

WOW KNIF.

KUNDTIDNING
HÖSTEN 2026

NY VARUMÄRKES- OCH PRODUKTKAMPANJ

BETTER. FOR YOU.

NYA GEBERIT EXPERIENCE CENTER I MILANO

I HJÄRTAT AV
DESIGNMETROPOLEN

OM OMSLAGET

Geberit Experience Center i Milano.

KONCEPT/DESIGN/REALISERING

Linkgroup AG, Zürich, Schweiz
www.linkgroup.ch

Utgivning: varje halvår.
Reproduktion av enskilda artiklar,
helt eller delvis, måste godkännas
av redaktionen.

4 MENS ÄR INTE PROBLEMET

BRISTEN PÅ SANITET ÄR

6 BETTER. FOR YOU.

NY VARUMÄRKES- OCH
PRODUKTKAMPANJ

8 GEBERIT EXPERIENCE CENTER

EN PLATS FÖR UTBYTE
OCH INSPIRATION

- 12 **Sigma40 spolplatta –
Som en kameleont**
- 14 **Montering av Sigma40 –
Schweiziskt hantverk**
- 16 **Expertis inom datacenter**
- 18 **AquaClean Alba duschtoalett –
Toppklass för hotell**
- 20 **Produktion av AquaClean Alba –
Mer Alba för alla**



Ronnie Persson
VD

KÄRA KUNDER

Designtrender kommer och går. För Geberit ligger dock designens verkliga styrka i kvalitet som står sig över tid.

Vår designfilosofi tar sin början bakom kulisserna – där teknik samverkar med precision och fungerar tillförlitligt i årtionden. För Geberit handlar design om att leda vattnet genom byggnaden på ett så effektivt och hållbart sätt som möjligt, samtidigt som vi skapar den bästa möjliga badrumsupplevelsen för användaren. Resultatet syns bara delvis: i produkter som förmedlar denna perfektion genom ett tidlöst och diskret formspråk.

Detta kan du uppleva på nära håll i det nya Geberit Experience Center i Milano. Utställningen, mitt i Europas designhuvudstad, gör teknisk excellens konkret och visar samspelet mellan människa, design och funktion. En spolplatta är mer än bara en knapp – den är en synlig symbol för osynlig precision. En duschtoalett är mer än en innovation – den är den naturliga utvecklingen av ett grundläggande behov.

När du bläddrar vidare i detta magasin kommer du att upptäcka många fler exempel. Jag hoppas att du får en inspirerande och givande läsupplevelse.



PERIOD.

MENS ÄR INTE PROBLEMET BRISTEN PÅ SANITET ÄR

Den 28 maj 2026, på Internationella mensdagen, lyfte Geberit Sverige en fråga som berör miljontals människor världen över – rätten till sanitet i samband med mens.

MENS SKA INTE VARA ETT HINDER

Mens är en naturlig del av livet. Ändå påverkar den fortfarande möjligheterna att gå i skolan, arbeta och leva på lika villkor för miljontals kvinnor och flickor världen över. Men det handlar inte om mens i sig. Det handlar om något helt annat: Bristen på toaletter, rent vatten och hygien.

Med initiativet PERIOD. riktade Geberit Sverige uppmärksamheten mot just detta – och satte ord på en insikt som förtjänar större utrymme: Mens är inte problemet. Bristen på sanitet är.

EN GLOBAL UTMANING

I dag saknar över en miljard kvinnor och flickor tillgång till fungerande toaletter. Konsekvenserna är påtagliga: flickor tvingas stanna hemma från skolan, kvinnor missar arbete och många utsätts för övergrepp.

Tillgång till vatten, sanitet och hygien är därför inte bara en praktisk fråga – det är en förutsättning för värdighet, jämställdhet och möjlighet att delta i samhället på lika villkor.



”PERIOD. handlar inte bara om att uppmärksamma ett problem – det handlar om att driva förändring där den behövs som mest.”

Petra Nilsson
Marknadschef Geberit Sverige

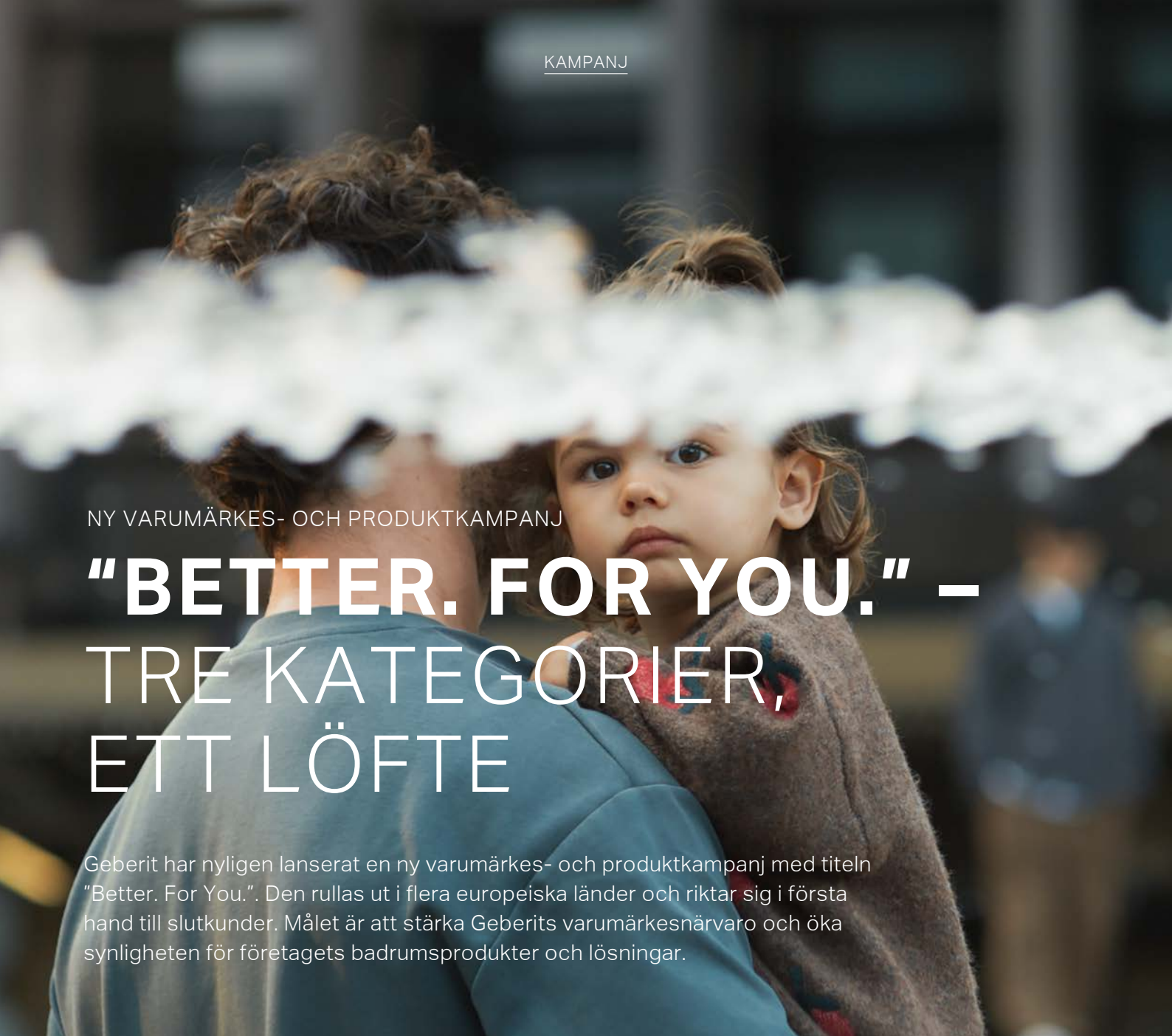
EN KAMPANJ SOM LYFTER PERSPEKTIVET

I samband med Internationella mensdagen arrangerade Geberit Sverige ett event som satte ljus på kopplingen mellan menstruation och tillgång till grundläggande sanitet. Tillsammans med inbjudna gäster och representanter från WaterAid diskuterades de strukturella hinder som fortfarande påverkar kvinnors och flickors vardag globalt. Under samtalet delade Petra Nilsson, marknadschef på Geberit Sverige, insikter kring företagets arbete och hur tekniska lösningar kan bidra till bättre levnadsvillkor över tid.

Dagen präglades av ett starkt engagemang och en gemensam vilja att öka förståelsen för frågan. Samtalet leddes av Carina Berg och gav utrymme för olika perspektiv – från konkreta erfarenheter i fält till den roll näringslivet kan spela i att driva utvecklingen framåt.

Som en förlängning av diskussionen togs initiativet vidare ut i stadsmiljön, där närvaron i centrala Stockholm bidrog till att nå nya målgrupper och skapa fortsatta samtal. Genom att kombinera kunskap, dialog och synlighet blev dagen ett tillfälle att bredda perspektivet och sätta fokus på en fråga som alltför ofta tas för given.




 NY VARUMÄRKES- OCH PRODUKTKAMPANJ

"BETTER. FOR YOU." – TRE KATEGORIER, ETT LÖFTE

Geberit har nyligen lanserat en ny varumärkes- och produktkampanj med titeln "Better. For You.". Den rullas ut i flera europeiska länder och riktar sig i första hand till slutkunder. Målet är att stärka Geberits varumärkesnärvaro och öka synligheten för företagets badrumsprodukter och lösningar.

Den nya Geberit-kampanjen "Better. For You." började i augusti med en TV-reklam som på ett överraskande sätt lyfter fram företagets kärnkompetens, "Mastering Water". Under hösten följs denna upp med kortfilmer, annonser och affischmotiv med olika produkter som toaletter, duschoaletter, tvättställ och duschlösningar. Filmerna och bilderna visas i TV och på streamingplattformar samt i både digitala och traditionella kanaler.

KICK-OFF MED TV-REKLAM SOM FOKUSERAR PÅ VATTEN

I TV-reklamen, som utgör startskottet för kampanjen, spelar vattnet huvudrollen. Men inte som ett okontrollerat element, utan som en resurs som formas av Geberits ingenjörers och produktutvecklarens kunskaper och expertis. Slående bildspråk visar hur Geberit bryter ny mark med vatten – med ett tydligt mål: att förbättra människors badrum och därmed en viktig del av deras liv.

UTÖKNING MED KATEGORIFILMER

Som komplement till TV-reklamen visas från och med september tre kategorifilmer som lyfter fram Geberits kompetens inom områdena toalett, tvättställ och dusch. Fokus ligger på utvalda

produkter och funktioner som visar hur Geberit förbättrar komfort och kvalitet i badrummet med genomtänkta lösningar. Samtidigt riktar uppmärksamheten även mot tjänster och digitala verktyg som gör det möjligt för slutkunder att planera sina badrum. Genom att hänvisa intresserade användare ger Geberit dessutom ett riktat stöd till sina partners – från installationsföretag till utställningar.

FOKUS PÅ SLUTKONSUMENTER

"Slutkonsumenternas betydelse har ökat markant för oss under de senaste åren. Med 'Better. For You.' visar vi vad våra produkter kan göra i vardagen", säger Martin Baumüller, Head of Marketing & Brands och medlem av Geberits koncernledning. Målet med den tvådelade kampanjen är att ytterligare stärka Geberits position som leverantör av genomtänkta badrumslösningar. "På Geberit står människors behov i centrum för varje innovation. Det gör att vi med våra produkter kan göra en verklig skillnad i människors vardag."



Skanna för att se filmen

←

Vatten kontrolleras
av Geberit – en
av kampanjens
överskådande bilder.

→

De bästa lösningarna
för badrummet –
detta står i fokus i
kampanjens andra del.



Martin Baumüller
Head Division Marketing & Brands

Martin Baumüller, Geberit är inte känt för den här typen av storskaliga kampanjer. Varför kommer de just nu?

Under de senaste åren har Geberit byggt upp ett brett sortiment av badrumsprodukter. Med "Better. For You." vill vi stärka vår position och visa vad våra produkter kan göra i vardagen. Kampanjen är därför ett viktigt steg för att komma närmare de människor som använder våra lösningar.

Vem riktar sig kampanjen till?

Vi vänder oss i första hand till slutkonsumenter, men även till yrkesverksamma inom exempelvis

arkitektur, inredning och projektering. Kampanjen visar att Geberit i badrummet inte bara står för teknik bakom väggen, utan också för välutformade produkter som syns.

Vilken roll kommer marknadsföring att spela för Geberit de kommande åren?

Vi vill positionera oss ännu tydligare hos våra målgrupper som en tillverkare av smarta badrumsprodukter synliga framför väggen. Men marknadsföring når inte bara redan intresserade kunder – det är också en investering i vår varumärkeskännedom hos beslutsfattare och framtida kunder som ännu inte står inför en badrumsrenovering. Detta gynnar även installatörer som rekommenderar badrumsprodukter till slutkunder.

NYA GEBERIT EXPERIENCE CENTER I MILANO

I HJÄRTAT AV DESIGNMETROPOLEN

GEBERIT
MASTERING
WATER

SISTEMI DI ADDUZIONE
SISTEMI DI SCARICO

■ GEBERIT

SISTEMI DI SCARICO

I centrum av Geberits
Experience Center
står Mastering Water
Tower.

Mitt i hjärtat av Milanos pulserande designscen har Geberit öppnat ett nytt Experience Center – en plats för utbyte och inspiration.

Få städer personifierar estetik och design lika starkt som Milano. I denna inspirerande miljö har Geberit med sitt nya Geberit Experience Center skapat en permanent plattform för dialog mellan design, arkitektur och teknik. Fokus ligger på upplevelsen av Mastering Water, Geberits kärnkompetens.

"Geberit Experience Center visar vad vi står för: ett ansvarsfullt användande av vatten – som säkerställer tillförlitlighet och komfort i vardagen", säger Silvia Del Vitto, Head of Marketing och Product Management för Geberit Italien. "Samtidigt skapar vi en öppen mötesplats för utbyte och lärande tillsammans med kunder från hela världen."

"MASTERING WATER TOWER" I CENTRUM

Utställningen är belägen i ett tidigare industri- och handelskomplex i det livliga Tortona-distriktet. Geberit Experience Center omfattar cirka 800 kvadratmeter och är indelat i flera sammanlänkade zoner. I centrum står "Mastering Water Tower", som synliggör vattenflöden, byggnadstekniker och processer som vanligtvis förblir dolda bakom väggen.

WORKSHOP OCH BADRUMSUTSTÄLLNING

I området "TechXpert" demonstrerar Geberits specialister produkter och system i drift, vilket gör tekniska lösningar tydliga och lätta att förstå. Verklighetstrogna badrumsmiljöer visar utvalda produkter i sitt rätta sammanhang, medan stationen "Mix & Match" lyfter fram den kreativa friheten i badrumsdesign genom att visa hur olika former, färger och material kan kombineras.

DIALOG OCH KUNSKAPsutbyte

En öppen yta för presentationer, kompletterad med en inbjudande bar, skapar möjligheter till interaktion och gör Geberit Experience Center till en levande plattform för dialog, nätverkande och kunskapsutbyte.



←

Verkliga badrumsmiljöer ger inspiration för både nybyggnation och renovering.



←

Barområdet fungerar som en mötesplats för utbyte och nätverkande.



←

Området "Mix & Match" visar hur färger, former och material kan kombineras för att skapa personliga uttryck.

INVIGNING TILLSAMMANS MED ATELIER OÏ

VATTNETS FLÖDE SOM ETT KONSTVERK

Geberit Experience Center öppnade under Milan Design Week 2026 – en mötesplats för den internationella design- och arkitekturscenen. En tillfällig installation av den schweiziska designstudio atelier oï var en del av utställningen och kommer att visas fram till slutet av året.

Under Milan Design Week blev installationen ett uppskattat inslag och fick stor spridning i sociala medier.



Aurel Aebi
är en av de tre grundarna till atelier oï.

Som en skimrande ridå breder strukturen ut sig i ett av rummen i Geberit Experience Center. På avstånd framstår den som lugn och grafisk, men på nära håll framträder ett poetiskt samspel mellan vatten, ljus, ljud och rörelse. I arbetet med installationen fördjupade sig atelier oï i Geberits kärnkompetens, Mastering Water, och upptäckte tydliga paralleller till sin egen designfilosofi – något som medgrundaren Aurel Aebi beskriver.

Aurel Aebi, vad tilltalade dig mest med samarbetet med Geberit?

Geberit behandlar vatten med största respekt – och det imponerar på mig. Det handlar om att på djupet förstå vatten som element och att använda den kunskapen för att skapa intelligenta produkter och system. Det synsättet ligger närmare vårt eget sätt att arbeta än man kanske först tror.

På vilket sätt?

Det vi har gemensamt är ett starkt fokus på materialet och behovet av att verkligen förstå det. Även vi utgår alltid från det grundläggande elementet, där vi observerar, lyssnar och strävar efter att fullt ut förstå det. Det är så precisa, ofta förvånansvärt enkla och mycket funktionella lösningar växer fram – oavsett om det gäller produktdesign, arkitektur eller en installation som denna.

Vad ville ni förmedla med er installation under Milan Design Week?

Kanske en känsla av förundran. En kort paus. En medvetenhet om att det som kan uppfattas som självklart i vardagen, vatten som rinner, leds bort och försvinner, i själva verket är något av ett litet mirakel. Och att detta mirakel inte bara handlar om naturen, utan också om människor som förstår den och hanterar den på ett ansvarsfullt sätt.



↑
Timo Heiniger och Aurel Aebi
från atelier oï under arbetet
med att utveckla prototypen
för installationen.

SIGMA40 SPOLPLATTA

SOM EN KAMELEONT



De kundanpassade ytorna för Sigma40 ger maximal flexibilitet för alla badrumsdesigner.



Foto: Pixabay / Ben Huggler

De kundanpassade ytorna för spolplattan Sigma40 ger arkitekter och VVS-konsulter maximal flexibilitet vid utvecklingen av designkoncept för badrummet.



↑
Spolplattan Sigma40 anpassar sig
till alla armaturer.

Modern badrumsarkitektur präglas av rena linjer – och ett harmoniskt materialuttryck. Med de nya kundanpassade ytorna för Geberit spolplatta Sigma40 och täckplattan Typ 40 för urinaler blir denna harmoni nu ännu enklare att uppnå. Produkterna kan färgmatchas exakt med armaturer från ledande tillverkare som Gessi, Dornbracht, THG Paris, Hansgrohe/Axor eller Vola. Det gör Sigma40 till en verklig kameleont i badrummet – och öppnar upp för nya kreativa friheter för arkitekter och inredningsdesigners.

FÖR KONSEKVENTA DESIGNKONCEPT

Detta bygger på en omfattande portfölj av specialfärger och ytutföranden som täcker alla relevanta armaturfärger. Resultatet är ett konsekvent designkoncept som sträcker sig från toalett till urinal. "Detta innebär att även de mest krävande färg- och materialspecifikationerna i projekt kan uppfyllas exakt", förklarar Anita Thoma Steingruber, Senior Product Manager International på Geberit i Rapperswil-Jona (CH).

MÅNGA FÖRDELAR

Sigma40 imponerar även som utgångsprodukt med sin funktionalitet: slimmad, modern, med val mellan fyrkantiga eller runda knappar – och i beprövad Geberit-kvalitet. Detta är en tydlig fördel för planerare som förlitar sig på hållbara lösningar. Särskilt värdefullt:

individuella beställningsvolymerna kan tillverkas för varje projekt. "En verklig fördel för hotell, exklusiva bostadsfastigheter eller skräddarsydda inredningskoncept", förklarar Anita Thoma Steingruber. Även slutkunder drar nytta av detta, eftersom sortimentet inte är förbehållet enbart projekt – även enstycksbeställningar är möjliga.

MAXIMAL FLEXIBILITET

Med de kundanpassade ytorna för spolplattan Sigma40 och täckplattan Typ 40 för urinaler erbjuder Geberit maximal designflexibilitet, harmoniska materialkoncept och högsta tillförlitlighet. En lösning som utan ansträngning anpassar sig till varje badrumsdesign – precis som en kameleont.



MONTERING AV SPOLPLATTAN SIGMA40

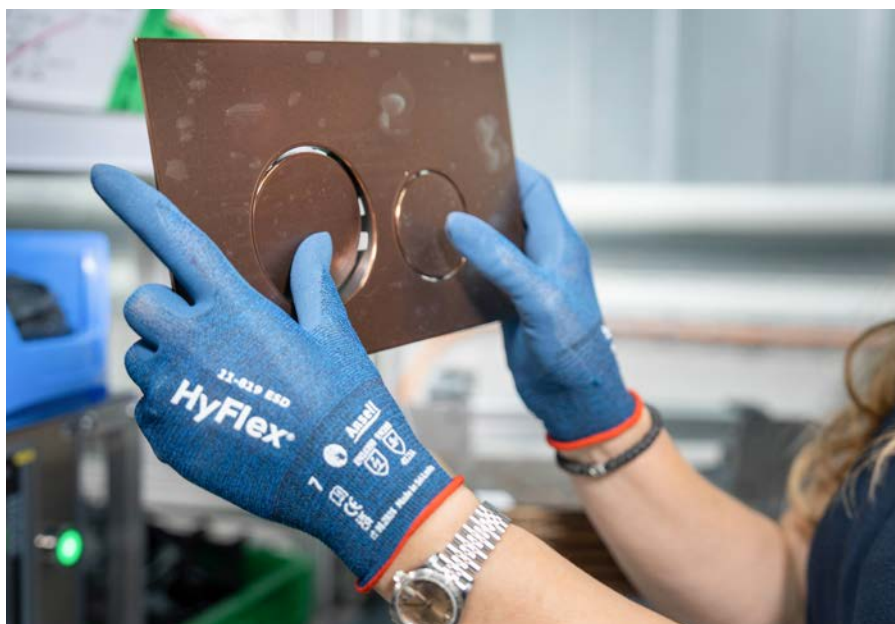
SCHWEIZISKT HANTVERK

Spolplattan Sigma40 monteras för hand vid Geberits huvudkontor i Rapperswil-Jona i Schweiz. Kvalitetskontroller är tätt integrerade i varje steg av monteringsprocessen.

Nej, det är inte med silkesvantar som Prolet Maganova arbetar. I stället använder produktionsmedarbetaren skyddshandskar vid monteringsstationen för spolplattan Sigma40. Detta gäller för samtliga monteringsstationer i produktionshallen vid Geberits huvudkontor i Rapperswil-Jona – totalt finns det sju stycken.

ENDAST MED SKYDDSHANDSKAR

Skyddshandskarna är ett första tecken på kvalitet vid montering av Sigma40. Detta eftersom alla enskilda delar som används för att montera den ultratunna spolplattan redan har genomgått individuella kvalitetskontroller och hanteras samt bearbetas med största omsorg.



←

Testning av knapparna är en del av kvalitetssäkringen.



↑

Den förpackade Sigma40 vägs därefter.



↑

Sigma40 skickas vidare till logistikcentret i Pfullendorf (DE).

TRETTIOFYRA ARBETSMOMENT

Totalt krävs 34 arbetsmoment för att montera och förpacka Sigma40 med runda knappar. För versionen med fyrkantiga knappar tillkommer ytterligare tre moment. "Varje enskilt steg dokumenteras i en kort video och kan nås individuellt via en bildskärm vid arbetsstationerna", säger Matthias Kessler, projektledare för kvalitetssäkring i Rapperswil-Jona. Förutom monteringen av ramen för spolplattan – så att säga Sigma40:s inre funktion – läggs stor vikt vid funktionskontrollen av knapparna. Det är avgörande att säkerställa ett jämnt avstånd mellan plattan och knapparna.

PRECISION NER PÅ GRAMNIVÅ

När Sigma40 har monterats packas den. Även detta ingår i Prolet Maganovas arbetsuppgifter – från att vika kartongen till att lägga i anvisningar och alla komponenter till Sigma40. Det sista steget i kvalitetssäkringen är att kontrollera vikten på den färdigförpackade spolplattan. "Detta görs med gramnoggrann precision – om alla komponenter finns med och vikten stämmer lyser displayen på den digitala vågen grönt", förklarar produktionsmedarbetaren.

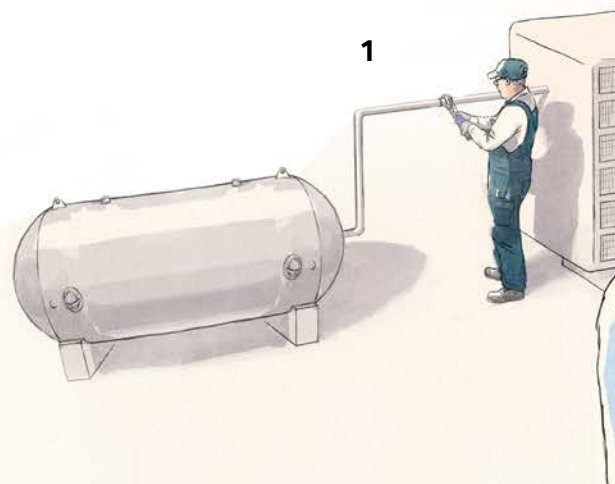
FEM ANVÄNDNINGSSOMRÅDEN

EXPERTIS INOM DATACENTER

Geberits Competence Centre Industry (CCI) har under en längre tid i allt högre grad fokuserat på datacenter. Det finns goda skäl till detta, vilket CCI-experten Frank Tieland förklarar.



Frank Tieland
Geberit Competence Center Industry



ChatGPT, Amazon, Microsoft, Google, Meta, Apple – de välkända techjättarna bygger datacenter i stor skala. Samtidigt växer även leverantörer som riktar sig till medelstora företag fram överallt. Efterfrågan på sanitetsprodukter inom denna sektor är mycket stor – särskilt inom rörsystem. Geberit kan erbjuda bred kompetens och många års erfarenhet av datacenter.

Frank Tieland, hur startade Geberits satsning inom datacenter?

Det började redan 2017 i Dublin, där Facebook byggde sitt första datacenter i Europa. Genom en säljkollega i Irland kom vi i kontakt med en större entreprenör med inriktning på datacenter. Projektet omfattade både avloppsrör för kondensvatten och tappvattensystem. Sedan dess har vi haft ett återkommande samarbete med detta företag.

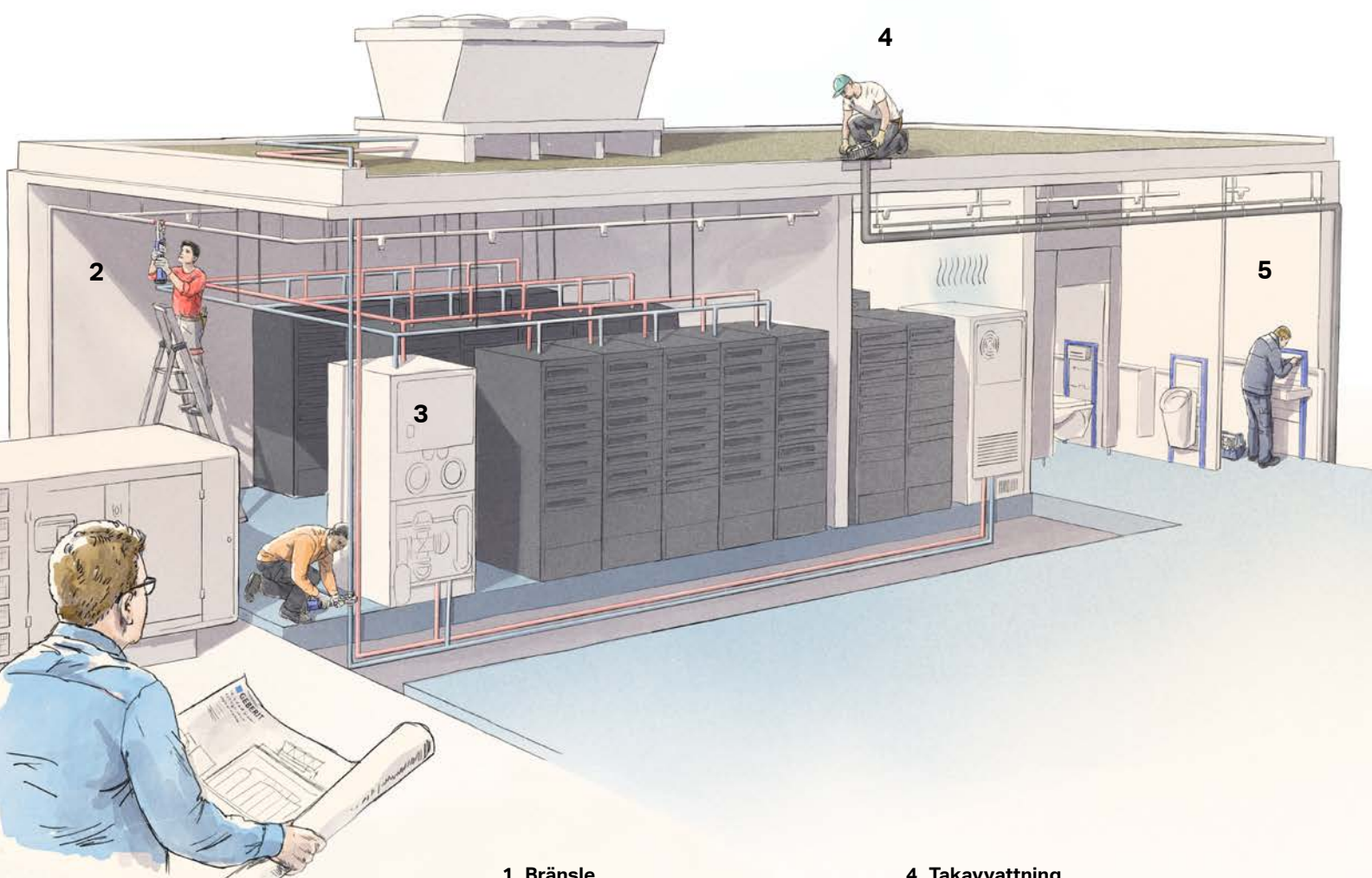
Var byggs flest datacenter just nu?

Det finns akronymen FLAP – Frankfurt, London, Amsterdam och Paris. Det är i

dag Europas främsta nav för datacenter. Samtidigt driver tillgången till vatten och el, liksom den globala uppvärmningen, en geografisk förskjutning norrut. Datacenter förbrukar stora mängder energi och vatten och genererar mycket värme. Trenden går därför mot Skandinavien. I Finland planeras till exempel ett mycket stort datacenter.

Var behövs sanitetsprodukter?

Det finns fem användningsområden: kylsystem, sprinklers, generatorer, takavvattnings och traditionella sanitetslösningar. Potentialen är mycket stor.



1. Bränsle

Ett strömbrott i ett datacenter skulle få förödande konsekvenser. Därför ingår en rad generatorer i infrastrukturen. Bränslet transporteras från tanken till motorn via rör – till exempel med Geberit Mapress rostfritt stål.

2. Sprinklers

Brand är lika farligt som ett strömbrott. Byggnaden måste därför vara utrustad med ett fullt fungerande sprinklersystem. Geberit Mapress rostfritt stål eller CuNiFe är utmärkta alternativ för rörsystemet.

3. Kylsystem

Servrarna i datacentret genererar stora mängder värme, vilket gör ett kylsystem nödvändigt. Mapress Therm är särskilt lämpligt för kylkretsen, medan Geberit FlowFit är idealiskt för luftkylningsystem och PE-avloppsrör för kondensvatten.

4. Takavvattning

Geberit Pluvia lämpar sig idealiskt för avvattning av platta tak på stora hallar.

5. Sanitetslösningar

Det arbetar även människor i datacenter – därför behövs sanitetslösningar. Allt från Duofix, via tappvattensystem och avloppsrör, till toaletter, urinaler och tvättställ är lämpligt här.



GEBERIT AQUACLEAN ALBA DUSCHTOALETT

TOPPKLASS FÖR HOTELL

Varje hotell har sin egen historia. De som vill sticka ut satsar på särskilda produkter. I badrummet kan en duschoalett göra hela skillnaden – som Geberit AquaClean Alba. Margit Pfeifer, Head of the AquaClean product line på Geberit, förklarar varför.



ÖKAD KOMFORT FÖR GÄSTERNA

"Gäster förväntar sig högsta möjliga komfort på ett hotell. Den skonsamma rengöringen med en AquaClean duschtoalett erbjuder just detta i badrummet. Med tanke på det attraktiva priset är investeringen i AquaClean Alba ett självklart val."



SÄKER FASTSÄTTNING AV FJÄRRKONTROLLEN

"Du behöver inte oroa dig för vandalism eller stöld: fjärrkontrollen till AquaClean Alba kan monteras säkert med ett väggfäste. Dessutom är den enkel att använda."



HÖGRE RANKING

"En AquaClean Alba duschtoalett bidrar till en avsevärt högre hotellranking till en liten extra kostnad jämfört med en konventionell toalett. Sambandet är enkelt: en duschtoalett i premiumklass höjer badrummets standard – och därmed hela rummet."



SNABB INSTALLATION

"Att byta ut en konventionell toalett mot en AquaClean Alba duschtoalett tar oftast bara drygt en timme. En uppgradering kan därför genomföras utan att hotellrummet behöver tas ur bruk tillfälligt."



TYDLIG DIFFERENTIERING

"Hotell som väljer duschtoaletter kan tydligt särskilja sitt erbjudande från konkurrenterna."



GEBERIT SERVICE

"Geberit erbjuder service på högsta nivå. Det börjar redan i den inledande dialogen och sträcker sig hela vägen fram till driftsättningen av duschtoaletten. Ett hotell som investerar i en Geberit AquaClean duschtoalett drar nytta av varumärkets fördelar på lång sikt."



LÅG VATTENFÖRBRUKNING

"Duschkfunktionen i AquaClean Alba ökar vattenförbrukningen endast marginellt. Samtidigt ger TurboFlush-tekniken en mycket hög spolprestanda. Som ett komplett toalettsystem, inklusive Geberits cistern och dubbelspolning, kan vattenförbrukningen minskas avsevärt."



ENKEL OCH TIDLÖS DESIGN

"Vår chefsdesigner, Christoph Behling, har utformat AquaClean Alba så att den i stort sett inte går att skilja från en konventionell toalett och, tack vare sin enkla elegans, passar in i alla badrum. Därmed finns inga hinder för hotellets individuella badrumsdesign."



PRODUKTION AV AQUACLEAN ALBA

MER ALBA FÖR ALLA

↑
Rygg mot rygg med en
gemensam pall i mitten:
de två monteringslinjerna
för AquaClean Alba går
för fullt.

Tack vare den internationella framgången för duschtoaletten AquaClean Alba har Geberit fördubblat produktionskapaciteten vid sitt huvudkontor. Detta ökar även effektiviteten i monteringen – även för övriga modeller av duschtoaletter.



"Antalet beställningar ökade så snabbt att vi var tvungna att agera."

Zdravko Jovicevic
Projektledare

AquaClean Alba är en framgångssaga. Den nya Geberit-duschtoaletten för prismedvetna har snabbt etablerat sig på marknaden. "Antalet beställningar ökade så snabbt att vi var tvungna att agera i produktionen", säger projektledaren Zdravko Jovicevic från Geberit Apparate AG i Rapperswil-Jona (CH).

BEHOV AV EN ANDRA PRODUKTIONSLINJE

De tekniska enheterna för alla Geberits duschtoalettmodeller monteras för hand vid huvudkontoret i Schweiz. Produktionen startade på en åtta meter lång monteringslinje flera månader före säljstarten i april 2024. Där kunde medarbetarna, i flera skift, initialt montera ett stort antal AquaClean Alba duschtoaletter per dag.

Men det räckte inte. Därför fördubblades kapaciteten förra året – en andra linje behövdes. "Det låter enklare än det var", säger Zdravko Jovicevic. "Produktionshallen var redan full på grund av andra monteringslinjer. Trots det behövde vi frigöra cirka 24 kvadratmeter för en andra Alba-linje. Medarbetarna var skeptiska."

FÖRBÄTTRINGAR I PRODUKTIONEN

Men projektgruppen granskade omedelbart hela produktionsytan, omorganiserade delar av samtliga monteringslinjer på ritbordet – och hittade till slut en lösning. Detta fördubblade inte bara kapaciteten för AquaClean Alba, utan ledde också till en allmän förbättring av arbetsflödet. "Vi har förenklat logistikflödena avsevärt och placerat linjerna för alla AquaClean duschtoaletter direkt intill smådelslagret. Det gör monteringen betydligt mer effektiv."

Den nya linjen för AquaClean Alba är dessutom utformad så att två team arbetar rygg mot rygg – och placerar de färdiga tekniska enheterna på samma pall. "Det skapar synergier", betonar Zdravko Jovicevic. Och om endast en av linjerna är i drift erbjuder den andra alternativa möjligheter. "Detta är särskilt fördelaktigt vid slutkontrollen – där processen annars lätt kan bli något av en flaskhals." Ett trippelt resultat: högre kapacitet, ökad effektivitet och större flexibilitet.

Foto: Seraina Boner, Geberit



GEBERIT AQUACLEAN ALBA

En enkel och elegant toalett med duschfunktion som säkerställer optimal personlig hygien efter toalettbesök – det är AquaClean Alba. Den erbjuder de viktigaste funktionerna hos en duschtoalett, som den effektiva rengöringen med WhirlSpray-teknik och den mycket höga spolprestandan med TurboFlush-teknik. Och allt detta i ett lägre prissegment.

Geberit AB
Folketshusgatan 1
295 31 Bromölla

Tel: 0456-48000
order.se@geberit.com

www.geberit.se