**Interview Menno Portengen, Algemeen Directeur Geberit Nederland**

*“Het besluit om als één organisatie en vanuit één locatie in Nederland te opereren, is in de eerste 100 dagen van de integratie genomen.”* **Nieuwegein, november 2019 - Op 1 april 2020 verdwijnt de merknaam Sphinx definitief uit het sanitaire landschap. Menno Portengen, Algemeen Directeur van Geberit Nederland, legt uit waarom hiervoor gekozen is.**

In 2015 is een klap gegeven op de overname van het Finse Sanitec door Geberit International. Daarmee zijn alle merknamen, die onder Sanitec vielen, in handen van het Zwitserse bedrijf gekomen. In Nederland heeft dit gevolgen voor het merk Sphinx. Door de overname valt Sphinx nu rechtstreeks onder Geberit. Tot 1 april 2020 opereert het badkamermerk nog onder de eigen merknaam Sphinx.

Menno Portengen legt graag uit wat de achterliggende beweegreden en toekomstvisie is geweest voor de overname van Sanitec. “*De belangrijkste reden is dat Geberit dé expert wil worden in de badkamer. Dat zijn wij nu al achter de wand, maar we willen het ook graag voor de wand zijn. Bijkomend voordeel is dat we nu ook voor de Geberit AquaClean douchewc, die steeds belangrijker wordt, de expertise van keramiek in eigen huis hebben.”*  
**Heeft de overname van Sphinx tot nu toe gebracht wat je ervan hoopte?***“Ik ben tevreden over de wijze waarop de markt dit heeft opgepakt. En ik ben ook tevreden over de omzetontwikkeling van Sphinx. Sinds 2015 zie je namelijk in positieve zin een trendbreuk in de omzet. Dat is niet te danken aan de overname op zich, maar wél aan het feit dat door de overname er weer aandacht besteed is aan Sphinx. Het geeft in de markt enorm veel vertrouwen dat een bedrijf als Geberit, dat staat voor kwaliteit en lange termijnvisie, Sphinx heeft overgenomen. Iedereen ziet en ervaart dat er weer wordt geïnvesteerd in productie, in innovaties alsook in mensen in de organisatie.”*  
**Na de overname door Geberit is niet direct besloten de merknaam Sphinx uit de markt te halen. Wanneer en waarom is het besluit genomen om er één organisatie onder de merknaam Geberit van te maken?**  
 *Het besluit om als één organisatie en vanuit één locatie in Nederland - in ons geval Nieuwegein - te opereren, is in de eerste 100 dagen van de integratie genomen. Vervolgens is het portfolio wereldwijd tegen het licht gehouden om te zien waar synergie te behalen valt. Om verschillende redenen is toen besloten om naar één merk te gaan.”*

*“Vervolgens heb je de keus: wordt het Geberit of wordt het Sphinx? Geberit en Sphinx zijn beide sterke merken, maar als je weet dat Geberit in Nederland twee keer zo groot is als Sphinx en dat Geberit ook een breder portfolio heeft, dan begrijpt iedereen de keus voor Geberit.”*

**Door de overname krijg je twee organisaties die moeten integreren, met elk zo zijn eigen cultuur. Is dat een lastig proces geweest?**  
*“Ik kijk daar met een goed gevoel op terug. Wat mij betreft is goede communicatie naar de medewerkers essentieel. Bij de overname hebben we beloofd dat we binnen 100 dagen met een goed plan zouden komen. Die belofte hebben we gehouden. Op de honderdste dag hebben we verteld wat de bedoeling is en welke impact dat heeft. Dat was geen makkelijke beslissing, want je weet dat overgaan naar Geberit voor sommige medewerkers een no-go is. De afstand Maastricht-Nieuwegein leg je nu eenmaal niet elke dag fluitend af. Vervolgens hebben we met heel veel tijd, aandacht, begrip en respect voor ieders keus, en ook voor beide bedrijfsculturen, het proces bewandeld. De medewerkers die zeiden dat ze de overgang niet zagen zitten, hebben we met respect, en waar nodig in overleg met de sociale partners, keurig laten weggaan. Natuurlijk heeft het pijn gedaan, maar alles overziend hebben we het netjes gedaan.”*

*“Daarnaast hebben we door de snelle groei veel nieuwe collega’s van buitenaf verwelkomd. Die hebben ongemerkt een heel belangrijke rol gespeeld in de verbintenis tussen collega’s. Het resultaat is dat je in Nieuwegein niet meer ziet ‘Die komt van Sphinx en die komt van Geberit’, maar het zijn allemaal Geberit-ers.”*

**Op 1 april 2020 valt het doek voor de merknaam Sphinx. Waarom is er gekozen voor een revolutie op één datum in plaats van een evolutie, dus van een geleidelijke overgang?***Wij hebben de afgelopen periode veel marktpartijen gesproken en hen gevraagd naar hun voorkeur. Daar is uitgekomen dat de branche een voorstander is voor één duidelijk momentum. Na 1 april is er nog wel een overgangsfase van 3 maanden, maar iedereen weet nu waar hij/zij vanaf 1 april 2020 aan toe is.”*  
**Het keramiek van Sphinx wordt, ook na 1 april 2020, gemaakt in fabrieken in Europa. Betekent dit dat er vanaf 1 april 2020 alleen een naamplaatje wordt vervangen op de producten van Sphinx?**  
*“In 91 procent van de gevallen blijft het product fysiek exact hetzelfde. Bij de series 300, Acanto en VariForm blijven ook de serienaam en artikelnummers ongewijzigd, op de laatste 3 cijfers na. Bij de overige series zullen naam en artikelnummers internationaal gelijkgetrokken worden en daarmee dus wel wijzigen. Overigens ook omdat het anders niet te managen is voor de groothandel. Zo zal Sphinx 345 en Sphinx 420 respectievelijk Geberit iCon en Geberit Xeno2 gaan heten. Maar het belangrijkste is die 91 procent, die fysiek niet verandert.”  
  
“Laten we eerlijk zijn: op korte termijn zit niemand hierop te wachten. Het levert meer werk op bij de groothandel, de installateur moet extra opletten en dat geldt eigenlijk ook voor de opdrachtgever. Daar hebben ze allemaal niet om gevraagd. Juist daarom moeten we dit goed over de bühne brengen én we moeten iedereen ervan overtuigen dat uiteindelijk iedereen er beter van wordt.”*

**Wat is de allerbelangrijkste boodschap richting de markt?**  
*“Dat 91 procent van de producten exact hetzelfde blijft. Er verandert dus relatief weinig, zeker op korte termijn. Op de langere termijn gaan de installateurs er juist veel voordeel van hebben. In het algemeen geldt dat de complexiteit verminderd wordt. Hierdoor kunnen we nog meer de nadruk gaan leggen op de kwaliteit.”  
  
“Nog een voordeel is, dat we niet meer van 5 merken een ‘beetje voorraad hebben’, maar van 1 merk heel veel voorraad. De leverbetrouwbaarheid wordt dus veel groter. Aan de andere kant wordt de keuze voor de klant in het assortiment juist weer groter doordat we meer capaciteit creëren.”   
  
“Last but not least, we kunnen vanaf nu de producten voor en achter de wand optimaal op elkaar afstemmen en zo innovaties doorvoeren die aan beide kanten voordeel bieden. Op de VSK in februari laten we hiervan het eerste resultaat zien in de vorm van een spiksplinternieuwe serie. Hierin komt het beste van twee werelden samen. Deze serie laat de toekomst van Geberit zien en, wat ons betreft, ook de toekomst van de sanitairbranche.”*

Het hele interview met Menno Portengen is te lezen op: www.sphinxwordtgeberit.nl.

**Goed om te weten: Wat wordt wat**

Sphinx 280 Geberit Renova\*

Sphinx 300 Geberit 300

Sphinx 310 Vervalt

Sphinx 320 Geberit Renova Plan

Sphinx 320 xs Geberit Renova Compact

Sphinx 335 Geberit Smyle

Sphinx 345 Geberit iCon

Sphinx 345 xs Geberit iCon

Sphinx Acanto Geberit Acanto

Sphinx 365 Vervalt

Sphinx 420 Geberit Xeno2

Sphinx VariForm Geberit VariForm

\* Geberit Renova is een passend alternatief voor Sphinx 280. Het betreft wel een modelwijziging.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Noot voor de redactie:**Voor vragen, informatie, beelden en brochures kunt u contact opnemen met:MIES PR, Michelle de Ruiter, [Michelle@miespr.nl](mailto:Michelle@miespr.nl) of tel: +31 6 45740465.

**Download-link HR-beeld en tekst:**https://www.miespr.nl/geberit-download-interview-menno-portengen-algemeen-directeur-geberit-nederland/

**Over Geberit**De wereldwijd opererende Geberit Group is Europees leider op het gebied van sanitaire producten. Geberit opereert met een sterke lokale aanwezigheid in de meeste Europese landen en biedt een unieke toegevoegde waarde als het gaat om sanitaire technologie en badkamerkeramiek. Het productienetwerk omvat 29 productiefaciliteiten, waarvan er 6 buiten Europa gevestigd zijn. De groep heeft haar hoofdkantoor in Rapperswil-Jona, Zwitserland. Met ongeveer 12.000 medewerkers in ongeveer 50 landen, heeft Geberit in 2018 een netto-omzet van CHF 3.1 miljard gegenereerd. De Geberit aandelen zijn genoteerd aan de SIX Swiss Exchange en zijn sinds 2012 opgenomen in de SMI (Swiss Market Index).