

Editorial

Das anspruchsvolle Umfeld in der Bauindustrie, die Integration des akquirierten Sanitec Geschäfts sowie der starke Schweizer Franken prägten die Resultate der Geberit Gruppe im Geschäftsjahr 2015. Von einem sehr hohen Niveau aus startend, gelang es trotzdem, ein gutes Gesamtergebnis zu erwirtschaften und die Position als führender Anbieter für Sanitärprodukte in Europa weiter zu festigen.

Der Nettoumsatz nahm im Jahr 2015 um 24,2% auf CHF 2 593,7 Mio. zu. Das Gesamtwachstum setzte sich aus organischem Wachstum in lokalen Währungen von 2,7%, einem negativen Fremdwährungseffekt von 9,6% sowie einer durch die Sanitec Akquisition bedingten Zunahme von 31,1% zusammen. Die operativen Margen wurden durch vorteilhafte Volumen- und Produktmix-Effekte sowie durch tiefere Rohmaterialpreise positiv beeinflusst. Dagegen wirkten sich vor allem die Margenverwässerung durch die Integration von Sanitec und die Effekte aus dem in der Schweiz gewährten Währungsrabatt in der Höhe von 10% negativ aus. Die Ergebnisse beinhalten verschiedene Sondereffekte im Zusammenhang mit der Sanitec Akquisition. Das um diese Sondereffekte adjustierte Betriebsergebnis (EBIT) erhöhte sich um 2,4% auf CHF 590,9 Mio., die entsprechend adjustierte EBIT-Marge belief sich auf 22,8%. Das adjustierte Nettoergebnis reduzierte sich um 1,1% auf CHF 493,1 Mio.; die adjustierte Nettoumsatzrendite betrug 19,0%. Der adjustierte Gewinn je Aktie ging um 0,4% auf CHF 13.23 zurück. Die ausgewiesenen Werte betragen für den EBIT CHF 498,3 Mio. (EBIT-Marge 19,2%), für das Nettoergebnis CHF 422,4 Mio. (Umsatzrendite 16,3%) und für den Gewinn je Aktie CHF 11.33. Der Free Cashflow stieg um 5,1% auf CHF 484,0 Mio. an.

Massgeblich geprägt war das Geschäftsjahr 2015 durch die Übernahme und Integration der Sanitec Gruppe. Im Oktober 2014 nahm die Geberit Gruppe mit dem Übernahmangebot für Sanitec – einem führenden europäischen Hersteller und Anbieter im Bereich Sanitärkeramik – eine strategische Weichenstellung vor. Im darauffolgenden Februar konnte die Akquisition vollzogen werden. Durch die Kombination vergrösserte sich die Gruppe um 6 200 Mitarbeitende, 18 Produktionswerke und 14 europäische, lokal stark verankerte Marken. Dank dieses Schrittes befindet sich Geberit nun in einer idealen Position, um im Badezimmer mit innovativen Lösungen Mehrwerte zu schaffen. An der Schnittstelle zwischen reibungslos funktionierender Technik hinter und raffiniertem Design vor der Wand liegt die Zukunft. Geberit ist in Europa der Marktführer im Bereich der Sanitärprodukte und hat seine Position insbesondere in Regionen wie den nordischen Ländern, Frankreich, Grossbritannien und Osteuropa gestärkt, in denen das Unternehmen bis anhin noch keine namhafte Position hatte. Die im zweiten Quartal 2015 gestarteten Integrationsaktivitäten verliefen plangemäss. Bis Ende 2015 wurden die wesentlichen organisatorischen Arbeiten abgeschlossen. Insbesondere wurde das Ziel erreicht, zum 1. Januar 2016 im Vertrieb in allen Märkten als ein Unternehmen aufzutreten. Der Fokus im Jahr 2016 gilt der weiteren Harmonisierung der Prozesse sowie der Realisierung erster Synergien.

Das zukunftsgerichtete, kontinuierlich optimierte Produktportfolio ist ein wichtiger Erfolgsfaktor von Geberit. Im Jahr 2015 gelang es wiederum, das bewährte Sortiment mit wesentlichen Innovationen zu ergänzen und damit die Marktstellung weiter auszubauen. Als Beispiel sei die Duschrinne CleanLine genannt, die edles Aussehen mit effizienter, sicherer Montage kombiniert und gleichzeitig einfacher zu reinigen ist als herkömmliche Duschrinnen. Das bisherige Marktecho auf dieses Produkt hat sämtliche Erwartungen übertroffen. Oder die kompakte Hygienespülung mit neuer Steuerungs- und Sensortechnik, die einer Vermehrung von Bakterien- und Keimpopulationen in Leitungen mit stillstehendem Wasser vorbeugt, indem sie diese bei Bedarf automatisch durchspült. Ebenfalls eingeführt wurde das neue Premium-Dusch-WC Geberit AquaClean Mera, das neue Massstäbe in dieser Kategorie setzt.

Wie bereits im letzten Geschäftsbericht angekündigt, wurde im Hinblick auf künftiges Wachstum sowie zur fortgesetzten Optimierung bestehender Logistikprozesse – und unabhängig von der Sanitec Akquisition – beschlossen, die Kapazitäten des Logistikzentrums in Pfullendorf weiter auszubauen und dafür rund EUR 40 Mio. zu investieren. Der Spatenstich zur Erweiterung erfolgte plangemäss im Frühjahr 2015. Die Fertigstellung ist auf Anfang 2017 geplant, sodass die Erweiterungsbauten den Betrieb im gleichen Jahr aufnehmen können.

Die Kursentwicklung der Geberit Aktie präsentierte sich erfreulich. Der Aktienkurs legte – im Gegensatz zum Swiss Market Index (SMI), der einen Rückgang von 1,8% verzeichnete –

leicht um 0,5% auf CHF 340.20 zu. Der Verwaltungsrat will die Aktionäre trotz leicht rückläufigen Ergebnissen an der grundsätzlich soliden Geschäftsentwicklung teilhaben lassen und hält weiterhin an der attraktiven Ausschüttungspolitik der Vorjahre fest. Der Generalversammlung wird deshalb eine gegenüber dem Vorjahr leicht um 1,2% auf CHF 8.40 erhöhte Dividende vorgeschlagen. Die Ausschüttungsquote von 63,3% des adjustierten Nettoergebnisses liegt damit im oberen Bereich der durch den Verwaltungsrat definierten Bandbreite von 50 bis 70%. Darüber hinaus wurde das laufende Aktienrückkauf-Programm weiter geführt. Bis zum 31. Dezember 2015 wurden Aktien zu einem Betrag von CHF 205 Mio. erworben, was rund einem Drittel des ursprünglich geplanten gesamten Programms entspricht. Von Juli 2014 bis März 2015 war der Rückkauf wegen der laufenden Sanitec Akquisition sistiert, weshalb bis zum Abschluss des Programms Ende Februar 2016 lediglich rund 2% des Aktienkapitals oder rund 40% des ursprünglich geplanten Umfangs zurückgekauft wurden. Der Generalversammlung 2016 wird beantragt, eine Kapitalherabsetzung im Umfang der insgesamt zurückgekauften Aktien vorzunehmen und die Aktien zu vernichten.

Veränderungen wird es im Verwaltungsrat geben. Robert F. Spoerry stellt sich nach sieben Jahren im Gremium an der ordentlichen Generalversammlung vom 6. April 2016 nicht mehr für eine Wiederwahl zur Verfügung. Er hat sich mit viel Engagement und Fachwissen als Mitglied des Verwaltungsrats, als Vorsitzender des Nominations- und Vergütungsausschusses, als Mitglied des Revisionsausschusses sowie in einer Übergangsphase als Lead Director eingebracht. Verwaltungsrat und Konzernleitung danken ihm herzlich für seine Beiträge und Impulse zur Weiterentwicklung des Unternehmens. Als Nachfolgerin und neues Verwaltungsratsmitglied wird der Generalversammlung Frau Regi Aalstad vorgeschlagen.

Als Folge der im Rahmen der Sanitec Akquisition angepassten Organisationsstruktur wurde die Konzernleitung ab Februar 2015 um den Bereich Marketing & Brands erweitert. Deshalb wurde zu diesem Zeitpunkt der vormalige Marketingleiter der Gruppe, Egon Renfordt-Sasse, zum Leiter des neuen Konzernbereichs und Mitglied der Konzernleitung ernannt. Anfang Juni 2015 übernahm zudem Ronald van Triest die vakante Position in der Konzernleitung als Leiter Vertrieb International, umfassend die Geberit Märkte ausserhalb von Europa.

Die guten Resultate im Jahr 2015 sowie die bis anhin planmässig verlaufene Integration der Sanitec Aktivitäten verdanken wir dem grossen Einsatz, der hohen Motivation und der Kompetenz unserer Mitarbeitenden in über 40 Ländern. Ihnen gelten unser Dank und unsere Anerkennung für die vorbildlichen Leistungen. Ein ganz besonderes Dankeschön gebührt unseren Kunden in Handel und Handwerk für das entgegengebrachte Vertrauen und die konstruktive Zusammenarbeit. Bedanken wollen wir uns nicht zuletzt bei Ihnen, geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihre anhaltend grosse Verbundenheit mit unserem Unternehmen.

Das Geschäftsjahr 2016 dürfte für die Geberit Gruppe weiterhin durch die Integration der Sanitec Aktivitäten geprägt sein. Seit dem 1. Januar 2016 tritt der Vertrieb in allen Märkten als ein Unternehmen auf; zudem soll wie erwähnt das Augenmerk der weiteren Harmonisierung der Systeme und Prozesse sowie der Realisierung von ersten Synergien gelten. Ein ebenso wichtiger Fokus soll dem Tagesgeschäft gelten, was aufgrund der Situation in den europäischen Bau-Märkten erneut anspruchsvoll werden dürfte. Ziel soll es sein, in allen Märkten mit der neuen gemeinsamen Vertriebsmannschaft überzeugende Leistungen zu erbringen und wie in den Vorjahren Marktanteile zu gewinnen. Das Hauptaugenmerk soll auf einer forcierten Vermarktung der in den letzten Jahren neu eingeführten Produkte, der stärkeren Durchdringung von Märkten, wo Geberit Produkte oder Technologien noch untervertreten sind, sowie dem vielversprechenden Dusch-WC-Geschäft liegen. Entsprechend der Geberit Strategie sollen parallel dazu die Geschäftsprozesse kontinuierlich weiter optimiert werden. Verwaltungsrat und Konzernleitung sind überzeugt, für die bevorstehenden Chancen und Herausforderungen sehr gut gerüstet zu sein.



Albert M. Baehny
VR-Präsident



Christian Buhl
CEO