

Berichtsteil

Editorial

| GRI 2-22 |



Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre

Ein erneut äusserst anspruchsvolles Geschäftsjahr liegt hinter uns. Trotz einer stark rückläufigen Bauindustrie in Europa konnten wir jedoch Umsatz und Verkaufsvolumina steigern. Sehr erfreulich war in diesem Zusammenhang insbesondere der grosse Markterfolg unserer kürzlich neu eingeführten Produkte. Die operativen Margen lagen nur leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Dabei konnten die Auswirkungen der nach wie vor hohen Lohninflation sowie des gegenüber den meisten Währungen deutlich erstarkten Schweizer Frankens ebenfalls mehrheitlich absorbiert werden. Auf Basis unserer strategischen Stabilität haben wir alle wichtigen grösseren Investitionsprojekte wie geplant umgesetzt. Insgesamt ist dies ein Hinweis auf unsere strukturelle und finanzielle Stärke sowie die Widerstandsfähigkeit unseres Geschäftsmodells. Damit gelang es, unsere Marktposition als führender Anbieter von Sanitärprodukten weiter auszubauen und zu stärken.

Umsatzwachstum trotz stark rückläufigem Marktumfeld

Der Nettoumsatz der Geberit Gruppe erreichte im Jahr 2024 mit CHF 3 085 Mio. das Vorjahresniveau. Bereinigt um negative Währungseffekte in Höhe von CHF 76 Mio. betrug die Zunahme trotz der stark rückläufigen Bauindustrie +2,5%. Das Wachstum war vollständig durch höhere Volumina getrieben. Nebst einem Wiederaufbau von Lagerbeständen beim Grosshandel im ersten Halbjahr war diese Erhöhung vor allem dem Ausbau der Marktposition und der starken Entwicklung von verschiedenen neuen Produkten zu verdanken.

Überzeugende operative Resultate

Unsere Ergebnisse im Jahr 2024 waren durch die ungünstige Währungssituation beeinflusst. Währungsbereinigt entwickelten sich jedoch die operativen Ergebnisse und der Gewinn je Aktie positiv. Das Nettoergebnis war durch die höhere Steuerquote aufgrund der OECD-Minimumbesteuerung negativ belastet, erreichte in lokalen Währungen dennoch das Vorjahresniveau. Die operativen Margen lagen trotz des äusserst anspruchsvollen Marktumfelds nur leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Positiv wirkten sich die höheren Verkaufsvolumina und die im Vorjahresvergleich tieferen direkten Materialkosten aus. Belastend

schlug sich hingegen die hohe Lohninflation in vielen Ländern nieder. Zudem wurde in verschiedene Projekte zur Stärkung der Marktposition investiert. Dazu gehörten Wachstumsinitiativen in ausgewählten Entwicklungsmärkten, Marketingausgaben zur Lancierung neuer Produkte und zur Feier des 150-Jahr-Jubiläums der Geberit Gruppe sowie diverse Digitalisierungs- und IT-Projekte.

Insgesamt sank der operative Cashflow (EBITDA) um 0,9% auf CHF 913 Mio., währungsbereinigt resultierte dagegen eine Zunahme von 2,7%. Die EBITDA-Marge reduzierte sich um 30 Basispunkte auf 29,6%; währungsbereinigt erreichte sie das Vorjahresniveau. Das Nettoergebnis sank um 3,2% auf CHF 597 Mio. (währungsbereinigt -0,2%), was einer Nettoumsatzrendite von 19,4% (Vorjahr 20,0%) entspricht. Der Grund für den Rückgang des Nettoergebnisses, der im Vergleich mit den operativen Ergebnissen stärker ausfiel, war die deutlich höhere Steuerrate, die hauptsächlich durch die seit 2024 gültige OECD-Mindestbesteuerung getrieben war. Beim Gewinn je Aktie führten die positiven Effekte der Aktienrückkaufprogramme dazu, dass die Abnahme im Vergleich zur Entwicklung beim Nettoergebnis geringer war. Der Gewinn je Aktie sank entsprechend leicht um 1,8% auf CHF 18.06 (Vorjahr CHF 18.39); in lokalen Währungen nahm er um 1,3% zu. Der Free Cashflow reduzierte sich um 2,0% auf CHF 613 Mio., hauptsächlich aufgrund von negativen Effekten aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens. Die Free-Cashflow-Marge erreichte 19,9% (Vorjahr 20,3%).

Vielfältige physische und digitale Marketing- und Vertriebsaktivitäten

Den bedeutendsten Teil der vielfältigen Marktbearbeitungsaktivitäten erbringen unsere Mitarbeitenden im Aussendienst der verschiedenen lokalen Vertriebsgesellschaften. Sie sind in täglichem Kontakt mit Grosshändlern, Installateuren, Planern, Immobilieninvestoren und Architekten. Trotz des anspruchsvollen Marktumfelds hielt unsere Vertriebsorganisation die Anzahl der individuellen Kundenkontakte auf einem hohen Niveau. Zusätzlich fanden im Berichtsjahr anlässlich des 150-Jahr-Jubiläums weltweit rund 50 Kundenveranstaltungen statt, um die langjährige Zusammenarbeit zu würdigen und die Partnerschaft für die Zukunft zu festigen.

Im Berichtsjahr konnten wir in den 30 eigenen Informationszentren in Europa und Übersee rund 70 000 Berufsleute physisch an Produkten, Werkzeugen, Softwaretools und in Installationskompetenzen schulen. Gleichzeitig wurden in zahlreichen Märkten – oftmals gemeinsam mit dem Grosshandel – Thekentage sowie lokale oder digitale Anlässe veranstaltet, um die Handwerker über neue Produkte zu informieren. Mehr als 69 000 Kunden nahmen an solchen Veranstaltungen teil. Auch webbasierte Seminare und Trainings nehmen heute einen festen und wichtigen Platz im Schulungsangebot von Geberit ein. Sie verzeichneten im vergangenen Jahr 23 000 Teilnehmende.

Geberit Know-how für die Trinkwasserversorgung, die Dach- und Gebäudeentwässerung sowie den Bau von Sanitärräumen kommt bei zahlreichen Grossprojekten zum Einsatz. Für die Projektverantwortlichen und die Handwerker bieten die langlebigen, raumsparenden und installationsfreundlichen Systeme bei der Planung und Ausführung wesentliche Vorteile. Dazu gehört auch die kompetente technische Unterstützung des Technischen Beratungsdienstes von Geberit bei Themen wie Schallschutz, Brandschutz, Statik oder Hygiene. Im Wohnungsbau gewinnen Hersteller von standardisierten Lösungen wie Fertigbädern oder Fertighäusern in einzelnen Märkten zunehmend an Bedeutung. Denn die industrielle Vorfertigung ermöglicht eine schnelle Montage und eine höhere Wirtschaftlichkeit. Die Kundschaft aus der Vorfertigungsindustrie wird bei uns von einer spezialisierten Vertriebsmannschaft betreut. Wir sind selber seit Jahren in der industriellen Vorfertigung aktiv und stellen an den Standorten Lichtenstein (DE) und Matrei (AT) vorgefertigte Rahmenkonstruktionen für die Sanitärinstallation beziehungsweise komplett ausgestattete Fertigbäder für Neubauten und Renovationen her.

Unseren professionellen Kunden bieten wir mit digitalen Arbeitshilfen möglichst bedürfnisgerechte Unterstützung im Berufsalltag. Mittlerweile bestehen 15 Applikationen, die Profis bei der Planung und Kalkulation von Sanitärinstallationen oder bei der Inbetriebnahme und Wartung von Geräten unterstützen. Für Endkundinnen und -kunden bieten neun Applikationen wie der neu lancierte WC-Finder, der Waschplatz-Konfigurator oder der bewährte 3D-Badplaner Inspirationen für die Badezimmergestaltung. Inzwischen kommen die verschiedenen Tools in 38 Märkten zum Einsatz.

Neue Produkte für unsere Märkte weltweit

Im Jahr 2024 haben wir unser Produktsortiment weiter ergänzt und zahlreiche neue Produkte im Markt lanciert. Überaus erfolgreich verliefen die Einführung des neuen Dusch-WC-Einsteigermodells AquaClean Alba, mit dem aufgrund des attraktiven Preises neue Kundensegmente angesprochen werden sollen, und des Rohrleitungssystems für Kühl- und Heizungsanwendungen, Mapress Therm. Darüber hinaus wurden weitere Badezimmerprodukte für Endkundinnen und Endkunden wie auch eine breite Palette von technischen Produkten für das Handwerk eingeführt.

Unsere im Branchenvergleich überdurchschnittliche Innovationsstärke beruht auf einer breit abgestützten eigenen Forschungs- und Entwicklungstätigkeit. Im Berichtsjahr wurden insgesamt CHF 74 Mio. oder 2,4% des Nettoumsatzes in die Neu- und Weiterentwicklung von Produkten, Verfahren und Technologien investiert. Um unser Know-how zu schützen, haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr 33 Patente angemeldet, in den letzten fünf Jahren insgesamt 163 Patente.

Strategische Stabilität trotz schwer voraussehbarer Marktnachfrage

Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Anlagen betragen 2024 CHF 182 Mio. Das sind CHF 15 Mio. beziehungsweise 7,6% weniger als im Vorjahr. Bezogen auf den Nettoumsatz lag die Investitionsquote bei 5,9% (Vorjahr 6,4%). Die tieferen Investitionen waren auf ein im Vorjahresvergleich planmässig geringeres Volumen bei den strategischen Werkerweiterungen zurückzuführen. Auf Basis unserer strategischen Stabilität wurden jedoch alle wichtigen grösseren Investitionsprojekte wie geplant umgesetzt.

Die globalen und regionalen Lieferketten haben sich im Berichtsjahr weitgehend normalisiert. Die Verfügbarkeit von Rohmaterialien und Komponenten war gut und wir konnten die Kundschaft dank effizienten Logistikprozessen mit dem gesamten Sortiment auf dem gewohnten hohen Niveau beliefern.

In den Produktionswerken konnten wir eine Produktivitätssteigerung von 3% erzielen. Diese Steigerung ist in erster Linie Massnahmen zur Verbesserung der Effizienz zu verdanken. Die schwierig voraussehbare Marktnachfrage bedingte nach wie vor eine hohe operative Flexibilität. Darum wurden in allen Werken Prozesse weiter optimiert und die Energie- und Materialeffizienz erhöht und gleichzeitig im Rahmen der strategischen Stabilität in die Zukunft der Werke und deren Kapazitäten für künftiges Wachstum investiert. Im Netzwerk der Keramikproduktion wurde die Umsetzung der Spezialisierungsstrategie fortgeführt und parallel dazu die weitere Automatisierung von einzelnen Produktionsprozessen vorangetrieben.

Wertorientierte Führung und ESG-Governance

Die wert- und zukunftsorientierte Unternehmensführung stärkt die Widerstandsfähigkeit des Geschäftsmodells von Geberit und somit die langfristige Wertschöpfung des Unternehmens. Eine auf Nachhaltigkeit bedachte Unternehmensführung sehen wir als einen der strategischen Erfolgsfaktoren. Diese umfasst eine langfristige Planung von Investitionsprojekten unter Berücksichtigung eines internen CO₂-Referenzpreises, die Kontrolle der Zielerreichung der definierten Massnahmen sowie die Integration des CO₂-Reduktionszielwerts als eines von fünf gleichgewichteten Kriterien in die Berechnung des Bonus für das Management und für einen Teil der Mitarbeitenden.

Ökoeffizienz kontinuierlich verbessert

Die absolute Umweltbelastung der Geberit Gruppe nahm im Jahr 2024 volumenbedingt um 2,4% zu. Der währungsbereinigte Nettoumsatz stieg im selben Zeitraum um 2,5%. Die relative Umweltbelastung (Ökoeffizienz; berechnet aus Umweltbelastung im Verhältnis zum währungsbereinigten Nettoumsatz) konnte hingegen stabil gehalten werden. Seit der Integration der energieintensiven Keramikproduktion im Jahr 2015 konnte die Ökoeffizienz um 62,6% gesteigert werden, was einer durchschnittlichen jährlichen Verbesserung von 10,3% entspricht. Damit bleiben wir weiterhin auf Kurs, unseren langfristigen Zielwert mit einer durchschnittlichen jährlichen Steigerung von 5% zu erreichen.

Ein bedeutender Hebel der Umweltstrategie sind Massnahmen zur Energieeinsparung, Effizienzsteigerung, Wärmerückgewinnung und die Beschaffung von erneuerbarer Energie in den Produktionswerken. Die entsprechenden Massnahmen setzen wir im Rahmen eines Masterplans Energie um. Unter anderem wurde 2024 ein neuer Tunnelofen im Keramikwerk in Carregado (PT) in Betrieb genommen. Der doppelstöckige, 120 Meter lange Tunnelofen ersetzt drei bisherige Brennöfen. Die Anlage ist dabei nicht nur energieeffizienter, sondern gewinnt aus der heissen Abluft der Kühlzone Energie zurück, die für den Betrieb der Trockner und der Lüftungsanlagen genutzt wird. Insgesamt resultiert aus dem Ersatz der Brennöfen durch die neue Anlage eine Energieeinsparung von etwa 40%. Des Weiteren werden in den Keramikwerken im Rahmen des strukturellen Reduktionsansatzes regelmässig auch neue, alternative Technologien für den Brennprozess geprüft. Neben technologischen Innovationen wie dem vorerwähnten neuen Tunnelofen und der Installation der zweiten Druckgussanlage im Keramikwerk in Koło (PL) werden die Herstellungsprozesse kontinuierlich optimiert. Ziel ist eine stete Qualitätsverbesserung bei gleichzeitiger Reduktion des Ausschusses. Beides trägt zur Senkung des Energieverbrauchs bei.

Umfassendes Reporting und Controlling im Bereich Nachhaltigkeit

Der Nachhaltigkeitsbericht als Teil dieses Geschäftsberichts wurde in Übereinstimmung mit Art. 964a ff. des Schweizerischen Obligationenrechts und den Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) zur Klimaberichterstattung erstellt. Er bildet zudem die Empfehlungen des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) ab. Darüber hinaus zeigt der Bericht, wie wir zur UN-Agenda 2030 und zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals) beitragen.

Die Geberit Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf der Wesentlichkeitsanalyse nach GRI-Standards. Diese Analyse wurde seit 2014 regelmässig aktualisiert. Im Berichtsjahr führten wir eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse gemäss den European Sustainability Reporting Standards der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) durch. Der Prozess der doppelten Wesentlichkeitsanalyse erfolgte unter Einbezug eines grossen Kreises von internen und externen Stakeholdern, die mittels einer strukturierten Umfrage potenziell für Geberit wesentliche Themen bewerten konnten. Diese Liste der wesentlichen Themen gemäss CSRD wird die Grundlage für die Aktualisierung der Nachhaltigkeitsstrategie bilden. Dieser Schritt wird 2025

erfolgen. Beide, die neue Wesentlichkeitsanalyse und die aktualisierte Nachhaltigkeitsstrategie werden wir im Geschäftsbericht 2025 veröffentlichen.

Erneut von EcoVadis ausgezeichnet

Erneut wurden wir als Geberit Gruppe für unser Nachhaltigkeitsmanagement von EcoVadis ausgezeichnet. Mit dem Prädikat «Gold» platzierten wir uns in den Top-5-Prozent der bewerteten Unternehmen. EcoVadis hat sich als einer der weltweit grössten Anbieter von Nachhaltigkeitsbewertungen etabliert und ein globales Netzwerk von über 150 000 Unternehmen in rund 180 Ländern geschaffen. Die umfassende Analyse, die 21 Kriterien in den Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung berücksichtigt, trägt zur Transparenz der Nachhaltigkeitsperformance der Unternehmen bei. Die Auszeichnung mit dem Prädikat «Gold» macht für Kunden und Lieferanten sichtbar, dass Geberit über ein umfassendes und systematisches Nachhaltigkeitsmanagement verfügt.

Wasserverbrauch im Fokus

Der sorgfältige und sparsame Umgang mit der wertvollen Ressource Wasser ist für uns eines der zentralen Themen. Der konsequente Fokus auf die Reduktion des Wasserverbrauchs sowohl in der Produktion als auch in der Produktnutzungsphase stellt unseren grössten Hebel dar, einen Teil zur nachhaltigen Entwicklung beizutragen.

Im Berichtsjahr betrug der Wasserverbrauch in der Produktion insgesamt 880 759 m³ (Vorjahr 850 178 m³). Verglichen mit dem Jahr 2015, in dem das Keramikgeschäft übernommen worden war, sank der Wasserverbrauch um 24,7%. Geberit setzt konsequent Massnahmen um, die den Wasserverbrauch sukzessive reduzieren. Dazu gehört insbesondere die Wiederverwendung von Wasser im Produktionsprozess und in Labors. Der grösste Anteil des Wasserverbrauchs, rund 80%, entsteht bei der Keramikherstellung. In diesem Bereich stieg der Wasserverbrauch gegenüber dem Vorjahr um 7,5%. Seit 2015 wurde aber auch hier eine Einsparung von 25,3% erzielt.

Mittels Ecodesign überprüfen und verbessern wir die Produkte hinsichtlich des Wasserverbrauchs. Unsere innovativen Sanitärprodukte helfen, den Wasserverbrauch in Gebäuden systematisch zu optimieren. Spülrandlose Keramiken, die optimierte TurboFlush-Technologie, die in einer zunehmenden Anzahl von Geberit WC-Modellen eingesetzt wird, wassersparende Armaturen und Urinale oder die Spülventile Typ 208 und 212 helfen, die Ressource Wasser schonend einzusetzen. Gemäss einer Modellrechnung reduzierte sich beispielsweise der Wasserverbrauch für die WC-Spülung seit 1952 dank mehreren Innovationen wie den Spül-Stopp-Spülkästen oder der Geberit 2-Mengen-Spülung um rund 80% von 70 auf 14 Liter pro Person und Tag.

Kreislaufwirtschaft und Langlebigkeit

Ziel der Kreislaufwirtschaft ist es, einen Wirtschaftskreislauf möglichst ressourcen- und umweltschonend zu betreiben. Unseren grössten Beitrag zur Ressourcenschonung und Kreislaufwirtschaft sehen wir in der Entwicklung von langlebigen Produkten. Je länger ein Produkt genutzt werden kann, desto geringer ist der Ressourceneinsatz pro Nutzung. Dank dem Einsatz von hochwertigen Materialien und strengen Qualitätsanforderungen werden Geberit Produkte über Jahrzehnte genutzt. Die Lebensdauer übersteigt nicht selten 50 Jahre, beispielsweise bei Abwasserrohren aus Kunststoff. Zudem wird die Qualität und Langlebigkeit der Produkte durch eine besonders langfristige Ersatzteilverfügbarkeit unterstützt, die für Unterputzspülkästen und ihre mechanischen Komponenten 50 Jahre und für einen weiteren bedeutenden Teil des Sortiments 25 Jahre beträgt. Zusätzlich gilt für einen bedeutenden Teil der Keramikprodukte eine lebenslange Garantie.

Geberit Produkte lassen sich einfach reinigen, unterhalten und reparieren. Zudem sind sie rückwärtskompatibel. Das heisst, dass sich neu lancierte Produkte und Innovationen mit älteren Versionen oder Gerätekomponenten leicht kombinieren lassen. Diese Rückwärtskompatibilität – beispielsweise bei Betätigungsplatten – trägt ebenfalls zu einer längeren Lebensdauer eines bereits installierten Produkts bei.

Förderung von Diversität und Inklusion

Wir setzen uns bei Geberit für Diversität und Chancengleichheit ein – unabhängig von Geschlecht, ethnischer Herkunft, Hautfarbe, Alter, Religion, Nationalität oder anderen möglichen Diskriminierungsmerkmalen. Dies wird weltweit im Rahmen der jährlichen Überprüfung des Verhaltenskodex sichergestellt und ist ein fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Hierzu verfolgen wir eine faire und diskriminierungsfreie Anstellungspraxis. Entscheidend für Anstellungen, Fortbildungen und Beförderungen sind einzig die individuelle Erfahrung sowie Kompetenzen und Potenziale in Bezug auf die Anforderungen der jeweiligen Stelle. Um Lohngleichheit zu gewährleisten, wird die bewährte Korn-Ferry-Hay-Methode zur Funktionsbewertung und Gehaltsbestimmung verwendet. Damit werden geschlechterunabhängige und faire Gehaltsstrukturen gewährleistet. Strukturierte, regelmässige Umfragen bei den lokalen Gesellschaften der Geberit Gruppe bestätigen, dass es bei den Grundgehältern von Frauen und Männern keine Unterschiede gibt.

Um den Frauenanteil in der Belegschaft sowie im Management zu erhöhen, setzen wir gezielte Massnahmen um. Zur Erhöhung des Frauenanteils im Management wird bei gleichwertiger Qualifikation die Bewerberin bevorzugt. Zudem werden qualifizierte

interne Kandidatinnen aktiv ermutigt, sich für Führungspositionen zu bewerben. Gleichzeitig bemühen wir uns, den Pool der internen Kandidatinnen für Führungspositionen durch systematisches Tracking von weiblichen Talenten zu vergrössern. Die internen Entwicklungsprogramme GROW und LEAD zielen explizit darauf ab, talentierte Männer *und* Frauen im Unternehmen zu identifizieren, sie auf ihren nächsten Karriereschritt vorzubereiten und auf dem Weg in das mittlere oder obere Management zu begleiten. Des Weiteren beteiligen wir uns an verschiedenen Initiativen und Kooperationen mit Institutionen und Bildungsprogrammen, um vermehrt Frauen aus dem MINT-Bereich (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik) zu rekrutieren. Neben dem Ziel, den Frauenanteil in Führungspositionen zu erhöhen, werden generell heterogene Teams angestrebt, die eine Vielfalt an Perspektiven, Erfahrungen und Hintergründen widerspiegeln. Um die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben im gesamten Unternehmen zu verbessern, werden Mitarbeitende unterstützt, die in Teilzeit arbeiten möchten.

Die Arbeitsmarktintegration von benachteiligten Menschen betrachten wir als Teil des sozialen Engagements des Unternehmens. Es wird eine inklusive Kultur gepflegt, in der Arbeitsplätze für Menschen mit Beeinträchtigungen geschaffen werden. Ende 2024 waren 255 (in FTE) dieser inklusiven Arbeitsplätze direkt im Unternehmen angesiedelt, was 2,3% der gesamten Belegschaft entspricht. Zusätzlich werden externe Werkstätten für Menschen mit Beeinträchtigungen mit diversen Montage- und Verpackungsarbeiten beauftragt. Im Berichtsjahr entsprach das an externe Partner vergebene Arbeitsvolumen 358 FTE. Insgesamt arbeiteten somit 613 Menschen mit Beeinträchtigungen für Geberit, was 5,3% der gesamten Belegschaft entspricht.

Information Technology und künstliche Intelligenz

Unsere operativen Schwerpunkte im Bereich Information Technology (IT) liegen gegenwärtig bei der Steigerung der Effizienz und dem Schaffen von Mehrwert für die Kundschaft. Angesichts der rasanten Entwicklung und des hohen Potenzials selbstlernender Technologien haben wir im Berichtsjahr begonnen, ein Kompetenzzentrum für künstliche Intelligenz (KI) aufzubauen. Ergänzend zur grundlegenden Erweiterung der KI-Expertise wird das Team gruppenweit transformative Ideen prüfen und umsetzen mit dem Ziel, die Effizienz und den Geschäftserfolg auf lange Sicht zu steigern und das Potenzial dieser Technologie gruppenweit zu maximieren.

Wir sind bei Geberit permanent daran, die IT-Security (Information Technology) zu erhöhen und weiterzuentwickeln. Dies beinhaltet die Etablierung von Abwehrmassnahmen gegen Cyberrisiken inklusive der effizienten Aufdeckung und Behandlung allfälliger Attacken. Für die Aufrechterhaltung der Business Continuity sind umfangreiche Massnahmen etabliert. Organisatorisch kümmert sich ein IT-Sicherheitskomitee um alle relevanten Aspekte der IT-Security. Die Konzernleitung wird zwei Mal pro Jahr intensiv zu IT-Security-Themen geschult, inklusive Simulationen von Hackerangriffen. Das IT-Sicherheitskomitee unterrichtet den Verwaltungsrat in regelmässigen Abständen über die Fortschritte, das Maturitätslevel und die geplanten Massnahmen im Bereich der IT-Security. Die IT-Systeme werden unter Beizug externer Spezialisten regelmässig einer umfassenden und detaillierten Sicherheitsprüfung gemäss Information Security Standards unterzogen, die laufend neu aufgetauchte Risiken einschliesst. Die aktuellen Prüfungen bestätigten ein gutes Sicherheitsniveau. Ausserdem verfügt Geberit über ein Schulungsprogramm der IT-Security für alle neuen Mitarbeitenden sowie für Mitarbeitende, die sich im Rahmen von Phishing-Tests nicht korrekt verhalten haben. Insgesamt bewegt sich die Geberit Gruppe beim Thema IT-Security mindestens auf dem Niveau von Industrieunternehmen mit ähnlicher Grösse und Komplexität.

Anhaltend attraktive Ausschüttungspolitik

Wie in den Vorjahren halten wir an der attraktiven Ausschüttungspolitik fest. Der Generalversammlung werden wir deshalb eine Dividendenerhöhung von 0,8% auf CHF 12.80 vorschlagen. Die Ausschüttungsquote von 72,5% des Nettoergebnisses liegt knapp über dem oberen Ende der durch den Verwaltungsrat definierten Bandbreite von 50 bis 70%.

Im Jahr 2024 schütteten wir im Rahmen der Dividendenzahlung CHF 419 Mio. an die Aktionäre aus. Aus dem abgeschlossenen und dem laufenden Aktienrückkauf-Programm wurden im Berichtsjahr insgesamt 230 095 Aktien zu einem Betrag von CHF 121 Mio. erworben. Somit schütteten wir im Jahr 2024 CHF 540 Mio. beziehungsweise 88% des Free Cashflows im Rahmen der Dividendenzahlung und der Aktienrückkauf-Programme an die Aktionäre aus, was 3,0% der Marktkapitalisierung von Geberit per 31. Dezember 2024 entspricht. Über die letzten fünf Jahre wurden rund CHF 3,3 Mrd. in Form von Ausschüttungen oder Aktienrückkäufen an die Aktionäre zurückbezahlt, was 100,6% des Free Cashflows in dieser Zeitperiode entspricht.

Wir bedanken uns

Ein ganz besonderes Dankeschön gebührt wiederum unseren Kundinnen und Kunden für das entgegengebrachte Vertrauen und die konstruktive Zusammenarbeit. Die im Berichtsjahr in einem sehr anspruchsvollen Umfeld erzielten, überzeugenden Resultate verdanken wir der hohen Motivation, der Leistungsbereitschaft und der Flexibilität unserer Mitarbeitenden. Ihnen gilt unser Dank und unsere Anerkennung. Bedanken wollen wir uns nicht zuletzt bei Ihnen, geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihr anhaltendes Vertrauen in unser Unternehmen.

Ausblick auf das Jahr 2025

Die geopolitischen Risiken und die damit verbundenen makroökonomischen Unsicherheiten haben weiter zugenommen. Gleichzeitig werden Entwicklungen wie die künstliche Intelligenz den technologischen Wandel weiter beschleunigen. Insgesamt wird die Weltwirtschaft im Jahr 2025 damit erheblichen Unsicherheiten ausgesetzt sein. Während sich Europa mit gedämpften Wachstumsaussichten konfrontiert sieht, könnten mögliche zusätzliche US-Zölle die wirtschaftliche Entwicklung in den USA und diejenige der Weltwirtschaft negativ beeinflussen. Insbesondere könnten die prognostizierten Zinssenkungen der Zentralbanken aufgrund von Inflationsängsten unter Druck kommen. Diese geopolitischen und makroökonomischen Risiken führen zu entsprechenden Unsicherheiten in der Bauindustrie.

Trotz des unsicheren Umfelds erwarten wir, dass sich die Nachfrage in der Bauindustrie nach den starken Rückgängen seit Mitte 2022 im Verlauf von 2025 insgesamt stabilisieren wird. In Europa lagen die Baugenehmigungen in den ersten neun Monaten des vergangenen Jahres mit -1% nur noch leicht unter dem Vorjahresniveau, wobei sich auf Länderebene ein gemischtes Bild zeigte. In einigen Ländern wie beispielsweise den Niederlanden oder der Iberischen Halbinsel wurde ein zweistelliges Wachstum der Baugenehmigungen verzeichnet. Da die Baugenehmigungen in den für Geberit wichtigen Märkten Deutschland, den nordischen Ländern und Österreich allerdings insgesamt weiterhin um 12% zurückgingen, dürfte sich der für uns relevante Neubaumarkt im Jahr 2025 jedoch immer noch leicht rückläufig entwickeln. Für den Renovationsmarkt, der rund 60% unseres Geschäfts ausmacht, erwarten wir hingegen eine stabile bis leicht positive Entwicklung. Entsprechende Marktindikatoren wie beispielsweise Immobilientransaktionen oder Kreditvolumina für Immobilien zeigen in diesem Bereich erste Anzeichen einer leichten Erholung. Insbesondere in Deutschland und den nordischen Ländern dürfte sich der Renovationsmarkt nach zwei schwachen Jahren erstmals wieder positiv entwickeln. In den aussereuropäischen Märkten, in denen wir tätig sind, erwarten wir für 2025 ein gemischtes Marktumfeld. In Indien oder der Golfregion dürfte die Nachfrage nach wie vor stark sein. Hingegen wird beispielsweise in China – vor allem aufgrund eines schwachen Wohnungsneubaus – mit Rückgängen gerechnet.

Ungeachtet des Marktumfelds wird auch im Jahr 2025 unser Fokus auf der Umsetzung verschiedener strategischer Initiativen liegen, wie zum Beispiel:

- der weitere Ausbau des Rohrleitungsgeschäfts mit den neu eingeführten Produkten FlowFit, Mapress Therm und SuperTube,
- das Dusch-WC-Geschäft, massgeblich getrieben durch das 2024 lancierte Einstiegsmodell AquaClean Alba,
- das konsequente Vorantreiben von dedizierten Wachstumsinitiativen ausserhalb Europas, und
- die Optimierung der Keramikwerke durch die Spezialisierungsstrategie.

Verwaltungsrat und Konzernleitung sind überzeugt, für die aktuellen und bevorstehenden Chancen und Herausforderungen sehr gut gerüstet und positioniert zu sein. Diese Einschätzung basiert auf der stabilen und langfristig ausgerichteten Strategie, dem bewährten Geschäftsmodell mit starken Kundenbeziehungen sowie der industrieführenden finanziellen Stabilität. Wesentlich für den künftigen Erfolg sind die durch unsere erfahrenen und hoch motivierten Mitarbeitenden gelebte, starke Unternehmenskultur, eine Reihe von Erfolg versprechenden Wachstumsinitiativen, die in den letzten Jahren eingeführten Produkte und die vielversprechende Entwicklungspipeline, die schlanke und kundenorientierte Organisation, die etablierte und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Marktpartnern im Handel und im Handwerk sowie das weiterhin sehr solide finanzielle Fundament der Gruppe.

Freundliche Grüsse



Albert M. Baehny
Verwaltungsratspräsident



Christian Buhl
CEO