



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.

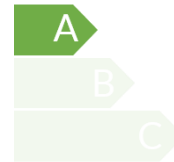
Sie haben Fragen? Kontaktieren Sie uns gerne unter nachhaltigkeit@avesco.de

Datum der letzten Aktualisierung: 11.09.2024

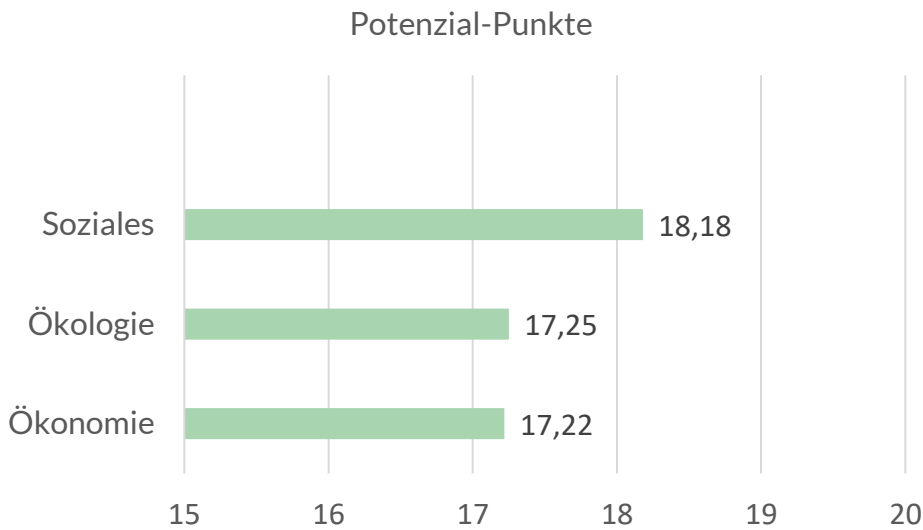




Nachhaltigkeitsklasse:



avesco Nachhaltigkeitsbewertung:



Die Geberit AG im Überblick (Stand 2024)

Unternehmenssitz	Rapperswil-Jona, Schweiz
Überblick über Produkte und Dienstleistungen	Sanitärtechnik, Badezimmerkeramiken
Mitglied in wesentlichen Indizes	SMI (Swiss Market Index)
Umsatz und Entwicklung in Relation zum Vorjahr in %	3.084 Mio. € (- 9,1 %)
Anzahl Mitarbeitende ¹	10.947 Mitarbeitende
Länder/Regionen der Unternehmensaktivität	Deutschland (29 %), Schweiz (11 %), Osteuropa (10 %), Nordeuropa (9 %), Benelux (8 %), Osteuropa (8%), Italien (8 %), Österreich (6 %), Fernost/Pazifik (4 %), Amerika (3 %), Nahost/Afrika (4%),
Link zur Website	https://www.geberit.com/de/



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 (LIXIL Gruppe, Toto, Roca, 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 Installateur:innen Unterstützung an, um die Funktion der Produkte und damit die Kund:innen-Zufriedenheit 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 26 Produktionswerke verfügen über ein gemäß ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem und gewährleisten eine nachhaltige Produktionsweise.

Nachhaltigkeit in der Lieferkette: Im Jahr 2022 haben 3.296 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.



Soziales




Gute Arbeitgeberperformance: Geberit positioniert sich als attraktiver Arbeitgeber, der u.a. großen Wert auf die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter:innen sowie Chancengleichheit im Unternehmen legt. 2022 besuchten die Mitarbeitenden durchschnittlich 17 Stunden (2020: 15,7) interne und externe Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen. Zugleich wurden 283 Lernende (2020: 262) beschäftigt. Die Übertrittsrate lag bei 83 % (2020: 86 %). Zudem wurden 101 Praktikumsplätze angeboten sowie 47 Bachelor- und Masterarbeiten betreut.

Berücksichtigung der Stakeholder: Durch interne Evaluation und die Einbindung eines externen Stakeholder-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.