

Editorial

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Ein positives Umfeld in der Bauindustrie und die Integration des Keramikgeschäfts prägten das Geschäftsjahr 2016. Durch die sehr guten Resultate konnten wir die Position als führender Anbieter für Sanitärprodukte in Europa weiter festigen.

Der Nettoumsatz nahm im Jahr 2016 um 8,3% auf CHF 2 809,0 Mio. zu. Das Gesamtwachstum setzte sich aus organischem Wachstum in lokalen Währungen von 6,4%, einem positiven Fremdwährungseffekt von +0,7% sowie einer akquisitions- und desinvestitionsbedingten Netto-Zunahme von 1,2% zusammen. Gründe für die sehr gute Entwicklung der operativen Margen waren Synergien aufgrund der Integration des Sanitec Geschäfts, das Volumenwachstum und – trotz einem Anstieg im zweiten Halbjahr – tiefere Rohmaterialpreise. Die Ergebnisse beinhalten verschiedene Sondereffekte im Zusammenhang mit der Sanitec Akquisition. Das um diese Sondereffekte adjustierte Betriebsergebnis (EBIT) erhöhte sich um 16,2% auf CHF 686,5 Mio., die entsprechend adjustierte EBIT-Marge belief sich auf 24,4%. Das adjustierte Nettoergebnis stieg um 18,4% auf CHF 584,0 Mio.; die adjustierte Nettoumsatzrendite betrug 20,8%. Der adjustierte Gewinn je Aktie nahm um 19,8% auf CHF 15.85 zu. Die nicht-adjustierten Werte erreichten für den EBIT CHF 640,1 Mio., für das Nettoergebnis CHF 548,2 Mio. und für den Gewinn je Aktie CHF 14.88. Der Free Cashflow stieg um 16,5% auf CHF 563,9 Mio.

Die im zweiten Quartal 2015 gestartete Integration des Sanitec Geschäfts verlief auch im Berichtsjahr plangemäss. Seit dem 1. Januar 2016 treten wir in allen Märkten als ein Unternehmen mit einer vollständig integrierten Vertriebsorganisation auf. Zusätzlich lag der Fokus im Jahr 2016 auf der Harmonisierung der Prozesse und Systeme sowie der Realisierung von Synergien. Per 1. Juli 2016 haben wir zudem die im Rahmen der Sanitec Akquisition übernommene Koralle Gruppe aufgrund limitierter Synergien mit dem Kerngeschäft an die AFG Arbonia-Forster-Holding AG verkauft. Koralle ist eine Anbieterin von Duschabtrennungen und erzielte 2015 mit 240 Mitarbeitenden rund EUR 40 Mio. Nettoumsatz.

Das zukunftsgerichtete, kontinuierlich optimierte Produktportfolio ist ein wichtiger Erfolgsfaktor von Geberit. Im Jahr 2016 haben wir das bewährte Sortiment wiederum mit wesentlichen Innovationen ergänzt und damit die Marktstellung weiter ausgebaut. Im Bereich Rohrleitungssysteme haben wir beispielsweise das Gebäudeentwässerungssystem Geberit Silent-Pro eingeführt. Dieses Stecksystem repräsentiert den neusten Stand der Technik mit hoher Schalldämmung, vielseitigen Brandschutzlösungen und einer einfachen Installation. Mit dem neuen Urinalsystem können wir öffentliche WC-Anlagen optimal ausstatten. Dabei besteht die Wahlmöglichkeit zwischen einer konventionellen Wasserspülung, einer individuell programmierten Spülung oder einem Betrieb ganz ohne Wasser. Eine spülrandlose Keramik und der freie Zugang zu allen Anschlüssen vereinfachen die Reinigung und reduzieren die Unterhaltskosten dieses Produkts. Ebenfalls eingeführt haben wir die in Nordeuropa vermarktete Badezimmer-Serie Glow. Glow umfasst Waschtische, WCs und Bidets sowie Badezimmermöbel.

Wie bereits im letzten Geschäftsbericht erwähnt, investieren wir im zentralen Logistikzentrum in Pfullendorf rund EUR 40 Mio. Der Ausbau geschieht im Hinblick auf künftiges Wachstum sowie zur fortgesetzten Optimierung der Logistikprozesse. Im Berichtsjahr erfolgten die Installation der umfangreichen und komplexen Lager- und Fördertechnik, die Schulung der Mitarbeitenden an den neuen Systemen sowie alle notwendigen Testläufe. Das Projekt ist zeitlich und finanziell auf Kurs. Die Inbetriebnahme soll wie geplant im Frühling 2017 erfolgen.

Die Kursentwicklung der Geberit Aktie präsentierte sich wiederum erfreulich. Der Aktienkurs legte per 31. Dezember 2016 um 20,0% auf CHF 408.20 zu. Der Swiss Market Index (SMI) verlor in der gleichen Periode 6,8%. Wir wollen die Aktionäre an der sehr guten Geschäftsentwicklung teilhaben lassen und halten an der attraktiven Ausschüttungspolitik der Vorjahre fest. Der Generalversammlung werden wir deshalb eine gegenüber dem Vorjahr um 19,0% auf CHF 10.00 erhöhte Dividende vorschlagen. Die Ausschüttungsquote von 63,4% des adjustierten Nettoergebnisses liegt im oberen Bereich der durch den Verwaltungsrat definierten Bandbreite von 50 bis 70%. Das seit dem 30. April 2014 laufende Aktienrückkauf-Programm haben wir per 29. Februar 2016 beendet. Insgesamt wurden 757 000 Namenaktien für CHF 247,8 Mio. zurückgekauft. Die Generalversammlung vom 6. April 2016 stimmte

dem Antrag zu, die zurückgekauften Aktien mittels Kapitalherabsetzung zu vernichten. Dies ist am 20. Juni 2016 erfolgt. Auf der Basis des soliden finanziellen Fundaments hat der Verwaltungsrat beschlossen, im Rahmen eines über maximal drei Jahre laufenden, neuen Aktienrückkauf-Programms Aktien im Betrag von maximal CHF 450 Mio. zurückzukaufen. Das Programm soll Ende des zweiten Quartals 2017 gestartet werden.

Veränderungen wird es im Verwaltungsrat geben. Regi Aalstad stellt sich an der ordentlichen Generalversammlung vom 5. April 2017 nicht mehr für eine Wiederwahl zur Verfügung. Sie will sich auf andere Aufgaben konzentrieren. Wir danken ihr herzlich für ihre Beiträge zur Weiterentwicklung des Unternehmens. Als Nachfolgerin und neues Verwaltungsratsmitglied wird der Generalversammlung → **Eunice Zehnder-Lai** vorgeschlagen.

In der Konzernleitung haben wir die Aufgaben des Bereichs Produkte per 1. September 2016 neu auf die Bereiche Operations sowie Product Management & Innovation aufgeteilt. Mit dieser organisatorischen Änderung wird der grossen Anzahl von anspruchsvollen und komplexen Projekten sowie dem Potenzial aus der Integration des Keramikgeschäfts Rechnung getragen. Zudem stärken wir zwei der vier strategischen Pfeiler – Innovation und kontinuierliche Geschäftsprozessoptimierung. Michael Reinhard führt neu den Konzernbereich Operations, Egon Renfordt-Sasse – bis anhin in der Konzernleitung für Marketing & Brands verantwortlich – den Konzernbereich Product Management & Innovation. Martin Baumüller hat die Leitung des Konzernbereichs Marketing & Brands übernommen und wurde Mitglied der Konzernleitung.

Die guten Resultate im Jahr 2016 sowie die erfolgreich verlaufende Integration der Sanitec Aktivitäten verdanken wir dem grossen Einsatz, der hohen Motivation und der Kompetenz unserer Mitarbeitenden. 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 2017 dürfte für die Geberit Gruppe durch weitere Fortschritte bei der Integration des Keramikgeschäfts geprägt sein. Einen Fokus wollen wir dem weiteren Zusammenwachsen der Vertriebsmannschaften in den Ländern widmen. Zudem wollen wir das Augenmerk auf die weitere Harmonisierung der Systeme und Prozesse, auf die Weiterentwicklung des Produktsortiments sowie auf kontinuierliche Verbesserungen bei der Keramikfertigung legen. Ebenso grosse Bedeutung wollen wir jedoch dem Tagesgeschäft beimessen. Ziel soll es sein, in allen Märkten überzeugende Leistungen zu erbringen und wie in den Vorjahren Marktanteile zu gewinnen. Die in den letzten Jahren neu eingeführten Produkte sollen forciert vermarktet werden. Märkte, in denen Geberit Produkte oder Technologien noch untervertreten sind, sollen stärker penetriert und das vielversprechende Dusch-WC-Geschäft weiter ausgebaut werden. Entsprechend der Geberit Strategie sollen parallel dazu die Geschäftsprozesse kontinuierlich optimiert werden. Wir sind überzeugt, für die bevorstehenden Chancen und Herausforderungen sehr gut gerüstet zu sein.

Freundliche Grüsse



Albert M. Baehny
VR-Präsident



Christian Buhl
CEO