



# Kurzprofil des Sustainable Hidden Champions: Geberit AG

Europäischer Marktführer im Bereich Sanitärtechnik



Wassersparen als größte Umweltleistung mit innovativen und nachhaltigen Produkten bei größtmöglicher Hygiene



Attraktive Arbeitsplätze in einem profitablen Unternehmen, welches Wert auf die Aus- und Weiterbildung sowie Chancengleichheit legt



Breite Produktpalette, welche nachhaltige Sanitärsysteme und nachhaltiges Wassermanagement in Gebäuden ermöglicht

Sie haben Fragen? Kontaktieren Sie uns gerne unter [nachhaltigkeit@avesco.de](mailto:nachhaltigkeit@avesco.de)

Datum der letzten Aktualisierung: 14.01.2021

Datengrundlage für die avesco Nachhaltigkeitsbewertung sind hauptsächlich die Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte des analysierten Unternehmens sowie das Protokoll des Gesprächs mit dem Unternehmen. Auf konkrete Quellen- und Seitenangaben wird hiermit verzichtet.

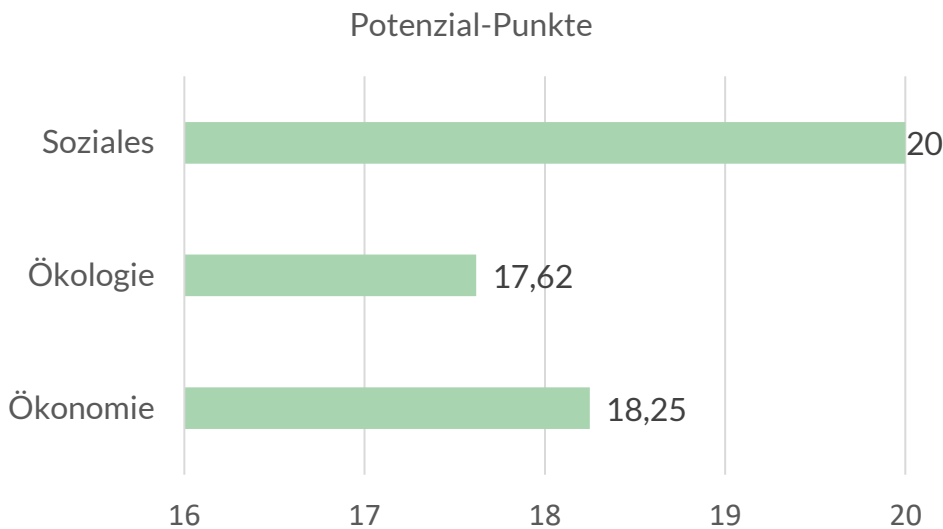




Nachhaltigkeitsklasse:



avesco Nachhaltigkeitsbewertung:



Die Geberit AG im Überblick

Unternehmenssitz	Rapperswil-Jona, Schweiz
Überblick über Produkte und Dienstleistungen	Sanitärtechnik, Badezimmerkeramiken
Mitglied in wesentlichen Indizes	SMI (Swiss Market Index)
Umsatz und Entwicklung (2020 im Vergleich zum Vorjahr)	2,7 Mrd. € (-3,1 %)
Anteile der Geschäftsbereiche am Umsatz in %	Installations- und Spülsysteme (37 %) Rohrleitungssysteme (31 %) Badezimmersysteme (32 %)
Anzahl MitarbeiterInnen (2020 im Vergleich zum Vorjahr)	11.569 (-0,4 %)
Länder/Regionen der Unternehmensaktivität	Deutschland (32 %), Nordische Länder (10 %), Osteuropa (10 %), Schweiz (10 %), Benelux (9 %), Italien (6 %), Frankreich (5 %), Ös-terreich (6 %), Großbritannien/Irland (3 %), Iberische Halbinsel (1 %), Amerika (3 %), Fernost/Pazifik (3 %), Nahost/Afrika (2 %)
Link zur Website	<a href="https://www.geberit.com/de/">https://www.geberit.com/de/</a>

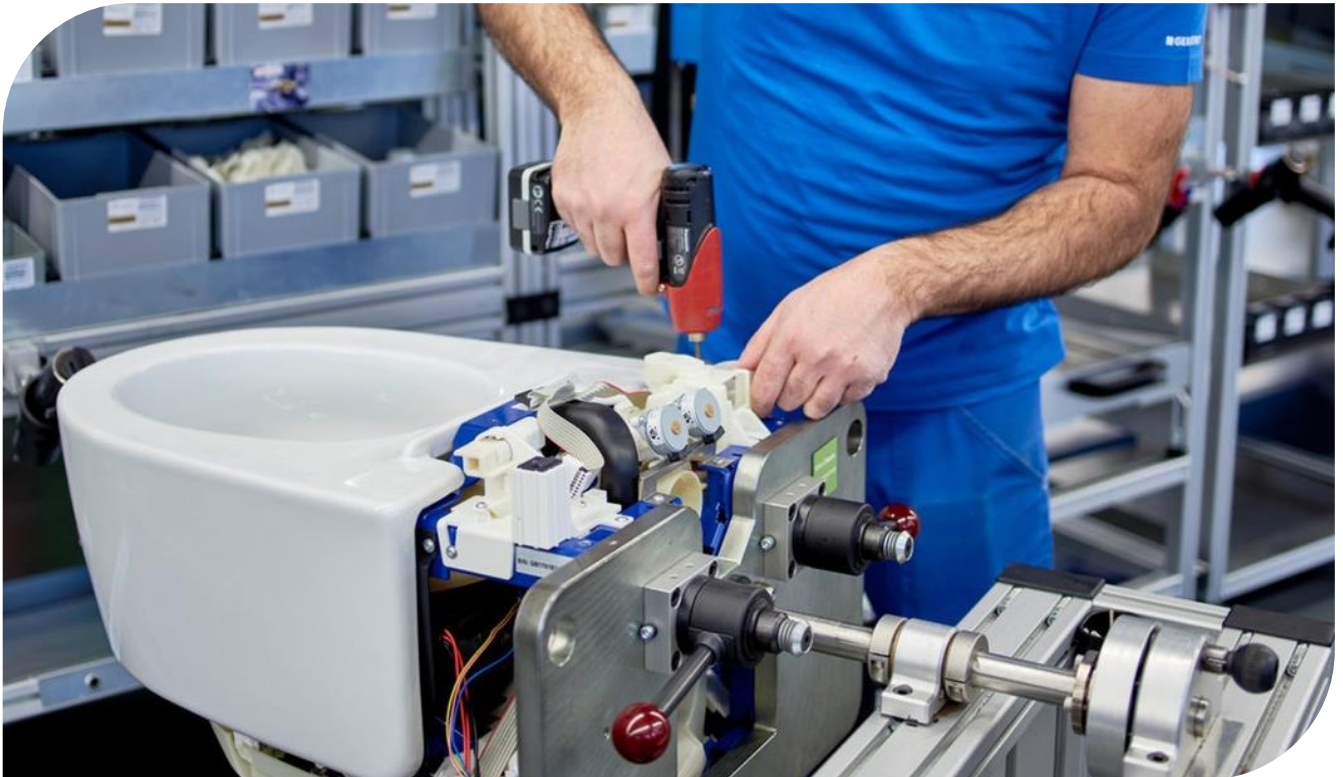
<sup>1</sup> Im gesamten Dokument wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern eine gendergerechte Sprache angewandt. Sind Institutionen oder Unternehmen gemeint, wird lediglich das entsprechende grammatische Geschlecht verwendet.

## Was macht das Unternehmen zum Hidden Champion?

**Europäischer Marktführer:** Die Geberit AG ist europäischer Marktführer im Bereich Sanitärtechnik und Badezimmerkeramik. Der Fokus liegt mit innovativen und langlebigen Produkten auf dem Premiumsegment.

**Internationale B2B- Strategie:** Insgesamt agiert Geberit in mehr als 40 Ländern mit Vertretungen und mit 29 Produktionswerken in verschiedenen Ländern, schwerpunktmäßig jedoch in der DACH-Region. In der Regel erfolgt der Vertrieb über den Fachgroßhandel, wobei eng mit den PartnerInnen zusammengearbeitet wird, um auch einen Know-how-Austausch zu ermöglichen.

**Megatrend Nachhaltiges Bauen:** Geberit profitiert von der aktuell stabilen Baubranche. Durch den allgemeinen Trend zu nachhaltigen, wassersparenden Installationen und Sanitärtechniken sind Geberit Produkte gefragt. Prognosen bestätigen ein weiterhin hohes Nachfrageniveau in der Bauindustrie in den kommenden fünf Jahren.



## avesco Nachhaltigkeitsbewertung:

### Ökonomie



**Gute Marktposition im europäischen Premiumsegment:** Geberit hat sich im europäischen Premiumsegment die Marktführerschaft gesichert. Die Geschäftsstrategie umfasst die vier Säulen ‚Fokus auf Sanitärprodukte‘, ‚Bekenntnis zu Innovation und Design‘, ‚Selektive geografische Expansion‘ und ‚Kontinuierliche Geschäftsprozessoptimierung‘. Die Position soll somit weiter gestärkt sowie ausgebaut werden.

**Margengewinner:** Geberit erwirtschaftet höhere Margen als die internationalen Wettbewerber (Grohe, Duravit, Villeroy & Boch). Seit Jahren können positive Cashflows realisiert werden.

**Lokale Präsenz und After-Sales Dienstleistungen:** Ein internationales Produktionsnetz ermöglicht eine Produktion nach Standortfaktoren und senkt das Preisniveau. Im Rahmen der After-Sales-Strategie „Know-How Installed“ bietet Geberit InstallateurInnen Unterstützung an, um die Funktion der Produkte und damit die KundInnenzufriedenheit sicherzustellen.

### Ökologie



**Effizienz und Langlebigkeit der Produkte:** Geberit Produkte werden während der Entwicklung hinsichtlich Umweltfreundlichkeit, Ressourcenverbrauch und Langlebigkeit optimiert. Die Produkte setzen Standards wie DGNB, BREEAM oder LEED um.

**Konsequente Qualitätssicherung:** Alle 32 Produktionswerke verfügen über ein gemäß ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem und gewährleisten eine nachhaltige Produktionsweise.

**Nachhaltigkeit in der Lieferkette:** Im Jahr 2019 haben 2.263 Lieferanten den Geberit Verhaltenskodex unterzeichnet (dies entspricht 90% des gesamten Einkaufswerts). Der Kodex beinhaltet die Themen: Abfallreduzierung, Verbesserung der Energieeffizienz, Minimierung und sichere Verwahrung gefährlicher Substanzen und den Einsatz umweltverträglicher Technologien. Zur weiteren Überprüfung werden zudem Audits durchgeführt.

# Kurzprofil des Sustainable Hidden Champions: Geberit AG

## Soziales



**Gute Arbeitgeberperformance:** Geberit positioniert sich als attraktiver Arbeitgeber, der u.a. großen Wert auf die Aus- und Weiterbildung seiner MitarbeiterInnen sowie Chancengleichheit im Unternehmen legt. 2020 besuchten die MitarbeiterInnen durchschnittlich 15,7 Stunden (2019: 13,8; 2018: 13,7 Stunden) interne und externe Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen. Zugleich wurden 262 Lernende (2019: 264; 2018: 247) beschäftigt. Die Übertrittsrate lag bei 86 % (2019: 85 %; 2018: 89 %). Zudem wurden 102 Praktikumsplätze angeboten sowie 27 Bachelor- und Masterarbeiten betreut.

**Berücksichtigung der StakeholderInnen:** Durch interne Evaluation und die Einbindung eines externen StakeholderInnen-Panels führt Geberit ein umfassendes Stakeholdermanagement durch.

**Nachhaltigkeit in der Lieferkette:** Der Verhaltenskodex für Lieferanten ist sehr ausführlich und umfasst neben ökologischen auch die Themen Schutz der Menschenrechte, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, gerechte Entlohnung und Weiterbildung.

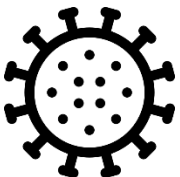
## Kritische Punkte & Risiken



### Ökonomie

**Konkurrenz:** Geberit agiert in einem kompetitiven Umfeld mit vielen verschiedenen, mitunter großen Wettbewerbern. Der Weltmarktführer Lixil liegt im Preiswettbewerb klar vorn. Geberit produziert hauptsächlich im Premiumsegment des europäischen Raumes, könnte jedoch durch Preise der niedrigen bis mittleren Preisklasse langfristig unterboten werden.

### Krisen- Check



Geberit hat das Coronajahr 2020 ohne Kurzarbeit und große Verluste überstanden. Trotz vieler eingestellter Bauprojekte aufgrund der Corona-Pandemie kann Geberit auf ein erfolgreiches Jahr 2021 zurückblicken. Dem Unternehmen gelang es trotz wegbrechender Aufträge im Frühjahr den währungsbereinigten Umsatz zum Jahresende um 1,3 Prozent zu steigern. Begründet liegt dies in dem anhaltenden Trend, das eigene Zuhause aufzuwerten. Auch die EBITDA-Marge konnte von 29,3 % auf 31 % weiter gesteigert werden.