawców. Z myślą o takim wyglądzie łazienki został stworzony przycisk Sigma60. Efektowna estetyka przycisku Sigma60 zostanie w pełni ukazana, jeśli połączenie z materiałem położonym na ścianie – płytką ceramiczną, kamieniem, drewnem czy gipsem – zostanie wykonane precyzyjnie.

Geberit dołożył wszelkich starań, aby ułatwić instalację przycisku Sigma60 na każdym etapie montażu. Właśnie dlatego zaprojektowano szereg przydatnych

akcesoriów. Sigma60 posiada specjalną skrzynkę ochronną oraz kompensującą ramkę montażową, które umożliwiają wyrównanie płaszczyzny przycisku z powierzchnią ściany po położeniu glazury. Jeżeli wokół przycisku pojawią się nierówności bądź szczeliny, można je ukryć za pomocą specjalnie zaprojektowanej ramki wykonanej z tego samego metalu, co przycisk. ←

## Zalety przycisku Sigma60

- Podwójny przycisk zrównany z powierzchnią ściany można zastosować ze spłuczką podtynkową UP320;
- Elegancja połączenia z wysoką jakością cynkowego odlewu ciśnieniowego, z którego przycisk jest wykonany;
- Specjalna powierzchnia przycisku łatwa do czyszczenia;
- Ramka montażowa ułatwiająca odpowiednie dopasowanie przycisku do powierzchni nawet po zakończeniu robót.



## Geberit Sigma60 – dobrze przemyślana instalacja

Montaż przycisku jest uproszczony dzięki specjalnie opracowanej i potwierdzonej technologii firmy Geberit. Montaż przycisku przebiega według następujących kroków: zamocowanie skrzynki montażowej przycisku przy pomocy bolców dystansowych (zdjęcie nr 1), zamocowanie ramki montażowej (zdjęcie nr 2), dopasowanie ramki przycisku do powierzchni glazury (zdjęcie nr 3), montaż płytek przycisku (zdjęcie nr 4).



# Systemy kanalizacyjne dla drapaczy chmur

**Systemy rurowe Geberit z polietylenu wysokiej gęstości (PE-HD) w sposób wyczerpujący zademonstrowały w Azji i na Bliskim Wschodzie jak idealnie nadają się dla instalacji kanalizacyjnych w budynkach wysokościowych. Coraz częściej są stosowane również w europejskich drapaczach chmur.**



Drapacz chmur nazwany „The Shard” jest obecnie najwyższym budynkiem w Europie. Dzięki temu stanie się znakiem charakterystycznym dla Londynu do lata 2012 roku kiedy to jego budowa zostanie zakończona.

Nie tylko w Azji, Australii i Emiratach Arabskich, ale również w dużych europejskich miastach coraz częściej wznoszone są budynki wysokościowe. Przede wszystkim w Londynie nowe obiekty powyżej 50 kondygnacji projektuje się i buduje w samym centrum miasta. Konstrukcja takich ogromnych budynków to wyzwanie dla inżynierów, zarówno projektantów, jak i wykonawców. Tylko w zakresie technologii instalacji sanitarnych trzeba rozwiązać całą serię nietypowych zadań. Z tego powodu projektowanie i obliczanie systemów wodnych i kanalizacyjnych jest zwykle powierzane firmom z doświadczeniem w konstrukcjach budynków wysokościowych. Jest już wiele takich firm w Londynie.

„Przy projektowaniu kanalizacji w budynkach o ilości kondygnacji większej niż 50, ważna jest możliwie dokładna wiedza na temat ilości ścieków do odebrania w każdym

momencie w dowolnym miejscu w budynku”, mówi Mike Carter, wicedyrektor międzynarodowej firmy Arup z siedzibą w Londynie. „Czy budynek jest przeznaczony tylko do celów komercyjnych, czy jest obiektem czysto mieszkalnym, to kolosalna różnica w zapotrzebowaniu na wodę. Te ogromne, wysokościowe budynki są często tworzone dla mieszanej grupy różnych użytkowników, włączając sklepy, restauracje, piętra biurowe, mieszkania i lofty. To powoduje, że wiarygodne oszacowanie zużycia wody jest raczej skomplikowane”, kontynuuje Mike Carter.

#### Gwałtowne zmiany ciśnienia

Największym wyzwaniem przy projektowaniu systemów kanalizacyjnych nie jest tylko poprawne zwymiarowanie pionów. „Ludzie błędnie zakładają, że ścieki w pionie kanalizacyjnym w budynku wysokościowym nabierają przyspieszenia osiągając wysokie

prędkości i dlatego muszą być stopniowo spowalniane”, wyjaśnia Peter White, współwłaściciel renomowanej firmy inżynierskiej Horae Lea w Londynie. „Faktycznie ścieki osiągają końcową prędkość już po trzech, pięciu metrach. Od wysokości 3 kondygnacji do 100, prędkość u podstawy pionu jest prawie identyczna”, mówi Peter White. Z drugiej strony, rozkłady ciśnienia w systemie kanalizacji podlegają zupełnie innym zasadom. Z tego względu budynek wysokościowy stawia bardziej kompleksowe wymagania projektantom niż wielorodzinny budynek mieszkalny. Im więcej ścieków odbiera pion, tym więcej powietrza musi płynąć wewnątrz pionu, aby skompensować powstające tam podciśnienie. I odwrotnie, powietrze w dolnej części systemu rurowego musi być odprowadzone tak szybko jak to możliwe, aby zapobiec powstaniu nadciśnienia. W obu przypadkach – zbyt duże podciśnienie lub nadciśnienie – negatyw-



nie wpłyną na zamknięcia wodne w syfonach urządzeń typu toaleta, czy zlew kuchenny w mieszkaniach położonych na niższych i wyższych kondygnacjach. Drapacze chmur są budowane w USA od około 100 lat, co wydaje się dostatecznie długim odcinkiem czasu na rozwiązanie problemów z podciśnieniem i nadciśnieniem w rurach kanalizacyjnych. Jednakże każdy, kto tak uważa, zapomina, że amerykańskie wytyczne projektowe dotyczące wentylacji kanalizacji podają średnice, które w świetle obecnej wiedzy technicznej mogą być określone tylko jako przewymiarowane. W każdym razie, inżynierowie z Londynu wolą narażać się na krytykę niż projektować rurociągi przewymiarowane i tym samym droższe.

#### Prosta prefabrykacja z PE-HD

W Londynie jest niemal obojętne, jaki materiał zostanie zastosowany w systemach ka-

nalizacyjnych. „Jest wiele różnych materiałów, które spełniają wymagania określone w dyrektywach dla wysokich pionów” mówi Mike Carter. „Z tego względu wybór materiału i preferencje generalnie zależą od właściciela budynku lub od wykonawcy. My jednakże dajemy rekomendację w tym zakresie.”

W każdym razie, asortyment firmy Geberit jest dobrze znany brytyjskim inżynierom. Systemy kanalizacyjne Geberit PE-HD i Geberit Silent-db20 są coraz częściej stosowane w budynkach wysokościowych, nie mniej niż inne systemy, ponieważ w przeciwieństwie do innych systemów rury Geberit można prefabrykować tworząc całe sekcje gotowe do montażu. To znacznie ułatwia wykonawstwo ze względu na to, że na placu budowy w dużym mieście jest mało wolnej przestrzeni i logistyka jest skomplikowana. ←



↑ Mike Carter, wicedyrektor firmy Arup w Londynie, wierzy, że dobrze wykonany system kanalizacyjny powinien mieć taką samą żywotność jak sam budynek.

← Setki konstruktorów pracuje nad wieloma głównymi projektami w firmie Arup w Londynie.

#### ↓ Geberit Sovent

Zoptymalizowane pod kątem wielkości przepływu kształtki przyłączeniowe Geberit Sovent pozwalają na zaprojektowanie optymalnych pionów kanalizacyjnych w budynkach wysokościowych. Zapobiegają powstawaniu niedrożności w pionach kanalizacyjnych. Z jednej strony zwiększają ich przepustowość aż 4-krotnie, a jednocześnie nie wymagają wykonania dodatkowej wentylacji bocznej pionu. Kształtki przyłączeniowe systemu Geberit Sovent PE-HD są dostępne dla pionów o średnicach 110mm i 160mm.





# Właściwy dobór materiałów

Odpowiednio dobrany materiał na właściwym miejscu – przedstawia zawór Geberit Impuls380

**Politereftalan butylenu (PBT):**  
korpus zaworu, śruba, nakrętka

**Kopolimer styren/butadien (SB):**  
pokrywa, przewód zasilający

**Terpolimer akrylonitryl/butadien/styren (ABS):**  
przezroczysty pływak

**Terpolimer akrylonitryl/styren/akrylan (ASA):**  
kołnierz

**Polipropylen (PP):**  
ogranicznik poziomu napełniania

**Terpolimer etylen/propylen/dien (EPDM):**  
uszczelka

**Kauczuk metylo-winylosilikonowy (VMQ):**  
membrana zaworu



„Surowce są jak piłkarze: tylko, gdy są znane ich zdolności i możliwości, można zastosować je we właściwym miejscu”, mówi Margit Harsch, kierowniczka laboratorium materiałowego firmy Geberit.



w firmie Geberit. Pomimo szerokiej gamy dostępnych tworzyw, które już są przebadane, często najbardziej odpowiedni materiał dla nowego produktu jeszcze nie istnieje. „W takich przypadkach sami rozwijamy, ściśle współpracując z wytwórcami tworzyw sztucznych, uniwersytetami i instytucjami badawczymi – nowy materiał dla produktu”, wyjaśnia Magrit Harsch. Tak było na przykład z systemem kanalizacji wyciszonej Geberit Silent-db20, z rurami wielowarstwowymi Mepla i z systemem PushFit.

#### Wszelkstronne opcje testowania

Oprócz rozwoju i analizy nowych materiałów, przeprowadzane są również testy odporności chemicznej, wytrzymałości na ciśnienie i na zerwanie w nowoczesnym, znakomicie wyposażonym laboratorium, na materiałach, które używane są od wielu lat. Dlatego materiałoznawcy mogą podać wiarygodne, szczegółowe dane o właściwościach i żywotności wszystkich tworzyw sztucznych stosowanych w produktach firmy Geberit.

Ze względu na wymagania jakościowe stawiane swoim produktom przez firmę Geberit, takie kompetencje to wskaźnik wieloletniego sukcesu. ←

materiału są zdefiniowane w najwcześniejszej fazie, zanim produkt wejdzie do seryjnej produkcji.

#### Kompetencje w dziedzinie tworzyw sztucznych

Do kryteriów, które odgrywają ogromną rolę zaliczyć można wytrzymałość mechaniczną i chemiczną, estetykę, jak również odporność na warunki atmosferyczne, UV oraz możliwość recyklingu. „Nasi inżynierowie, technicy i naukowcy są wyjątkowo dobrze zorientowani w świecie tworzyw sztucznych i dlatego mogą kompetentnie wesprzeć rozwój produktu w momencie wyboru materiałów”, mówi Margit Harsch, kierowniczka laboratorium materiałowego

**Marka Geberit oznacza jakość – żadnych wymówek. Dlatego Geberit również w dziedzinie technologii materiałów posiada ogromną wiedzę popartą doświadczeniem.**

Wizja lub znakomita idea jest tylko początkiem rozwoju nowego produktu. Zaraz potem jest skrupulatna, systematyczna praca, dzięki czemu innowacyjny proces w firmie Geberit nie pozostawia żadnego ryzyka. Dlatego też, wymagane dla produktu charakterystyki

## 365 dni ciągłej pracy

Laboratorium sanitarne Geberit nie ma litości

**Zanim firma Geberit wprowadzi nowy produkt, jest on przedmiotem pełnych badań własności fizycznych, których celem jest testowanie pod kątem niezawodności, łatwości montażu i zgodności z światowymi standardami.**

Trzask, huk, hałas bez ustanku. Nie ma czasu na przestoje w tym laboratorium badawczym. Wszystko jest w ruchu, 365 dni w roku, 24 godziny na dobę. Ponad 100 w pełni zautomatyzowanych, w sposób ciągły monitorowanych stanowisk badawczych tworzy trzon laboratorium sanitarnego firmy Geberit, gdzie przeprowadza się głównie testy hydrauliczne i mechaniczne.

#### 10 litrów wody na sekundę

Systemy spłukiwania testowane są setki tysięcy razy. Testy w pełnym biegu sondują uruchamianie spłukiwania, otwieranie i zamykanie systemów zaworu spustowego lub uruchamianie automatycznych baterii umywalkowych. „Wymagane minimum przy testowaniu zbiornika jest „tylko” 200000 spłukań. Ale Geberit spełnia ostrzejsze wymagania od tych zgodnych z prawem, określanych w standardach. I jeśli produkt oferowany jest w coraz większej ilości krajów, niezbędna staje się zgodność z różnymi standardami” mówi Markus Tanner, 42-letni kierownik laboratorium sanitarnego, wyjaśniając swoją odpowiedzialną pracę. Średnio laboratorium zużywa 10 litrów wody na sekundę. W celu ochrony zasobów wodnych tak zaprojektowano obieg wody, że cenny płyn jest oczyszczany kilkukrotnie, co znacznie rozszerza możliwość jego ponownego użycia. Laboratorium sanitarne posiada również wieżę hydrauliczną o



Markus Tanner wlewa wodę do urządzenia testującego w laboratorium zmęczenia materiału.

wysokości 33 metrów, porównywalną z 10-cio piętrowym budynkiem mieszkalnym. Wieża ta jest używana do przeprowadzania badań systemów kanalizacji sanitarnej oraz Pluvii. Badania te umożliwiają również prowadzenie obserwacji systemów kanalizacji o wysokości ponad 100m.

#### 50 lat w trzy miesiące

W laboratorium kanalizacyjnym do badania funkcjonalności zaworów, w tym zaworów spustowych stosowana jest mieszanka wody z piaskiem. „Możemy zmieniać gramaturę piasku i ciśnienie w rurze”, mówi Markus Tanner, wyjaśniając ustawienia. Zawory powinny działać płynnie nawet z lekko zabrudzoną wodą. Laboratorium mechaniki płynów bada wydajność systemów spłukiwania, spłuczek, syfonów umywalkowych i pisuarowych w kombinacji z różnymi typami

ceramiki do WC i umywalkowej. Dalej, w laboratorium systemów rurowych instalacji wodnych, specjaliści Tunnera poddają testom systemy wody pitnej Mepla, PushFit i Mapress poprzez zastosowanie młota hydraulicznego, testów ciśnieniowych i temperatury.

Laboratorium sanitarne kieruje pracami technologicznymi w ścisłej kooperacji z kontrolą jakości i kierownictwem odpowiedzialnym za rozwój produktów. Każdy nowy produkt jest poddawany dokładnym badaniom zanim zostanie wprowadzony na rynek. „Poprzez skomplikowane badania wytrzymałościowe możemy symulować i odtwarzać 50-letni cykl pracy w ciągu trzech miesięcy”, mówi Tanner. „Tylko najlepsze rozwiązania produktów spełniają wszystkie wymagania.” ←





## Za potrzebą do Europy

Kolejna realizacja w ramach działalności sponsorskiej firmy Geberit

**19 kwietnia 2010 roku firma Geberit Sp. z o.o. podpisała kolejną umowę sponsorską w ramach akcji „Za potrzebą do Europy”. Rok później, 25 maja 2011r. dokonano oficjalnego otwarcia toalety. Realizowana od 2003 roku kampania społeczna ma na celu modernizację toalet publicznych w prestiżowych i ważnych turystycznie miejscach Polski. Najnowszy projekt firma Geberit zrealizowała w Muzeum Socrealizmu w kompleksie muzealnym Pałacu Zamojskich w Kozłówce.**

Higiena w potrzebie. Akcja społeczna „Za potrzebą do Europy” rozpoczęła się w 2003 roku, kiedy Polska głosowała nad przystąpieniem do Unii Europejskiej. Inicjatorem akcji jest prezes szwajcarskiej firmy Geberit w Polsce, Pan Andrzej Dobrut. Firma Geberit, ekspert w dziedzinie instalacji sanitarnych, jako pierwsza postanowiła zwrócić uwagę na problem jakości toalet publicznych w Polsce, a inicjując akcję „Za potrzebą do Europy” zaproponowała wybranym obiektom wsparcie w remoncie toalet.

W ramach akcji „Za potrzebą do Europy” firma Geberit przekazuje nieodpłatnie materiały Geberit lub remontuje szatnie publiczne w miejscach prestiżowych i atrakcyjnych turystycznie. Głównym kryterium wyboru obiektu do remontu jest zaspokojenie potrzeby możliwie największej liczby potencjalnych użytkowników. Każdego roku firma starannie monitoruje wszystkie obiekty, aby móc wybrać ten, który jest atrakcyjny turystycznie i w którym jednocześnie wymagana jest renowacja toalety. Przy realizacji projektu Geberit podejmuje także współpracę ze społecznościami lokalnymi, instytucjami użyteczności publicznej i urzędami, w zakresie wyboru miejsc do remontu publicznych toalet w różnych regionach Polski. ←

#### ← Realizacja

- Muzeum Sztuki Współczesnej Zachęta (2003 rok)
- Muzeum Pałac w Wilanowie (2003 rok)
- toalety publiczne w Uście (2003 rok)
- toalety publiczne w Łebie (2004 rok)
- toalety publiczne w Krynicy Morskiej (2005 rok)
- Muzeum Historyczne m.st. Warszawy na Rynku Starego Miasta (2005 rok)
- Zamek Królewski na Wawelu (2007 rok).

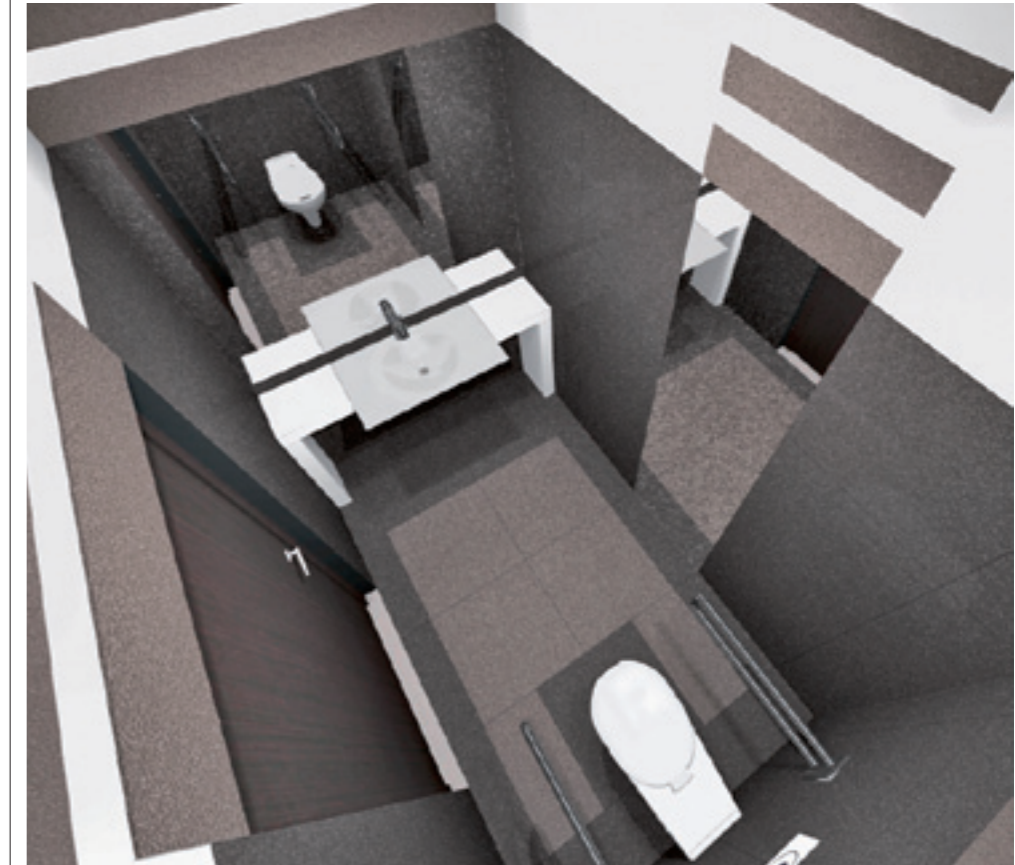
#### Fakty

##### Za potrzebą...

Każdy projekt realizowany w ramach akcji „Za potrzebą do Europy” powstaje na podstawie indywidualnego projektu, dostosowanego do architektury i wystroju sąsiadujących wnętrz. W pracach renowacyjnych wykorzystywane są produkty najwyższej jakości oraz nowoczesne systemy instalacyjne firmy Geberit - produkty linii Geberit Hy, odporne na zniszczenie i zapewniające najwyższe standardy higieniczne. Szeroki asortyment produktów firmy oraz stała pomoc specjalistów umożliwia kompleksową obsługę inwestycji.

Od 2003 roku firma Geberit w ramach projektu „Za potrzebą do Europy” zrealizowała siedem inwestycji na terenie całej Polski. Dzięki współpracy firmy z lokalnymi władzami i społecznościami, nowe toalety otrzymały obiekty wymienione powyżej.

→ [www.geberit.pl](http://www.geberit.pl)



W toaletach w Kozłówce zastosowano najnowocześniejsze rozwiązania firmy Geberit: stelaże podtynkowe Geberit Duofix do WC, pisuarów i umywalk, przyciski sflukujące Sigma50, eleganckie syfony umywalkowe oraz produkty dla toalet publicznych z linii Hy: elektroniczne zawory sflukujące do pisuarów oraz elektroniczne baterie umywalkowe. Na szczególne uznanie zasługuje projekt wykonany przez Panią Annę Bedlicką-Góźdź. Urzeka dbałość o szczegóły, rozmach i poczucie dużej przestrzeni tak wyjątkowa w przypadku toalet publicznych.

## Pałac Zamojskich w Kozłówce

Pałac należy do ciekawszych miejsc w województwie lubelskim. Kozłówka jest położona kilka kilometrów na zachód od Lubartowa. Okoliczne tereny są zaliczane pod względem geograficznym do Małego Mazowsza, którego krajobraz jest równie płaski, smutny i monotony jak na prawdziwym Mazowszu. Kozłówka poszczycić się może dwoma wspaniałymi dziełami: natury i człowieka. Pierwsze z nich - dzieło przyrody - to ogromny kompleks Lasów Kozłowieckich z leśnym rezerwatem „Kozie Góry”. Drugim jest niezrównane dzieło architektury - monumentalne założenie pałacowo-parkowe

zlokalizowane w południowej części wsi Kozłówka. Sam Pałac jest absolutnym wyjątkiem wśród polskich obiektów muzealnych tej klasy. Zwiedzający odnosi wrażenie, że właściciel pałacu jest chwilowo nieobecny, a życie w nim tętni i tylko na chwilę ucichło. Zbiory przedmiotów domowego użytku, mają tutaj szczególną wartość, ponieważ udało się je zachować w takim stanie, jakim właściciele zostawili je uchodząc przed zawieruchą wojenną. Jest więc tutaj ogromny zbiór ksiąg, ceramiki użytkowej oraz to co dla nas najbardziej istotne przepiękne toalety z urządzeniami użytkowymi z epoki. ←



# Szkolimy około 5 tysięcy osób rocznie



**W 2009 roku firma Geberit rozpoczęła modernizację swojego centrum szkoleniowego. W pierwszym etapie powstała ekspozycja dla klientów. Pomimo upływu czasu w dalszym ciągu jest bardzo imponująca i robi na klientach ogromne wrażenie.**

Szkło, surowy beton oraz bardzo duże kolorowe zdjęcia tworzą nierozzerwalną całość. W zeszłym roku hol wejściowy oraz recepcja zyskały nowy, elegancki wygląd dopasowany do nowej ekspozycji. Ten rok jest jednak wyjątkowy. Wyremontowane będą toalety publiczne – działająca wizytówka firmy. Projekty wyglądają prawdziwie imponująco!

Za zmianami wyglądu Centrum Szkoleniowego idą także gruntowne zmiany w organizacji szkoleń firmy Geberit. Już od chwili obecnej na szkolenie może zgłosić się każdy zainteresowany klient. Na stronie [www.geberit.pl](http://www.geberit.pl) znaleźć można formularz zgłoszeniowy. Należy go wypełnić i wysłać pod wskazany adres.



Szkoleniowy zlot motocyklowy odbył się 12 maja 2011r. i wzięło w nim udział 25 instalatorów i 7 handlowców.

#### Remont

Remont toalet będzie trwał 1 miesiąc. Nowe toalety zostaną wyposażone w najnowsze produkty Geberit z linii Hy oraz bardzo oczekiwane przez klientów toalety myjące Geberit AquaClean8000plus. Od tej chwili siedziba firmy Geberit będzie mogła być wykorzystywana przez potencjalnych klientów AquaClean jako miejsce pokazowe i testowe. Zapraszamy serdecznie.

#### Geberit Training Camp

Niektóre szkolenia organizowane przez firmę Geberit grupują klientów o podobnych zainteresowaniach. Przykładem może być coroczny zlot motocyklowy. Klienci podróżujący motocyklami przyjeżdżają do sie-

dziby firmy w Warszawie, gdzie są uczestnikami szkolenia dotyczącego nowych produktów. Tegoroczny zlot miał miejsce 12 maja i wzięło w nim udział 32 klientów firmy Geberit oraz 3 pracowników. Innym przykładem mogą być coroczne wyjazdy narciarskie, regaty dla projektantów na Mazurach, wyjazdy wędkarskie. Takie szkolenia doskonale integrują środowisko, pozwalają naszym klientom poznać nie tylko produkty firmy Geberit, ale także filozofię działania firmy i strategię rynkowe. Rozmowy kulturalne prowadzone przy okazji tego rodzaju szkoleń pozwalają na zadawanie szczegółowych pytań, rozwiewanie wątpliwości oraz wyjaśnianie i komentowanie plotek. ←

#### Ośrodki szkoleniowe w Polsce

Jednym z najważniejszych zadań firmy jest zapoznanie wszystkich klientów z możliwościami i zaletami zastosowania urządzeń i systemów instalacji sanitarnych firmy Geberit. Dlatego też powstały cztery ośrodki szkoleniowe na terenie kraju, w których można uczyć się sposobu montażu urządzeń oraz prawidłowego wykonywania instalacji. Firma Geberit współpracuje z dwoma szkołami o profilu budowlanym, w których organizowane są szkolenia dla instalatorów.

#### Fakty

##### Szkolenia

W roku 2010 firma Geberit przeszkoliła 5950 klientów:

W siedzibie firmy oraz ośrodkach szkoleniowych: 1460 osób, a w punktach handlowych i w miejscach instalacji 3460.

##### Prowadzimy szkolenia dla naszych klientów:

- Wykonawców
- Projektantów instalacji
- Architektów
- Inwestorów
- Uczniów i studentów
- Nauczycieli i wykładowców

##### W systemie szkoleń wydzielono moduły szkoleniowe dla różnych grup klientów:

„Poznaj świat Geberitu / Instalacje w domu”  
 „Poznaj świat Geberitu/ Toalety publiczne”  
 „Pluvia”

→ [www.geberit.pl](http://www.geberit.pl)



# Koncept Geberit AquaClean Partner

Woda to pierwotny żywioł. Od początku istnienia ludzkości jest podstawą higieny osobistej.

**Nic bowiem nie gwarantuje tak naturalnej czystości. Woda oczyszcza, odświeża oraz ożywia ciało i duszę. Tak samo działa toaleta myjąca Geberit AquaClean, która dba o higienę delikatnie i bezdotykowo.**

Firma Geberit, jako lider na rynku poświęca wiele środków i dużo uwagi badaniom nad rozwojem produktów. Zawsze stara się wyznaczać trendy i wskazywać drogi rozwoju. Dlatego produkty z linii AquaClean mają dla nas tak duże znaczenie. Są one naturalną kontynuacją toalet i desek myjących Geberit Balena. Geberit ma w tym zakresie 30-letnie doświadczenie. Od kilku lat wzmocniona akcja informacyjno-marketingowa prowadzona w Szwajcarii i Niemczech przyniosła zaskakujące wyniki handlowe. Rozpoczęta badaniami rynkowymi nad ogólnymi aspektami higieny wskazała, jak duże znaczenie ma dla nas higiena miejsc intymnych.

Na tej podstawie firma rozpoczęła prace nad unowocześnieniem produktów, zmianę konceptu marketingowego i nazwy na AquaClean. W efekcie, po zaledwie kilku latach wzmocnionej pracy 4% gospodarstw

domowych w Szwajcarii jest w posiadaniu urządzenia Geberit AquaClean. Po spektakularnym sukcesie tych urządzeń w Szwajcarii przyszedł czas na Polskę. Jesteśmy przekonani, że nie ma odwrotu od desek myjących.

## AquaClean w Polsce

Firma Geberit w Polsce rozpoczęła akcję Geberit AquaClean Partner. Na razie dotyczy ona 9-ciu punktów handlowych w Polsce. Na stronie [www.i-love-water.pl](http://www.i-love-water.pl) można znaleźć miejsca, w których przeszkoleni handlowcy dobiorą model deski do potrzeb klienta, zaproponują skorzystanie z działającej i zamontowanej na koszt Geberit deski w toalecie.

Punkty handlowe zostały starannie dobrane spośród tysięcy. Z założenia miały to być najpiękniejsze salony łazienkowe, z dobrze wyposażoną ekspozycją i własną elegancką toaletą.

W ten sposób Geberit rozpoczął ścisłą współpracę z tymi salonami. Ma ona polegać na organizowaniu szkoleń handlowych i technicznych dla pracowników firm, współpracujących z nimi architektów, instalatorów. Ważnym elementem współpracy jest duża ilość narzędzi marketingowych i wizualizacyjnych, a głównym hasłem promującym AquaClean jest „I Love Water”. ←



## ↑ Reklama I Love Water

Firma Geberit zamontowała na szczytowej ścianie budynku ogromną reklamę I love Water. Ze względu na duży ruch przy ul. Postępu liczymy na duże zainteresowanie akcją. Konceptację hasła uważamy za wyjątkowo udaną. W tych trzech „słowach - znakach” zawarta jest cała filozofia działania w ramach akcji AquaClean.

## Promocja

Firma Geberit prowadzi akcję dla handlowców, w ramach której każda sprzedana deska nagradzana jest prezentem. Natomiast akcja dla architektów wewnątrz zakłada, że trzech najbardziej aktywnych projektantów wyjedzie w kwietniu przyszłego roku na wycieczkę do Szwajcarii, której główną atrakcją będzie przejazd „Ekspresem lodowcowym”.

W dniu 6 kwietnia firma Geberit zorganizowała konferencję prasową na temat wyników finansowych oraz nowości produktowych. Jednak kulminacyjnym punktem spotkania była prezentacja nowego hasła reklamowego do kampanii AquaClean – toalet myjących. Przedstawiciele firmy określali nowe hasło reklamowe jako wyjątkowo trafne, proste w przekazie, a jednocześnie bardzo zabawne i przykuwające uwagę. Nowe hasło w nowym layoutcie znajduje się obecnie na ścianie szczytowej budynku na ul. Postępu 1. Będzie ono sukcesywnie propagowane i prezentowane w punktach handlowych Partnerów AquaClean w całej Polsce. Mapę Partnerów można znaleźć na nowej stronie [i-love-water.pl](http://i-love-water.pl). Hasło zostało bardzo dobrze przyjęte przez przedstawicieli prasy. Zwrócono uwagę na zabawną formę i prosty przekaz.



## Fakty

### Higiena

Higiena osobista jest dla nas wszystkich ważna lub bardzo ważna (Holandia 98% / Szwajcaria, Niemcy, Austria, Francja 99% / Hiszpania, Włochy 100%)

Poświęcamy na nią codziennie dużo czasu (połowie Japończyków higiena osobista zabiera 50 minut dziennie)

Niemal co trzecia osoba często lub zawsze nie czuje się całkowicie czysta po skorzystaniu z toalety

Co dziesiąta ma regularnie ślady na bieliźnie (Szwajcaria, Austria), w Japonii 13%, w Niemczech 16%

Większość osób stosuje wilgotne chusteczki – papier zatem im nie wystarcza

75% osób twierdzi, że mycie wodą byłoby dokładniejsze

Co druga osoba rozważyłaby zakup toalety myjącej

\*Źródło: Badania GfK „Dobre samopoczucie i higiena 2008/2009”. Obszar objęty ankietą: Szwajcaria, Niemcy, Austria, Włochy, Hiszpania, Japonia, Francja, Holandia

→ [www.geberit.pl](http://www.geberit.pl)



# Nagrody Design Plus

Prestiżowa nagroda przyznana firmie Geberit i jej dwu produktom: elementowi DuoFix do natrysków z odpływem w ścianie oraz Geberit DuoFresh.

**Oferta Geberit reprezentowana była w konkursie targów frankfurckich „Design Plus” przez dwa wyjątkowo innowacyjne produkty. Pośród zwycięzców znalazły się więc Geberit DuoFresh – przycisk z odciążeniem zanieczyszczonego powietrza z toalety oraz element DuoFix do natrysków bezbrodzikowych z odpływem ściennym.**

Konkurs jest organizowany przez targi we Frankfurcie w kooperacji z RAT (German Design Council). DuoFresh – pierwsza nagroda dla firmy Geberit, eliminuje nieprzyjemne zapachy bezpośrednio z miski WC. Zanieczyszczone powietrze jest zasysane prosto z miski ceramicznej i oczyszczane przez filtr węglowy umieszczony pod przyciskiem. Następnie czyste powietrze jest wdmuchiwane z powrotem do łazienki. Przycisk sflukujący Sigma40 zaprojektowany przez znanego szwajcarskiego projektanta Christopha Behlinga łączy w sobie kilka funkcji (wentylacja, zintegrowany pojemnik na kostki higieniczne, sflukowanie toalety), a jednocześnie zwraca uwagę minimalistyczną, elegancką formą. Dzięki natynkowemu montażowi oraz specjalnej budowie przycisk Sigma40 sprawia wrażenie lewitującego przy ścianie. Takie rozwiązanie idealnie pasuje do wszystkich nowoczesnych łazienek – to główny powód, dla którego przycisk został wyróżniony nagrodą Design Plus. Zwrócono także uwagę na aspekty ochrony środowiska. Używając DuoFresh nie trzeba więcej wietrzyć pomieszczenia, energia nie jest więc dodatkowo zużywana w czasie ogrzania powietrza



Odptyw w ścianie to zupełnie nowe rozwiązanie na rynku. Dzięki niemu podłoga może być zupełnie jednolita.

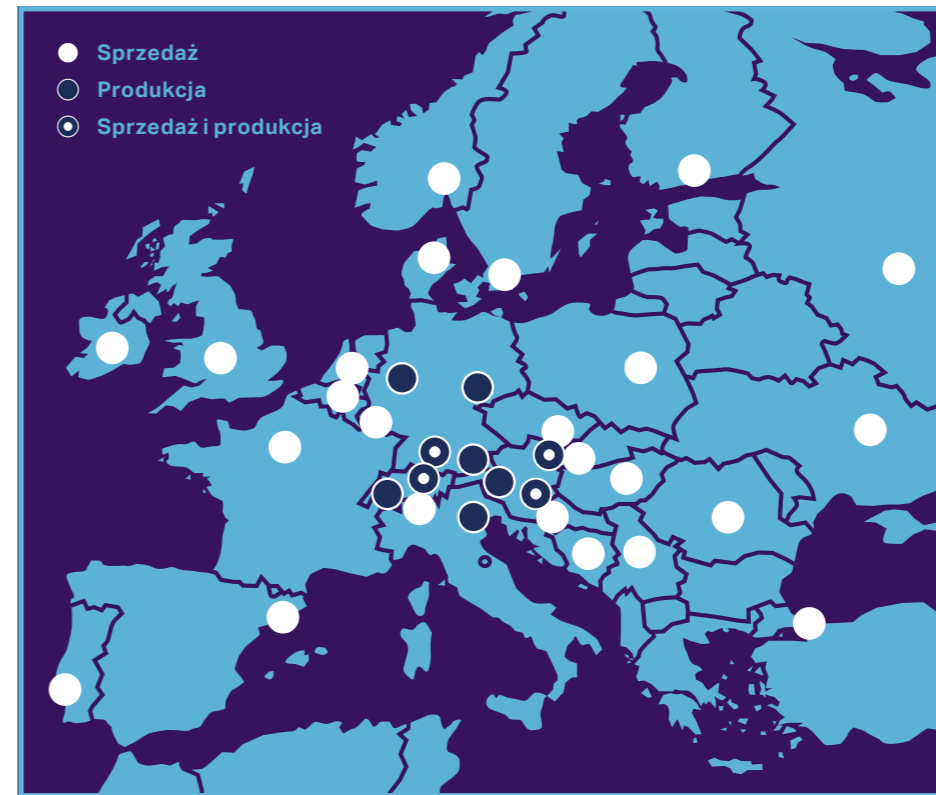
w łazience. Żaden inny producent nie oferuje jeszcze takich rozwiązań technologicznych w połączeniu z niezwykłym wzornictwem przycisku sflukującego.

Element do natrysków bezbrodzikowych z odpływem w ścianie to nic innego jak syfon natryskowy odprowadzający wodę do instalacji w ścianie. Prosty pomysł na przełamanie konwencji znacznie uprościł montaż całego systemu, przyspieszył instalację i ułatwił projektowanie całej łazienki. Od tej chwili podłoga w natrysku może być zupełnie jednolita, a wygląd takiego pokoju kąpielowego jest znacznie bardziej atrakcyjny.

Odptyw natrysku został całkowicie schowany w ścianie instalacyjnej, żadna jego część nie znajduje się w podłodze pod natryskiem. Użytkownik widzi tylko mały

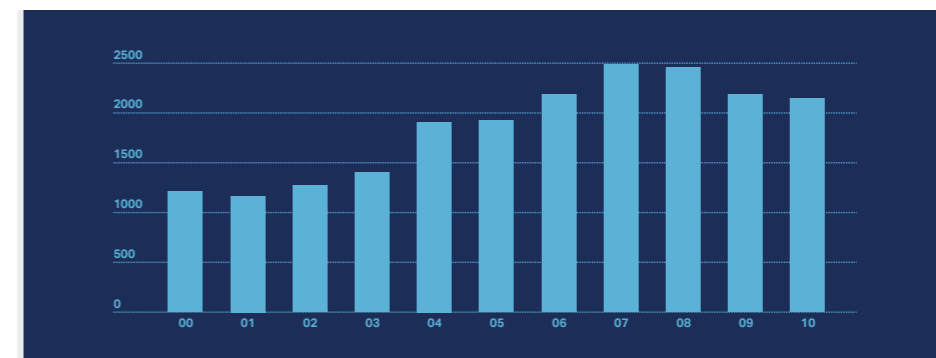
otwór w ścianie i sam może dobrać pokrywę odpływu, która jest dostępna w kolorze białym, chromie błyszczącym i wykonaniu ze stali nierdzewnej. Istnieje również możliwość wklejenia własnego materiału w specjalną ramkę pokrywy dopasowując go idealnie do wystroju wnętrza. Nowy element do natrysków bezbrodzikowych jest w pełni zgodny z systemami DuoFix i GIS. Projekt produktu wykonał międzynarodowy team designerów Tribecraft AG. Produkt ten jest także nagrodzony przez jurorów konkursu „iF product design award 2010”, podobnie jak stworzony przez ten sam zespół projektantów Monolith. ←

## Wyniki finansowe Geberit 2010



Obecność na rynku globalnym.

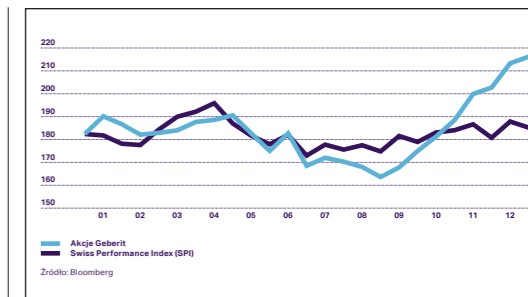
Geberit osiąga obroty na rynkach ponad 100 państw świata oraz zatrudnia około 5800 pracowników w 41 krajach. Aktualnie Firma posiada 15 zakładów produkcyjnych w siedmiu krajach.



### Wzrost wyników sprzedaży w walutach lokalnych

Zgodnie z tym, co ogłoszono w styczniu 2011 roku, wyniki sprzedaży Grupy Geberit w roku 2010 wyniosły 2.146,9 miliona CHF (w roku poprzednim 2.181,2 miliona), co oznacza, zwyżkę o 5% w walutach lokalnych, oraz spadek o 1,6% we frankach szwajcarskich. W porównaniu z rokiem 2009, większość regionów i krajów zamknęło omawiany rok

zwyżką sprzedaży (zmiany w walutach lokalnych). Na rynkach krajów europejskich ogólne wyniki sprzedaży wzrosły o 4,6%. W 2010 roku, wzrost odnotowano również w regionach Dalekiego Wschodu/Pacyfiku (+22,2%), Ameryki (+6,8%) oraz Bliskiego Wschodu/Afryki (+1,7%). Wartość sprzedaży systemów sanitarnych wzrosła we frankach szwajcarskich o 0,4%, do kwoty 1.255,7 miliona. Z kolei w walutach lokalnych, ten wynik sięgnął 7,1%. Dla systemów rurowych odnotowano spadek sprzedaży o 4,3% (891,2 miliona CHF), a w walutach lokalnych wzrost o 2,2%. ←



Kilka słów o zysku

### Akcje Geberit

Wysoki poziom zysku operacyjnego

W roku 2010 Grupie Geberit udało się utrzymać wyniki na wysokim poziomie z lat poprzednich, pomimo, negatywnych różnic kursowych oraz wahań cen surowców. Za tym sukcesem stoi głównie konsekwentne zarządzanie kosztami i dalsza optymalizacja procesów. Pomimo standardowych zabezpieczeń, różnice kursowe miały istotny, ujemny wpływ na osiągnięte wyniki.

Wartość operacyjnych przepływów pieniężnych (EBIDTA) spadła do kwoty 573,7 miliona CHF, czyli o 6,1% w stosunku do roku poprzedniego. Marża EBIDTA sięgnęła 26,7%, co jest drugim rekordowym wynikiem w historii Geberit, po 28% z roku poprzedniego. Średni wzrost EBIDTA (6,8%) był wyższy od zagregowanego wzrostu sprzedaży z okresu ostatniego dziesięciolecia (5,9%). Zysk operacyjny (EBIT) spadł o 7,7% do 486,2 miliona CHF. Marża EBIT osiągnęła poziom 22,6% (24,1% w roku poprzednim). Dzięki niższej stawce opodatkowania, zysk netto wzrósł o 2,3% do 406,8 miliona CHF, przy zwrocie ze sprzedaży na poziomie 18,9%. Zysk na akcję wzrósł z kolei o 1,4% do 10,32 CHF.

→ [www.geberit.pl](http://www.geberit.pl)



Spluczki podtynkowe Geberit

**■ GEBERIT**

# Przez pokolenia.



Już ponad 40 lat spluczki podtynkowe Geberit doskonale funkcjonują w naszych domach. Zajmują mniej miejsca niż mogłoby się wydawać i jednocześnie wyglądają bardzo elegancko. Doskonała jakość gwarantuje długą żywotność produktu, a Ty w tym czasie możesz dłużej cieszyć się swoją łazienką. Głębokie nastawienie na jakość potwierdza 25-letnia gwarancja dostępności części zamiennych oraz 10-letnia prawdziwa gwarancja na wszystkie elementy systemu. Dowiedz się więcej na stronie → [www.geberit.pl](http://www.geberit.pl)