



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: 22.12.2022

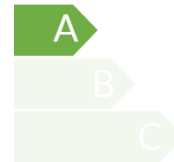
1

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.



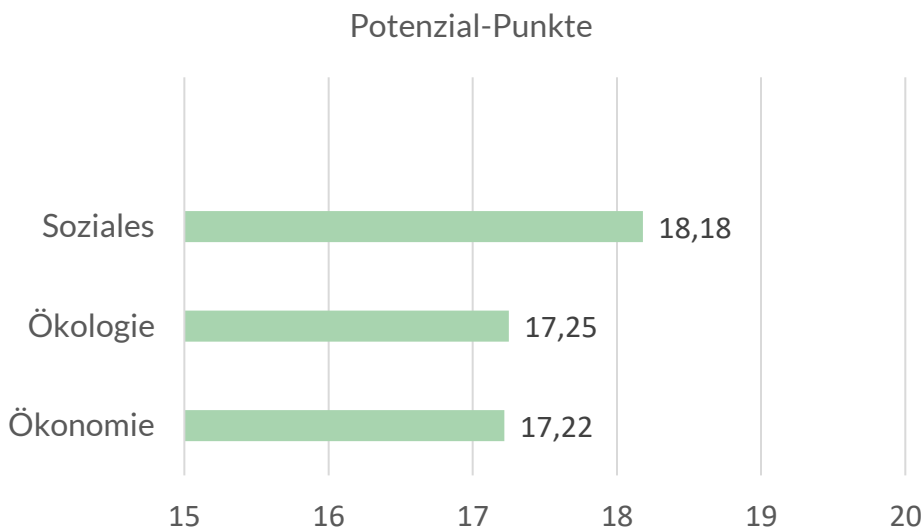


Nachhaltigkeitsklasse:



"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CCBY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

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 in Relation zum Vorjahr in %	3.440,9 Mio. € (- 2 %)
Anzahl MitarbeiterInnen ¹	11.514
Länder/Regionen der Unternehmensaktivität	Deutschland (30 %), Schweiz (10 %), Osteuropa (10 %), Nordische Länder (9 %), Benelux (8 %), Italien (7 %), Österreich (6 %), Frankreich (5 %), Großbritannien/Irland (4 %), Fernost/Pazifik (4 %), Amerika (3 %), Nahost/Afrika (3 %), Iberische Halbinsel (1 %)
Link zur Website	https://www.geberit.com/de/

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 50 Ländern mit Vertretungen und mit 26 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: Im Zuge der stetig voranschreitenden Umstellung auf eine nachhaltige Wirtschaft wird das Augenmerk besonders auf die Baubranche gerichtet, denn diese ist für einen großen Anteil der THG-Emissionen und Ressourcennutzung verantwortlich. Somit sind Unternehmen wie Geberit, die wassersparende Installationen und Sanitärtechniken anbieten und sich der Emissionsreduktion bemühen, sehr gefragt. Trotz aktuellen Spannungen in der Baubranche verzeichnen vor allem Unternehmen mit Nachhaltigkeitsfokus höhere Profite.



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 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 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 MitarbeiterInnen sowie Chancengleichheit im Unternehmen legt. 2022 besuchten die MitarbeiterInnen 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 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 2019 ohne Kurzarbeit und große Verluste überstanden. Trotz vieler eingestellter Bauprojekte aufgrund der Corona-Pandemie kann Geberit seither auf erfolgreiche Jahre zurückblicken. Dem Unternehmen gelang es trotz wegbrechender Aufträge Umsatz zu steigern. Begründet liegt dies in dem anhaltenden Trend, das eigene Zuhause aufzuwerten.

Nach Ausbruch des Russland-Ukraine Krieges wurden alle geschäftlichen Aktivitäten in Russland eingestellt.